

DER EINFLUSS DER ANGLIZISMEN AUF DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFTSSPRACHE

Lavrits Patrick

Universitatea de Vest, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Timișoara

Boldea Monica

Universitatea de Vest, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Timișoara

Drăgoi Ionuț

Universitatea de Vest, Facultatea de Economie și de Administrare a Afacerilor, Timișoara

The present world has become small and manageable, in the era of modern means of transport and communication. The modern mass tourism brings millions of people each year to other countries. The economy, trade and transport are internationally intertwined, and mergers of large organizations do not represent any longer a rarity at the present time. More and more supranational organizations arise. States unite to form larger groups, such as the European Union. The word of the moment seems to be integration. Therefore, at least in the united Europe, a common language is necessary and the idea of multilingualism is becoming more and more important. In Europe today it is no longer enough to only master one language but someone must be able to at least speak one or two foreign languages fluently. The role of this common language seems to be inherited by the English language, because it is estimated that nearly two billion people routinely use English and the USA currently enjoy a dominant position in the world, politically, militarily, and economically. The Paper presents the influence of English words and the English Business vocabulary on the German Business environment.

Key Words: Business English, Lingua Franca, Semantics, International Business Context, German Business Environment

Einleitung

Die heutige Welt ist klein und überschaubar geworden, im Zeitalter modernster Verkehrs- und Kommunikationsmittel, welche schnellste Verständigung und Information ermöglichen. Der moderne Massentourismus führt jährlich Millionen Menschen in andere Länder. Die Wirtschaft, der Handel und der Verkehr sind international verflochten, so dass Zusammenschlüsse großer Organisationen in der gegenwärtigen Zeit keine Seltenheit mehr darstellen.

Immer mehr überationale Organisationen entstehen. Staaten vereinigen sich zu größeren Verbänden, wie zum Beispiel die Staaten Europas zur Europäischen Union. Das Wort des Momentes scheint Integration zu sein. Deswegen ist, zumindest in dem vereinten Europa eine gemeinsame Sprache nicht mehr wegzudenken, welche nach der Auflösung der Grenzbarrieren, auch einen Fall der Sprachbarrieren mit sich bringt. Trotzdem gewinnt aber auch die Idee des Plurilinguismus im vereinten Europa immer mehr an Bedeutung (man denke da an die Einführung der Linguistischen Pässe). Es reicht also im gegenwärtigen Europa nicht mehr aus nur eine Sprache zu beherrschen, nebenbei muss man mindestens eine weitere Fremdsprache fließend sprechen können. Die Rolle der gemeinsamen Sprache scheint der englischen Sprache zuzukommen, da fast über zwei Milliarden Menschen, gut ein Drittel der Erdbevölkerung, laut Schätzungen routinemäßig mit der englischen Sprache in Berührung kommen und die USA gegenwärtig eine Vormachtstellung in der Welt, sowohl politisch und militärisch, wie auch wirtschaftlich genießt.

1.1 Geschichtliche Faktoren

Ein wichtiger Faktor in Sinne des Einflusses des Englischen auf die deutsche Sprache und Kultur ist die politisch-militärisch-wirtschaftliche Vormachtstellung der USA in Europa, zunächst in West-, nach dem Ende des Kalten Krieges zunehmend auch in Osteuropa, und die sich daraus ergebende massive Beeinflussung der europäischen Kulturen und Sprachen. Im besiegten und besetzten Deutschland war diese kulturelle und sprachliche Beeinflussung noch weitaus stärker und nachhaltiger als im übrigen Europa (Besatzungszonen), was zum Teil auch dadurch bedingt war, dass viele deutsche Intellektuelle durch die zwölfjährige Diktatur absurderweise die gesamte deutsche Geschichte entwertet und kompromittiert sahen, und versuchten sie zu verdrängen. Die Führungsschichten der Bundesrepublik orientierten sich daher von Anfang an ideologisch und kulturell an der atlantischen Führungsmacht.

1.2. Die wirtschaftlichen Faktoren

Um den Einfluss des Englischen auf der deutschen Sprache, und der Wirtschaftssprache überhaupt, darzustellen, muss man vorerst die wirtschaftlichen Faktoren, (und vor allem die außenwirtschaftlichen) berücksichtigen, welche Deutschland beeinflussen. Bei Deutschlands Handelspartnern steht Frankreich an erster Stelle, die USA und Großbritannien gemeinsam übertreffen es allerdings. Im Übrigen tauchen, abgesehen von den USA, an außereuropäischen Ländern lediglich Japan und die Volksrepublik China bei den Importen auf, was demonstriert, wie sehr trotz aller „Globalisierungsaktivitäten“ der „Exportweltmeister“ Deutschland doch eine in erster Linie europäisch und erst in zweiter Linie eine global agierende Ökonomie hat⁸⁴.

Chemieunternehmen, Autohersteller und -zulieferer, Maschinenbauer und IT(Information technology) -Firmen schließen sich zu Verbände zusammen, so dass Produktion, Forschung und Entwicklung (Research & Development) meistens ins Ausland verlegt werden. Und internationale Geschäftstätigkeit erfasst selbst Kleinbetriebe wie etwa die Entwickler von Computerspielen in allen Funktionsbereichen ihres Unternehmens von Finanzierung, Einkauf und Produktion bis Marketing und Absatz. Schon Tucholsky stellte fest: „Was die Weltwirtschaft angeht, so ist sie verflochten.“⁸⁵ Bei vielen Firmen wird es schwierig, eine Nationalität festzulegen. Sie verkaufen, forschen, entwickeln und produzieren in vielen Ländern „je nach profitabelster Kombination aus Kapital, Arbeitskraft und Gesetzgebung.“⁸⁶ Englisch wird generell zur Firmensprache, wie bei Bertelsmann, Beiersdorf, DaimlerChrysler, der Deutschen Bank und der „Zürich“ Versicherung oder zur Verkehrssprache zwischen verschiedenen Teilen des Unternehmens wie bei VW und Bayer. Selbst bei französischen Weltunternehmen wie Alcatel, Axa und L'Oréal hat sich Englisch als Firmensprache durchgesetzt. Verträge und technische Dokumentationen werden nur auf Englisch verfaßt, Konferenzen auf Englisch abgehalten.

In den letzten Jahrzehnten haben weitere Faktoren den Einfluss der USA auf der Welt bestimmt: die Computertechnik. Der stark zunehmende Einsatz von Computern an Arbeitsplätzen, und auch die private Nutzung von PCs in den letzten Jahren, ist mit großer Wahrscheinlichkeit eine der Hauptursachen für die zunehmende Verbreitung des Englischen weltweit, da die größten Erfindungen rund um den Computer aus den Vereinigten Staaten kamen. Die Software von Microsoft war zunächst nur in der englischen Version erhältlich, ebenso, wie englischsprachige Websites das World Wide Web von Anfang an dominierten.

⁸⁴ Karl-Heinz Stoll, *Megasprache Englische – NischenSprache Deutsch*, 2000 S.8.

⁸⁵ Janos Burghardt, *Sorry, sprechen Sie Denglisch?*, 2001, S. 1.

⁸⁶ Dieter Herberg, *Anglizismen : Kein Grund zur Panik*, 2001, S.3.

1.3 Die sprachlichen Faktoren

Es heißt, dass jeder vierte Erdbewohner inzwischen Englisch fließend und kompetent spricht. Faktisch stehen den rund 100 Millionen Menschen, für die Deutsch sowohl Mutter- als auch Amtssprache ist, etwa siebenmal so viele gegenüber, die Englisch als Mutter- bzw. Zweitsprache oder als Fremdsprache fließend beherrschen. Weltweit gibt es 1 Mrd. Englisch- lerner⁸⁷. Das Land mit der gewaltigsten Zuwachsrate ist derzeit China, in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion lernen 50 Millionen Englisch⁸⁸. Fast jeder Jugendliche Europas wächst heute durch den Schulunterricht mit dem Englischen als erster Fremdsprache auf. Also ist die internationale Sprache da. Weltweit ist von Englisch als der Lingua Franca Universalis (Universelle Fachsprache) der Gegenwart die Rede. In der weltweiten Buchproduktion ist der Anteil englischsprachiger Bücher mehr als doppelt so hoch wie der in jeder anderen Sprache.

Auch Linguisten sahen in der „Flut der Amerikanismen“ kein Problem, keine Gefahr, vielmehr wurden sie zu Fürsprechern, zu Ideologen der neuen Entwicklung, in deren Bann sie selbst standen. Unter dem Eindruck der strukturalistischen und funktionalistischen amerikanischen Linguistik hatte die deutsche Linguistik und Sprachkritik seit den 60er Jahren eine völlige Abkehr von der bis dahin vorwiegend historischen und sprachloyalen Betrachtungsweise vollzogen. Sämtliche Wörter der Gegenwartssprache und gerade auch die sogenannten Fremdwörter dürften nur nach ihrer aktuellen kommunikativen Funktion, d.h. nur nach ihrem gegenwärtigen Nutz- und Gebrauchswert für den Sprecher bewertet werden. Das bedeutet also, dass z.B. Computer und Rechner, happy und glücklich, sorry und Verzeihung, Ticket und Fahrkarte, Information und Auskunft zunächst einmal grundsätzlich gleichberechtigt und gleichwertig sind. Bei einer sprachkritischen Beurteilung und Bewertung dieser Wörter dürfe ihre Geschichte, d.h. ob sie deutscher oder fremder Herkunft seien, nicht die geringste Rolle spielen. Wichtig sei nur, ob und inwieweit sie im jeweiligen Verwendungszusammenhang kommunikativ, funktionell und effizient seien. Und da könne das entlehnte Wort durchaus kommunikativer, funktioneller und effizienter sein als das deutsche Wort.

2.1. Argumente für den Gebrauch von Anglizismen

Menschen, die dem Gebrauch englischer Begriffe gelassener gegenüberstehen, vertreten die Auffassung, viele Dinge könne man im Deutschen nicht ebenso gut ausdrücken. Zudem sei Sprache ein lebendiger Organismus, der ständigen Einflüssen und Veränderungen unterworfen sei, während der Versuch der „Reinhaltung“ ein Verharren beim Vergangenen sei. Außerdem gebe es überhaupt keine „reine“ Sprache: Seit man überhaupt von einer deutschen Sprache reden kann, steht diese in ständigem Kontakt mit verschiedenen europäischen Sprachen, denen sie Tausende von Wörtern entlehnt hat. Schließlich sei der Kampf gegen das Denglische eher ein Scheingefecht, da es eigentlich um allgemeinen Kulturpessimismus und einen latenten Antiamerikanismus gehe.

Der Gebrauch eines Anglizismus ist immer dann angebracht, wenn zur Bezeichnung des Gemeinten ein deutschsprachiges Äquivalent fehlt. In vielen dieser Fälle erspart die einfache Übernahme des fremdsprachlichen Ausdrucks eine semantisch ungenaue Übersetzung. Auch aus rein ökonomischen Gründen bietet sich der Import des fremdsprachlichen Ausdrucks an, wenn es (noch) kein deutsches Wort für den zu bezeichnenden Sachverhalt gibt. Zahllose Beispiele lassen sich sowohl in der Fachsprache, wie in der Allgemeinsprache finden: So benennt der wirtschaftssprachliche Fachbegriff Outsourcing die Übergabe von Firmenbereichen, die nicht zum Kernbereich eines Unternehmens gehören, an darauf spezialisierte Dienstleister, und auch Productplacement bedürfte der Umschreibung durch „im Film und Fernsehen eingesetzte Werbemaßnahme, bei der ein Produkt beiläufig, aber erkennbar ins Bild gebracht wird“. (oft wird aber der deutsche Ausdruck Schleichwerbung benutzt) Das im Zuge der gewachsenen Bedeutung

⁸⁷ Karl-Heinz Stoll, *Megasprache Englisch - Nischensprache Deutsch?*, 2000, S.11.

⁸⁸ Ibidem.

des Umweltschutzes entlehnte Recycling ist eben nicht mit „Wiederverwertung“ oder „Aufbereitung“ identisch, sondern bezeichnet das Zurückführen einer stofflichen Substanz in einen bereits vorhandenen Kreislauf.

Denglisch-Befürworter halten es außerdem für positiv, dass neu entstandene Begriffe, etwa in der Technik, international einheitlich verwendet werden. Gerade im Internet fördere dies die Verständlichkeit. Für Menschen, die Fremdsprachen erlernen oder sprechen, stelle es eine große Erleichterung dar, wenn neue Begriffe (Neologismen) nicht übersetzt werden müssen. Wirtschaftsräume, die sich sprachlich dem vorherrschenden angloamerikanischen Sprachraum anpassen, genössen Wettbewerbsvorteile gegenüber isolierten Sprachräumen, was letztendlich Arbeitsplätze sichere.

Wichtige Funktionen erfüllen Anglizismen auch, wenn sich damit häufige Wortwiederholungen vermeiden, Aussagen stilistisch variieren oder syntaktisch straffen lassen. Je nach Äußerungskontext oder Textsorte kann auch der unübersehbare Trend zur Kürze im Sprachgebrauch – nicht nur in E-Mails wird der Telegrammstil gepflegt – einen Anglizismus rechtfertigen. So beansprucht der Trucker gerade zwei Sprechsilben, während es der „Lastwagenfahrer“ immerhin auf fünf Silben bringt. Entsprechendes gilt für die Synonyme Jointventure und Gemeinschaftsunternehmen und Management - „Unternehmensleitungen“. Letztlich entscheidenden Aufschluss über den Gebrauchswert eines Anglizismus bringt die Frage, ob das Fremdwort von seinen (möglichen) Adressaten eindeutig und ohne Schwierigkeiten verstanden wird. Ein Anglizismus sollte folglich vermieden werden, wenn Verständigungs- und Verständnisschwierigkeiten wahrscheinlich sind.

Leute, die dem Denglisch gelassen gegenüber stehen, unternehmen zum Teil den Versuch, Denglisch-Kritiker herabzuwürdigen, indem sie ihnen offenkundig unsinnige Übersetzungsversuche vorhalten bzw. unterstellen (*motherboard* = „Mutterbrett“). Denglisch-Kritiker hingegen versuchen, deutsche Wörter, die vor dem Auftreten eines bestimmten Anglizismus bereits vorhanden waren, weiter zu verwenden oder neu zu beleben bzw. Wörter zu finden oder zu erfinden, die stimmig und alltagstauglich sind (*motherboard* = „Hauptplatine“). Diese Vorgehensweise überzeugt dort, wo ein verständlicher Begriff gefunden wird. Puristen würden jedoch auch hier einwenden, „Platine“ könne kaum als ursprünglich deutsches Wort bezeichnet werden. Abgesehen davon können nicht alle dieser Versuche als gelungen bezeichnet werden, da es an allgemeiner Anerkennung und Verbreitung mangelt.

2.2. Argumente gegen den Gebrauch von Anglizismen

Fragewürdig wird der Gebrauch von Anglizismen, wenn sie nicht von sprachlichen Gründen bestimmt werden, also keine besondere inhaltliche, stilistische oder syntaktische Funktion haben. So müssen Anglizismen oftmals zur Prahlerei und Imagepflege herhalten, weil sich Sprachteilhaber davon eine Aufwertung des eigenen sozialen oder intellektuellen Ansehens versprechen⁸⁹. Bei näherer Betrachtung gibt es für zahlreiche Anglizismen deutsche Entsprechungen und längst etablierte Lehnwörter: Die häufig befahrene Datenautobahn bedarf kaum einer sprachlichen Abwertung zum Datenhighway. Ein Feeling ist ein Gefühl, der Airport bleibt ein Flughafen, ein Deal ist nicht gewinnbringender als ein Handel. Die Rückmeldung ist gewiss nicht weniger treffend als das Feedback. Die News sind präziser entweder mit „Nachrichten“ oder „Neuigkeiten“ übersetzt, ein „nicht zuletzt“ ist sogar kürzer als last, (but) not least, und auch relaxen bietet im Vergleich zu „aus-“, oder „entspannen“ keinen semantischen Mehrwert. Die nicht-deutsche Aussprache der englischsprachigen Wörter ist einer der Hauptgründe für die Ablehnung von Anglizismen. Die deutsche Sprache lebt und erfährt durch die Übernahme treffender Ausdrücke aus anderen Sprachen eine Bereicherung. Diese Erkenntnis

⁸⁹ Claudia Döhner, *Für und wider des angloamerikanischen Einflusses auf den deutschen Wortschatz*, 2000, S.4.

hat heute in ihrer Anwendung auf Begriffe der Wirtschaft, der Technik und der Wissenschaft, deren Übernahme im Zuge der Globalisierung unvermeidbar erscheint, eine besondere Aktualität. Der Ende 1997 gegründete und schnell auf 10.000 Mitglieder angewachsene „Verein Deutsche Sprache“ (VDS) kämpft gegen „Denglisch“ bzw. „Engleutsch“ und wählt jeweils einen „Sprachhunzer des Monats“ und einen „Sprachpanscher des Jahres“. 2000 wurde die zweifelhafte Ehre dem Rektor der Münchner Universität zuteil für seinen Vorschlag, „Departments“ einzuführen. 1997 hatte den damals noch "Sprachschuster des Jahres" genannten Preis die Hamburger Modeschöpferin Jil Sander erhalten, für die früher genannte Aussage. Wenn man sich die Sätze jedoch etwas genauer ansieht, stellt man fest: Es sind deutsche Sätze, ihre Grundstruktur ist deutsch, die Amerikanismen sind Fremdkörper. Auch die „Moonshine“- und „Sunshine“-tarife der Telekom haben den begehrten Preis erhalten. 1998 erhielt den "Sprachpanscher" der Telekom-Manager Ron Sommer für eine Werbeaktion mit Sunshine- und Moonshine-Tarifen, City-Call, Free-Call, German-Call. Für ähnliche Leistungen wie Ron Sommer ist ein Jahr später der damalige Vorstandschef der deutschen Bahn AG Johannes Ludwig als "Sprachpanscher des Jahres" ausgezeichnet worden.

Gemäßigtere Kritiker akzeptieren generell, dass sich mit wachsender Mobilität der Menschen auch die Sprachen vermischen. Sie geben aber zu bedenken, dass es der Alphabetisierung nicht gerade dienlich sei, wenn die bei Nichtmuttersprachlern durchaus geschätzte ziemlich lautgerechte Schreibung des Deutschen aufgeweicht werde, weil beispielsweise englische Wörter (wo es kaum eindeutige Beziehungen zwischen Schreibweise und Aussprache gibt) unverändert übernommen würden (siehe *computer* vs. „Kompjuter“ u. a.). Bei Begriffen aus Sprachen mit nichtlateinischen Schriften (z. B. Griechisch, Russisch, Japanisch) werde schließlich auch nicht die Originalschreibung beibehalten.

3. Der Einfluss des Englischen auf die deutsche Wirtschaftssprache an Beispielen

In der Gegenwart spielt der zunehmende Bedarf nach einem internationalen, ja globalen Verständigungsmittel eine große Rolle. Als Ursache dafür wird immer wieder die Globalisierung genannt. Globalisierung erfordert eine Globalsprache - und diese Globalsprache ist die englische Sprache. Ihren Siegeszug als Globalsprache hat das Englische 1919 begonnen. Der 28. Präsident der USA, Thomas Woodrow Wilson, hatte Englisch als zweite Vertragssprache neben Französisch für den Versailler Vertrag durchsetzen können⁹⁰.

Vor allem die Bereiche Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung sind es, die mit großem Tempo auf Englisch als Globalsprache hinarbeiten. International warnen Linguisten schon lange vor den Folgen der Globalisierung und den weltweiten Vernetzungen wie dem Internet. In vielen Bereichen der Wirtschaft, der Wissenschaft und der Bildung dient Englisch bereits nicht nur international, sondern auch national als Lingua franca. Harald Weinrich, Mitglied der "Deutschen Akademie für Sprache und Dichtung", bringt das auf einen Nenner: "Verschiedene Wirtschaftsunternehmen mit klingenden Namen, jedoch multinational fusioniert und mit Firmensitz irgendwo in Byzanz, haben es in den letzten Jahren für richtig erachtet, Englisch als Konzernsprache einzuführen."⁹¹ Ein Beispiel: Die Lufthansa Technik AG hat einem Techniker mit Entlassung gedroht, wenn er weiter deutsch statt englisch im dienstinternen Schriftwechsel verwenden würde. Klar und unbestritten ist, dass die Verkehrssprache der Piloten und Lotsen Englisch ("Airspeak") sein muss.

In der Werbung ist sogenanntes „Denglisch“ ganz normal.(slogan, headline, product placement, billboard, direktmarketing, coupon, publicity, tele-shopping, PR). Das liegt natürlich daran, dass dieser gesamte Wirtschaftszweig aus einem englischsprachigen Kulturgebiet stammt. Die Werbeagenturen gehen davon aus, dass die beworbene Zielgruppe so viel Englisch beherrscht, um ihre Werbebotschaft zu verstehen. Das mag bei Werbung für die IT-Branche vielleicht noch

⁹⁰ Christian Meier, *Sprache in Not?*, 1999, S.9.

⁹¹ Thomas Niehr, *Anmerkungen zu einer populären Anglizismen-Kritik*, 2002, S.1.

stimmen (z.B. IBM: "Solutions for a small planet"). Desweiteren ist man in den Werbeagenturen beharrlich der Meinung, dass sich die englische Sprache wesentlich besser verdichten lasse als die deutsche, sie sei komplexer und treffe besser den Punkt. Betrachtet man jedoch die folgenden Werbesprüche, so fällt es sehr schwer, das zu glauben: "Nichts bewegt Sie wie ein Citroen", "Neckermann macht's möglich", "Nichts ist unmöglich! Toyota". Schon allein durch die Verwendung des Stabreims lassen sich originelle, witzige Werbesprüche texten. Eine Funktion von Werbesprüchen ist, durch Abweichung vom gewohnten Sprachgebrauch Aufmerksamkeit zu erzeugen. Das erreicht man sowohl durch englische als auch durch deutsche Werbesprüche.

Aber nicht nur dieser Zweig, sondern die gesamte Wirtschaft wird sprachlich von der Supermacht beeinflusst. Auf dem internationalen Markt macht man sich dann doch eher mit "Outsourcing" (Ausgründung), "Joint Ventures" (Gemeinschaftsunternehmen) oder "Cost-Benefit-Analysis" (Kosten-Nutzen-Analyse) verständlich, um den "Break-even-Point" (Gewinnschwelle) überschreiten zu können. Ein "Goal" (Ziel), das natürlich nur mit viel "Support" (Unterstützung) erreicht werden kann. Darum "recruitet" (anheuern) das "Human Ressources Department" (Personalabteilung) nach dem "Career Check" (Lebenslaufbewertung) nicht nur "Consulter" (Berater) oder eine "Office-Managerin" (Sekretärin), sondern auch "High Potentials" (hoch qualifizierte Nachwuchskräfte) in edlen "Outfits" (Kleidung), die ihren "Eigenvalue" (Wert) kennen und "Soft Skills" (Schlüsselkompetenzen wie Team- oder Kommunikationsfähigkeit) mitbringen. Und wenn die dann dank ihrer "Performance" (Leistung) oder "Mailings" (Aussendungen) einen "Leverage-Effect" (Hebelwirkung) erreicht haben, stimmt - hoffentlich - ihre "Work-Life-Balance" (ausgeglichenes Leben) und der "Cashflow" (Zahlungsfähigkeit) des Unternehmens. Und falls nicht, werden die "Young Professionals" (junge Fachkräfte mit Berufserfahrung) zwar aufgrund mangelnder "Credibility" (Glaubwürdigkeit) "vom Boss fired" (entlassen) ⁹². Für die meisten solcher Anglizismen spricht das oben genannte Argument der Bezeichnungsangemessenheit: Anstatt nach einer häufig längeren und umständlicheren deutschen Übersetzung zu suchen, bedient man sich, indem man die Bezeichnungen der Herkunftssprache übernimmt, der Sprachkonvention der fremden Sprache und erreicht so in Bezug auf das Bezeichnete Eindeutigkeit. Aber, Computer, Service point, monitor, Facility manager, cargo, newcomer sind länger als "Rechner", "Auskunft", "Bildschirm", "Liegenschaftsverwalter", "Fracht" oder "Neuling".

Man findet aber Anglizismen aus der Wirtschaftssprache auch in der Alltagssprache, sie begegnen uns im täglichen Leben. Begriffe wie Onlinebanking, alle Arten von Service, Teamwork, Know-how, Marketing und Workshop sind jedem vertraut. Für die firmeninterne Kommunikation in global agierenden Unternehmen ist die englische Sprache sinnvoll. Ein Nebeneffekt dieser Entwicklung ist jedoch, dass viele Amerikanismen aus der Fachsprache der Wirtschaft in die Alltagssprache übergehen, weil wirtschaftliche Prozesse im Alltagsleben der Menschen eine immer größere Rolle spielen. Der "Manager" fällt heute kaum noch auf, aber auch Wörter wie "Aktiensplit", "Broker", "Boom", "Börsencrash" gehören mittlerweile zur Alltagssprache. Allerdings wird der Anteil der Amerikanismen in der wirtschaftlich geprägten Alltagssprache erheblich überschätzt.

5. Schlussfolgerungen

Die heutige Anglisierung scheint auf den ersten Blick auf einzelne sachliche oder soziale Bereiche beschränkt. Beim zweiten Blick aber sieht man, dass niemand mehr un sie herumkommt. Die Lebensbereiche in denen die Internationalismen häufig vorkommen, sind : die Wissenschaften, die sich internationaler Konkurrenz stellen, der Computerbereich, der Bereich Reise/Verkehr/Tourismus, viele Zonen der Wirtschaft, die stark trendbestimmte Bereiche Werbung, Mode, Musik. In diesen Bereichen ist heute ein großer Teil, in den extremeren Fällen

⁹² Claudia Döhner, *Für und wider des angloamerikanischen Einflusses auf den deutschen Wortschatz*, 2000, S.6.

schon die Mehrzahl aller sinntragender Wörter englisch. Das Englische dringt über alle Kanäle in unsere Sprache. Die Ursachen für die Verbreitung amerikanischer und britischer Fachausdrücke sind vielfach beschrieben worden. Durch die Globalisierung der Wirtschaft, den starken Einfluß von Popkultur, Werbung und Computertechnik auf unser Alltagsleben haben englische und amerikanische Ausdrücke und Satzstrukturen in die deutsche Sprache Einzug gehalten. Jugendliche haben heute einen weitaus größeren Wortschatz als die Generationen vor ihnen, aber aktiv benutzen sie weniger Worte. Es ist zu bezweifeln, ob durch Verbot von unnötigen Fremdwörter der aktive Wortschatz mitsamt deutscher Worte vergrößert wird. Es ist doch viel mehr zu begrüßen, wichtige Wörter aus dem Englischen, die Unsinnig wären zu übersetzen, zu übernehmen und gleichzeitig bewährte Wörter zu behalten. Sprachveränderungen konnten und können aber weder von Organisationen noch durch Verordnungen aufgehalten werden - das gilt auch für das Englische. Im Unterschied zu früheren Jahrhunderten, als Fremdwörter zumeist nur in der Sprache bestimmter sozialer Schichten (z.B. Adlige, Bildungsbürger) vorkamen, betreffen sie heute nahezu die gesamte Bevölkerung. Und das nicht nur in bestimmten Teilen der Welt, sondern global: Englisch ist die erste Sprache überhaupt, die in der ganzen Welt dominant ist, und Anglizismen sind daher häufig zugleich Internationalismen.

Neue Erfindungen bedeuten natürlich auch neue Benennungen und es liegt auf der Hand, dass diese Wörter zunächst englisch sind, wenn die neu zu benennenden Produkte in den USA entwickelt wurden. Doch es sind auch Vorteile in der Sprache selbst zu finden. Englisch hat zwar ein riesiges Vokabular, doch kann man von einer „leichten Erlernbarkeit bis zu einer kommunikativ befriedigenden Verständigung“ sprechen. Die Sprache ist außerdem beliebt, weil Begriffe aus dem Englischen oft „kürzer und so bequemer anzuwenden“ sind⁹³. Die englische Sprache verfügt über eine große Fülle an einsilbigen Wörtern und „cash klingt nun einmal flotter als Bargeld“. Auch von der „phonosymbolischen“ Kraft englischer Wörter ist öfter die Rede, man findet sie in Wörtern wie crash, boom, bounce oder splash.

Aber die deutschen Ausdrücke bieten nicht nur den Vorteil, anschaulich und sofort verständlich zu sein. Sie lassen sich auch mühelos in vollständige Sätze einbauen, dort bewegen und variieren.

Bibliographie

1. Döhner, Claudia, 2000, Für und Wider des angloamerikanischen Einflusses auf den deutschen Wortschatz, 2000.
2. Duden 2001 – Deutsches Universalwörterbuch. 4., neu bearb. u. erw. Aufl. Mannheim u.a.
3. Meier, Christian, 1999, *Sprache in Not ?*.
4. Niehr, Thomas, 2002, *Anmerkungen zu einer populären Anglizismen-Kritik*.
5. Saussure, Ferdinand de, 1916/2001: Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. 3. Aufl., Berlin, New York.
6. Stoll, Karl-Heinz, 2000, *Megasprache Englisch - Nischensprache Deutsch ?*.
7. Zimmer, Dieter E., 1998, *Deutsch und anders – die Sprache im Modernisierungsfieber*, Reinbek bei Hamburg

⁹³ Christian Meier, *Sprache in Not ?*, 1999, S.14.