

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 58 (2002)
Heft: 1

Rubrik: Aufgeschnappt

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: 25.02.2026

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

Rechnung tragen sollte. So könnte ich «Boutique» durchaus tolerieren. (Es gibt allerdings bereits so viele davon, dass es so wenig originell ist wie Pub für Wirtshaus.) Aber warum denn «Boutique No Name» statt «Boutique Zur Meise»? No

Name sagen Kinder und Leute, die nicht Englisch können! In diesem Sinne gibt es in der Spisergasse bereits nachahmungswerte Beispiele: Späti's Boutique, Schuhe Schudel, Café Spisertörli oder eben ganz einfach Leder Locher. Ernst Ziegler

Aufgeschnappt

Ein Modewort – und die Folgen

Jährlich werden im deutschen Sprachraum Modewörter gesammelt, damit das «Unwort des Jahres» erkürt werden kann. Ich hoffe, dass die Wortschöpfung «Gewinnwarnung» mit Aussicht auf eine negative Nummer eins auf die Liste des Jahres 2001 gesetzt wird.

«Gewinnwarnung» scheint mir eine besonders fiese Kreation. Sie hat sich klammheimlich in den Wortschatz der Wirtschaftspostillen geschlichen und findet seit Wochen gehäuft Verwendung. «Gewinnwarnung» klingt eigentlich ganz harmlos, fast ein wenig zweideutig. Positiv ausgelegt könnte dieses Wort bedeuten: «Achtung, Gewinn im Anzug, freut euch schon mal auf eine fette Dividende!» Verwendung findet derzeit aber nur die negative Variante: «Achtung, um den Gewinn stehts schlecht!»

Wie bei vielen beschönigenden Worthülsen versteckt sich auch hinter dem Wort «Gewinnwarnung» eine an sich wertneutrale Aussage, welche in der Regel jedoch weit reichende Folgen hat. «Gewinnwarnung» wird nämlich meistens mit der Ankündigung von «Personaleinsparungen» verbunden. Die Verbindung von «Gewinnwarnung» und «Personaleinsparungen» ist bereits so selbstverständlich geworden, als würden sie sich automatisch gegenseitig bedingen wie dunkle Wolken und Regenschauer.

So unvermeidlich scheint bei einbrechendem Gewinn das reflexartige Loswerden von Personal schon geworden zu sein, dass sich Firmen, welche «Gewinnwarnungen» herausgeben, gar nicht mehr die Mühe machen, ihre Entscheidung noch speziell zu begründen. Ist doch eh alles klar, oder?!

Bernhard Ott, «Schaffhauser az»