

Zeitschrift: Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin

Band: 107 (1981)

Heft: 45

Illustration: Die Witwe

Autor: Flora, Paul

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

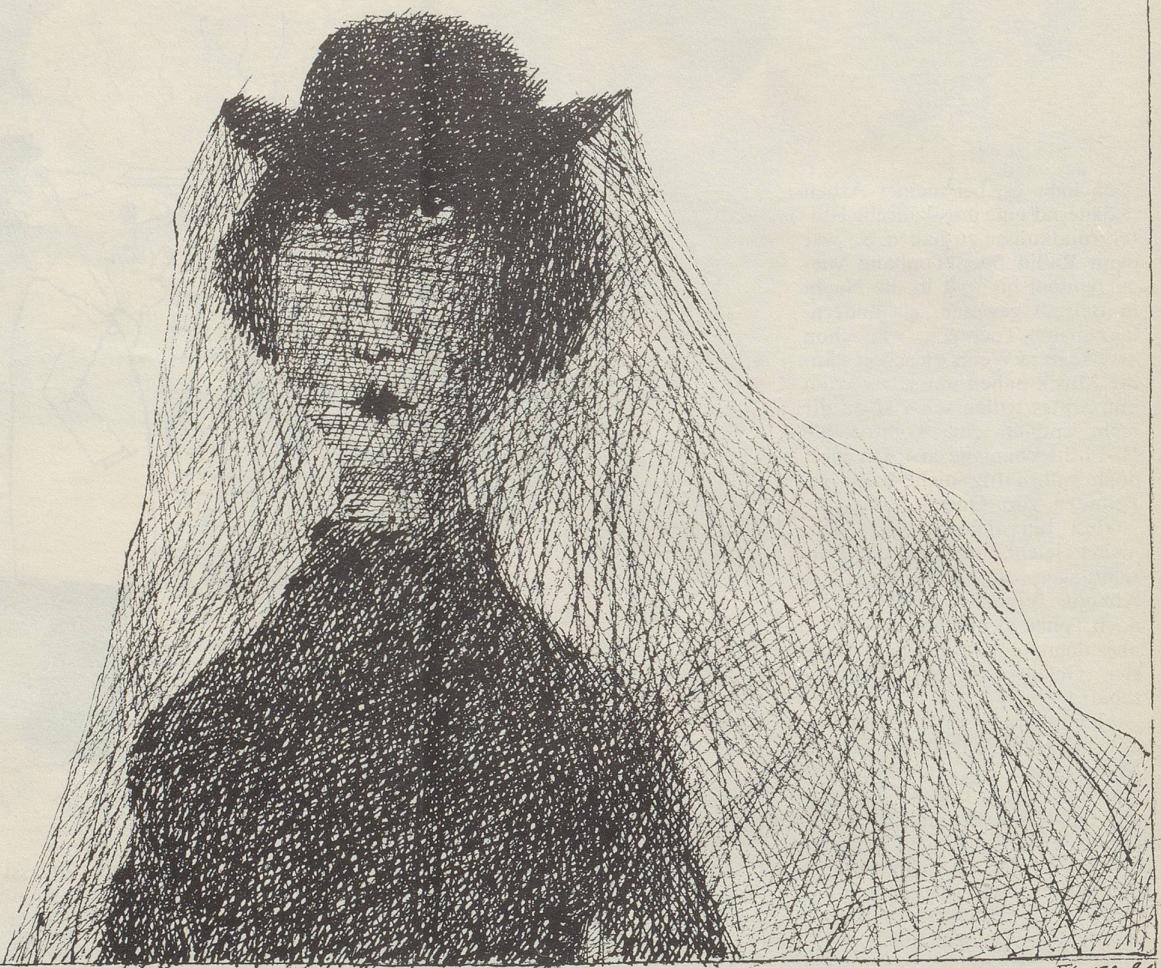
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 13.01.2026

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



Flora 81

Paul Flora: Die Witwe

Walter Sorell

Deutsch auf englisch gefällig?

Nachdem ich jahrzehntelang der englischen Sprache verbunden war, hatte ich mit etwas Furcht meiner Rückkehr ins deutsche Sprachgebiet entgegengesehen. Würde sich denn nicht ganz unbewusst das eine oder andere englische Wort in meine Ausdrucksweise einschleichen? Doch ich hörte und sah zu mei-

ner Überraschung, wie sich das Image der deutschen Sprache zu meinen Gunsten verändert hatte. Was ich auch immer gegen den Nonsense der Sprachverschmutzung zu sagen hätte, wäre ein reines Understatement dieses Trends, der jederzeit den Test bestehen kann, da er sich zum Hobby der deutschsprachigen Zunge entwickelt hat. Das Know-how der Verhunzung der Sprache sollte man als Display auf einem Poster der Welt zeigen können, selbst dann noch, wenn Manpower dazu benötigt werden sollte. Das Ganze ist ein cleveres Puzzle, das mit Insight einen guten Job verrichtet.

Ueberall fand ich den New Look der deutschen Sprache – ein vollkommener linguistischer Striptease. Wenn ich ein Buch lesen wollte, fragte ich vergeblich nach einer Taschenbuchausgabe, da man mir sofort ein Paperback brachte. Wenn ich den Fernseh-

apparat andrehte, waren die Talk Shows die schönsten Features. Natürlich wurde der Horrortrend in dem Fernseh-Output nicht vernachlässigt und der Killer zur Strecke gebracht. Diese Features werden nicht mehr in Studios, sondern nur noch in Workshops hergestellt.

Wie oft liest man von «beautiful people», und unlängst hörte ich, wie der deutsche Fernsehansager die amerikanischen Survivalists nicht als verrückt erklärte, sondern als crazy people, als wäre das die beste deutsche Bezeichnung für sie. Und jener Jugendliche, gleichgültig, ob er ein Teenager oder Punk war, der am Schaffhauserplatz auf eine Mauer schrieb: «Lieber Spray als grey», hat bewiesen, dass moderne Dichtung simultan in zwei Sprachen gestaltet werden kann. Er hatte sicherlich den Beat der New-Wave-Interpreten erfasst. Ich suchte einen Counterpart dazu,

den ich in Luzern fand, wo auf einer Mauer der prägnante Spruch stand: «Lieber shit als Dynamit», wobei das Aequivalent eines deutschen Lieblingswortes mit dem Slang-Ausdruck der jungen Generation gedopt wurde.

Wenn es zu Public Relations kommt, steht das Human Interest allen Dingen voran, so dass ein Run auf den englischen Wörterpool gerechtfertigt erscheint, selbst dann, wenn dem Englischen Gewalt angetan wird, wie es eine Leasing Company tat, die auf einem oversized Poster verlautete: Je länger, je leaser. Ich hoffe nur, dass wir unser gutes Recycling-Programm verwerten werden können, ohne in den Verruf zu kommen, nicht nur ein Mitspieler, sondern ein richtiger Partner dieser linguistischen Freak-Show zu sein. Doch