

Dr. Roland Kaehlbrandt

kaehlbrandt@sptg.de

Deutsch – Sprache mit Zukunft?

Vortrag vor der Wirtschaftspolitischen Gesellschaft von 1947 e.V.
am 10.11.2010

Die Gliederung meines Vortrages:

1. Wie viele Menschen sprechen und lernen Deutsch?
2. Wie die Deutschen ihre Sprache vernachlässigen
3. Mögen die Deutschen ihre Sprache nicht?
4. Warum die deutsche Sprache trotzdem eine Chance hat

Wie viele Menschen sprechen und lernen Deutsch?

101 Millionen Menschen sprechen Deutsch als Muttersprache. (Neben Deutschland, Österreich und der Deutschschweiz sind dies das Elsass, Südtirol, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien. Ferner gibt es starke deutschsprachige Minderheiten in: Brasilien (900.000), Kanada (438.000), Kasachstan (358.000), Russland/Sibirien (767.000), Spanien (100.000) und Südafrika (500.000). In der internationalen Buchproduktion steht das Deutsche auf Platz 3. In der Zahl der Internet-Seiten auf Platz 2 (8 Prozent aller Seiten). In der Europäischen Union haben 90 Millionen das Deutsche als

Muttersprache, das sind 18 Prozent (also ohne die Schweiz). Deutsch zählt zu den zehn meistgesprochenen Sprachen der Welt.

Deutsch ist die größte Muttersprache in der Union. Rechnet man die Deutschlerner dazu, so haben 32% der EU-Bürger Kenntnisse in der deutschen Sprache. Damit liegt das Deutsche in der EU hinter dem Englischen, mit 51%, aber vor dem Französischen, mit 26%.

Weltweit lernen 16 Millionen Menschen Deutsch als Fremdsprache.

Führend sind dabei die Länder Mittel- und Osteuropas. Von Riga bis Belgrad ist die Nachfrage immer noch groß. Dort hat das Deutsche Bastionen. In absoluten Zahlen (Chart) steht im Osten Russland vorn (3,2 Mio.), gefolgt von Polen (2,3 Mio.), Frankreich (1,2 Mio.), der Ukraine (0,8 Mio.), Usbekistan (0,7 Mio.) und Ungarn (0,6 Mio.). Gemessen am Prozentsatz der Deutschlerner an der Gesamtbevölkerung (**Chart**) steht die Slowakei vorn, gefolgt von Ungarn, Polen, Dänemark, Slowenien, Kroatien, Georgien, Estland und Litauen. Die Zahlen in Ost- und Mitteleuropa sind erstaunlich positiv: Im Durchschnitt lernen dort 40 Prozent der Schüler Deutsch. In Polen lernen 49% aller Schüler Deutsch. Die Zahl steigt weiter an. In Tschechien und Ungarn sind es 43%.

Nun aber die schlechte Botschaft: Von 2000 bis 2005 hat das Deutsche rund 4 Millionen Deutschlerner verloren. Von 20 Millionen ist es auf 16 Millionen zurückgegangen. In diesem Jahr teilt das AA mit, es seien noch 14,6 Mio. (13 Mio. Schule, 1,5 Mio. Hochschule, 0,4 Mio. Erwachsenenbildung). Das ist ein Rückgang von einem Viertel in 10 Jahren.

Substanziell verloren hat das Deutsche in Russland (das rund 38% des Rückgangs ausmacht) und in den asiatischen Republiken der GUS. In Frankreich hat man den Rückgang durch sprachpolitische Initiativen stoppen können.

25 Prozent in 10 Jahren. Mir ist nicht bekannt, dass darauf in der Öffentlichkeit irgendwie reagiert worden wäre. Ich stelle mir gerade einmal vor, wie man in Frankreich darauf reagiert hätte.

Noch vor 15 Jahren, nach der Wende, hatte das Deutsche alle Chancen gehabt, Fremdsprache Nummer eins im Osten zu werden, denn das wünschten sich die neuen Demokratien. Die Angehörigen der alten Eliten sprachen noch Deutsch, und auch viele junge Menschen, denn das Herder-Institut der DDR hatte in den Staaten des Ostblocks erfolgreiche Spracharbeit geleistet. Außerdem war das Russische nach dem Fall des Eisernen Vorhangs verpönt, das Deutsche bot sich an, auch wegen der Scharnierfunktion des vereinigten Deutschland.

Diese Chance wurde vertan. Das zeigen die neuen Zahlen in aller Klarheit.

Aber kann man so etwas wirklich beeinflussen? Setzen sich die Sprachen nicht ohnehin eher von selbst durch, bzw. verlieren sie nicht von selbst ihren Einfluss? Nun, daran glaubt man vielleicht hierzulande, nicht aber bei unseren Nachbarn.

„Das Verhältnis der Sprachen zueinander ist ein solches der Konkurrenz“ (Florian Coulmas 1992: 196). Wie sieht die Konkurrenz zum Deutschen aus? Die britische Kulturpolitik drängt mit beherzter Sprachexportförderung in den Sprachenmarkt, gut ausgestattet (350 Mio. Pfund statt 307 Mio. €). Die starke Stellung des Englischen wird durchaus nicht dem Zufall oder einem scheinbar natürlichen Zuwachs überlassen. Und so hat das Englische das Deutsche in mehreren EU-Beitrittsländern bereits von Platz 1 verdrängt. („German has languished partly because Germany has been shy about *promoting its language*“, schreibt der *Economist* 7/04 als Erklärung).

Auch andere Nachbarn schlafen nicht. Die französische Sprachexportpolitik – die schon vor 25 Jahren auf den Wert von rund 4 Mrd. € geschätzt wurde (Coulmas 1992: 149) – ist mit Abstand die aufwändigste. Jüngst ist es Frankreich gelungen, die Tschechische Republik zum Eintritt in die „Francophonie“ zu

bewegen, in den Zusammenschluss der Staaten, denen die Förderung der französischen Sprache ein besonderes Anliegen ist. Auch Bulgarien gehört dazu. Gewiss macht sich Frankreich damit nicht nur beliebt, und insbesondere bei uns wird die französische Sprachpolitik belächelt. Aber: wer zuletzt lacht, wird man sehen. Warum schließen sich eigentlich deutschsprachige Länder bzw. Länder mit Deutsch als Staatssprache oder mit starken deutschsprachigen Minderheiten nicht auch zusammen?

Es wird von anderen gezielt und massiv Sprachpolitik betrieben. Warum? Weil sie meinen, dass Sprachräume auch Wirtschaftsräume sind. Weil sie meinen, dass Sprachräume auch eine politische Bedeutung haben. In der Tat: Die Besonderheit der Ware Sprache ist, dass ihr durch jeden, der sie erwirbt, Wert hinzugefügt wird. Es handelt sich um einen Schneeballeffekt **(Chart)**: Je mehr Menschen eine Sprache lernen, desto nützlicher wird sie, und je nützlicher sie ist, desto mehr Menschen wollen sie lernen (Coulmas 1992). Die Umkehrung stimmt ebenso: Ganz leicht entsteht ein „sich selbst beschleunigender Abstiegsmechanismus“ (Ulrich Ammann).

Trotzdem war in Deutschland bis dato allein schon der Begriff der Sprachpolitik verpönt. Erst in jüngster Zeit wird der Begriff überhaupt verwendet (So 2010 im „Netzwerk Deutsch“, einem

Zusammenschluss des AA und mehrerer Mittlerorganisationen). Das ist auch dringend erforderlich!

Denn die Entscheidung für die eine oder andere Fremdsprache beruht auf bestimmten Überlegungen. Das Erlernen einer Fremdsprache ist schließlich eine erhebliche zeitliche Investition. In Osteuropa ist es vor allem die Wirtschaftskraft Deutschlands, die Menschen dazu veranlasst, Deutsch zu lernen. Deutsch wird aus überwiegend praktischen Gründen gelernt. Kürzlich sagte mir ein Mitarbeiter des Goethe-Instituts, es sei eigentlich zu überlegen, ob nicht in Polen und Russland Fachsprachenkurse für Autohändler und Autokäufer angeboten werden sollten.

Zu diesem eher praktischen Trend passt es, dass immer weniger Menschen im Ausland Germanistik studieren. Gleichzeitig aber nimmt die Nachfrage nach Fachsprachenkursen deutlich zu. Man lernt Deutsch also zunehmend mit Blick auf berufliche und wirtschaftliche Vorteile.

Das tut man allerdings natürlich nur, solange die Wirtschaftstätigkeit im deutschen Sprachraum noch mit der deutschen Sprache verknüpft ist. Und das wiederum hat mit der „Sprachkultur“ (Harald Weinrich) zu tun.

Wie wir unsere *Sprache vernachlässigen*

Man bewertet an einer fremden Sprache auch die *Sprachkultur*, die sie hervorbringt, oder in die sie eingewoben ist – das, was in der Innen- und Außenwirkung ihr *Prestige* hervorbringt.

Dafür steht seit Jahrhunderten das Beispiel des Französischen. Die Faszination, die die französische Sprache nach wie vor auf viele Ausländer ausübt, liegt auch an der Wertschätzung, die die Franzosen ihrer Sprache entgegenbringen – vom Arbeiter bis zum Minister. Ich erinnere mich, wie einmal eine Radiojournalistin von *France Culture* bei einer Diskussion in Tränen ausbrach, weil sie die französische Sprache nie ganz beherrschen werde. Dergleichen ist bei uns schwer vorstellbar. Dieser Nimbus, den das Französische bis heute hat, diese „Kunst, zu sich selbst aufzublicken“, ist eben auch ein erheblicher Marktvorteil für eine Sprache. Die Gewohnheit, seine eigene Sprache gering zu schätzen, ist dagegen ein Marktnachteil.

An der deutschen Sprachkultur hapert es aber ganz gewaltig. Aber nicht zuerst im Ausland, sondern bei uns selbst, vor der eigenen Haustür.

Das Deutsche wird von vielen im eigenen Lande als ein konsonantischer, komplizierter Regionaldialekt angesehen. Ein deutscher Ministerpräsident – ein konservativer ... – meinte vor ein

paar Jahren, Englisch sollte Verkehrssprache werden, und es genüge, wenn das Deutsche eine „Familiensprache“ sei. (Wie gut, dass er nun selbst sein Englisch in den Diensten der EU in voller Schönheit pflegen kann!).

Wir selbst untergraben unsere Sprache. Woran sieht man das?

Da ist einmal der Jargon unserer so genannten Schwatzgesellschaft. Es hat sich eine Art übergreifender Jargon herausgebildet, den ich als das *Elite-* oder *Plastik-Deutsch* bezeichnen möchte. Es ist gekennzeichnet durch Unbestimmtheit (wie *Vision, Struktur, Synergie, Rahmen, Bereich*), durch Aushöhlung und Umwidmung sinnvoller Begriffe (*Unternehmenskultur, Verkaufsphilosophie*) und durch Übertreibung (*unheimlich spannend, Herausforderung, Käuferlebnis*).

Das Plastikdeutsche ist aber auch pedantisch. Es sagt die Dinge lieber doppelt:

Fachexperte

Kooperative Zusammenarbeit

individueller Einzelservice

sektorieller Bereich

überwiegende Mehrheit

intuitive Eingebung

konkreter Einzelfall

paradigmatisches Beispiel

selbstidentischer Markenkern

gefühlte Stimmung

Es gibt auch das Gegenteil zur Tautologie, nämlich den Gegensatz oder Widerspruch: das *wachsende Desinteresse* oder die *partielle Vollverkabelung*. Natürlich ist es schön, wenn man so etwas findet, weil es so komisch ist – und damit die Aufgeblätheit des Sprechers entblößt. Oft aber ist es gar nicht so, dass uns Blähformen auffallen. Im Gegenteil: Sie nisten sich unmerklich ein in unserem Sprachgebrauch, und deshalb verbreiten sie sich auch. Es ist dabei wie mit dem Trampelpfad. Irgendeiner weicht vom bekannten Begriff ab - meist ist es ein Angehöriger unserer Eliten – und andere folgen, sprechend und schreibend.

Was sind Plastikwörter?

An diesen Wörtern kann man viel von unserer Zeit erkennen – und andererseits bringen sie selbst unsere Zeit und ihre Denkungsart auch selbst mit hervor. Es sind Wörter für den schnellen Verbrauch. Sie werden gemacht von Werbeleuten, Unternehmensberatern, Politikern. Und so sind diese Wörter auch: Es sind Plastikwörter. Wörter, die rasch geformt, rasch massenhaft verbreitet und manchmal ebenso rasch wieder

eingeschmolzen werden. Plastikwörter sind so etwas wie Sprachmüll. Und der hat die Eigenschaft, dass er beim näheren Hinsehen die menschlichen Schwächen seiner Schöpfer und Nutzer zutage fördert. Hinter den Plastikwörtern stecken zum Beispiel Triebkräfte wie Eitelkeit – etwa wenn ein Berater von „sektorübergreifender Vernetzung“ spricht. Abgehobenheit und Realitätsferne zeigen sich in Anglizismen wie dem *Master of Education*, der allen Ernstes den Lehrer ablösen soll, oder auch in der Aktion *Brain up*, mit der deutsche Hochschulen aufgepeppt werden sollen, ganz zu schweigen vom *Exzellenz-Cluster*“.

Dieser Plastik-Jargon gibt sich gern amerikanisch. Er pflegt die Anglizismen. Ich zitiere die deutsche Modeschöpferin Jil Sander **(Chart)**:

„Mein Leben ist eine giving story. Ich habe verstanden, dass man contemporary sein muss, das future-Denken haben muss. Meine Idee war, die hand-tailored-Geschichte mit neuen Technologien zu verbinden. Und für den Erfolg war mein coordinated concept entscheidend, die Idee, dass man viele Teile einer collection miteinander combinen kann. Aber die audience hat das alles von Anfang an supported. Der problembewusste Mensch von heute kann diese Sachen, diese refined Qualitäten eben auch appreciaten. Allerdings geht unser voice auch auf bestimmte Zielgruppen. Wer Ladysches will,

searcht nicht bei Jil Sander. Man muss Sinn haben für das effortless, das magic meines Stils.“

Das Pidgin-Deutsch, das hier als Konzentrat dargeboten wird, verbreitet sich.

Ihm Jahr 2006 wurde die WM von Sprachschöpfern als Einfallstor für die Sprachpanscherei genutzt. So beschreibt die FAZ (16.6.2005), wie die WM-Helfer – pardon, die „volunteers“ – von ihrem Chef – pardon, dem „lead volunteer“ – auf ihren Einsatz vorbereitet werden: „Am Welcome Desk überprüft ihr auf der Screen die Accreditation Cards [...], verteilt die Welcome Bags und verweist auf das Sinage, den Weg ins Venue.“ Großleinwände heißen „Public Viewing“, und beim Kartenverkauf („Ticketing“) heißt das Prinzip: „First come, first served“ (Quelle: Caroline Beck, dpa).

Wie wäre es, wenn wir konsequent wären und zum Beispiel auch gleich alle beliebten Freizeitaktivitäten anglisierten: Da böte sich das „mushroom searching“ an, oder auch das „freshair snapping“ (Vorschlag von Gerhard Polt).

Wie hat Rudi Carrell treffend gesagt: „Als ich nach Deutschland kam, sprach ich nur Englisch – aber weil die deutsche Sprache inzwischen so viele englische Wörter hat, spreche ich jetzt fließend Deutsch.“

Zu den Erscheinungen der Anglisierung gehört auch der „Wörterbruch“ (Zimmer 1997) der Werbung (**Chart**), wie Bike-Fit-Aktion, Car HIFI oder Clinique-ServiceTelefon.

Übrigens: Wir erwarten von den 7,4 Millionen Zuwanderern in Deutschland, dass sie möglichst perfekt Deutsch lernen sollen. Welches Deutsch soll das eigentlich sein?

Gegen Sprachimport ist nicht grundsätzlich etwas zu sagen. Doch die hohe Dosis, die wir in zentralen Lebensbereichen zu uns nehmen, greift die Grundlagen unserer Sprache (neben der Wortbildung auch die Grammatik) an.

Ich nenne als Beispiel nur die Konjugation von Verben. Wie handhaben wir es denn mit folgenden häufig gebrauchten Anglizismen:

- Sie sightseete? Sie sightsaw? Sie sightsah?
- Wir haben das Material recycled? Gerecycelt?
- Wer hat das gelayoutet? Outgelayed? Outlayed?
- Hast du das backuped? Gebackupt? Upgebackt? Aufgebacken?

(Beispiele von Dieter E. Zimmer 1997: 60)

Die Schreibweisen und die Frage der Aussprache habe ich hier gar nicht erst näher behandelt.

Wie konjugieren wir biken? Du bikest? Du bikst? Du beikst? Wie deklinieren wir easy oder sexy? Eine easye Klassenarbeit? Eine sexyere Werbekampagne? Oder wie seit neustem mit der deutschen Endung –ig, also rockig, peacig, funnig? (Zifonun 2002).

Welches ist das grammatische Geschlecht von E-Mail, Event, Laptop?

Die Anglizismen bringen also viele Unsicherheiten mit sich, wenn sie nicht eingedeutscht werden (was natürlich in vielen Fällen auch geht, wie z.B. ein softer Typ, des soften Typs – es hängt von den Endungen ab). Und diese Unsicherheiten greifen, so Dieter E. Zimmer, den Tiefencode der deutschen Sprache an.

Unter den Neuwörtern der 90er Jahre machen die Anglizismen 40% aus (Zifonun 2002). Mit anderen Worten: Fast jedes zweite Wort, das im vergangenen Jahrzehnt neu gebildet wurde, war englisch. Das Deutsche hat damit unter den europäischen Sprachen den größten Zuwachs. (Die Bereiche: Computer, Erlebnisgesellschaft, Medien, Sport).

Ein paar Beispiele, die Sie alle kennen: *chat group*, *cyber sex*, *burn out*.

20% der Neuwörter waren Mischformen aus Deutsch und Englisch, z. B.: *Sound-Karte*, *wegzappen*, *Kuschel-Rock*, *Push-up-BH*.

Nur 40% der Neuschöpfungen hatten einen deutschsprachigen Ursprung, z. B.: *Elchtest*, *Hüpfburg*, *Drohkulisse*, *Quängelware*, *Datenautobahn*, *Zickenalarm*. Die Beispiele zeigen übrigens, wie viel einprägsamer, bildhafter und anspielungsreicher die deutschen Neuprägungen sind.

Gerade in der Werbung sind Anglizismen häufig. Viele Bürger verstehen sie aber gar nicht. Dass 66% der Konsumenten den Werbespruch der Parfümerie-Kette Douglas „Come in and find out“ missverstehen (als: „Kommen Sie rein und finden Sie wieder raus“), sollte den Werbestrategen zu denken geben. Bei dem Wahlspruch von RWE – „one group – multi utilities“ – sind es gerade einmal 15%, die überhaupt nur *glauben*, ihn zu verstehen (Untersuchung der Agentur *Endmark*).

Allerdings sinken die Anglizismen derzeit relativ zu den 90er Jahren. In den Nullerjahren werden Neologismen vor allem in den Bereichen Soziales, Politik, Gesellschaft geschaffen (Arbeitslosengeld II, Eineurojob, Praxisgebühr, Riesterrente.

Aktuelle englische Neologismen: Anti-Aging, Best-Ager, Flatrate-Saufen, Kuschelparty, ups, yep). (Nach Steffens 2010).

Wir brauchten heute wieder eine solche umfassende „Sprachkultivierung“ (von Polenz 1994: 106), wie sie der deutschen Sprache vom Späthumanismus bis zur Romantik zugute kam, als Philipp von Zesen ein Wort wie „*Leidenschaft*“ für „*Passion*“ erfand und verbreitete oder als sich Johann Heinrich Campe Wörter wie „*feinfühlig*“ und „*schönggeistig*“ ausdachte! (Übrigens hat dieser Sprachschöpfer auch profanere Wörter erfunden wie „*Hochschule*“, „*Lehrgang*“ oder „*dienstunfähig*“).

Damals wurden deutsche Wörter geschaffen wie

- Zufall (für *accidens*)
- Jahrhundert (für *saeculum*)
- Geschmack (für *gusto*)
- Stelldichein (für *Rendezvous*)
- Abstand (für *Distanz*)
- Anschrift (für *Adresse*)
- Mundart (für *Dialekt*)

Wir haben aber derzeit keine *Sprachkultur*, kein *Sprachbewusstsein*, das solche Erscheinungen im Zaum hält

und das ihnen wirkungsvoll etwas entgegen setzt. Wenn wir eine erstklassige *sprachliche Bildung, eine Stilbildung* hätten, die zeigte, wie man besser formuliert, dann hätte dieser Jargon mit der ihm zugrunde liegenden Haltung einen ernst zu nehmenden Widerpart. Auch die Bildung einer „Deutschen Akademie“ wäre begrüßenswert, aber dem steht der Kulturföderalismus im Wege – und auch noch vieles andere mehr.

Der Sprachwissenschaftler Jürgen Trabant gibt deshalb folgende Prognose: „Das Deutsche wird seinen Rang als bedeutende Kultur-Technik nicht halten, weil die Gemeinschaft seiner Sprecher all diese Eigenschaften des Sprechens – Feinheit, Eleganz, gesellschaftliche Anmut, Klarheit – immer mehr missachtet und daher – aus historischer Mutlosigkeit – auch das Werkzeug immer mehr vernachlässigt, dessen Pflege ihr aufgetragen ist.“

Eine Sprachkultur setzt eben auch den Willen voraus, sie zu formen. Aber wollen wir das? Daran kann man zweifeln. Denn in wichtigen Bereichen führen wir selbst den „Domänenverlust“ (Ammon) ein:

- In etlichen traditionsreichen deutschen Unternehmen wurde in den letzten Jahren das Englische als Unternehmenssprache eingeführt. Man hat nicht einmal das

Deutsche *daneben* belassen. Aus welchen wirtschaftlichen Erwägungen soll dann eigentlich noch jemand im Ausland Deutsch lernen? Ja, es ist gerade so, dass Ausländern, die Deutsch lernen, in Unternehmen gesagt wird, sie hätten besser Englisch gelernt.

- In Deutschland werden inzwischen 700 Studiengänge auf Englisch angeboten.
- Andererseits gibt es außerhalb des deutschen Sprachraums 74 deutschsprachige Studiengänge. Wie passt das eigentlich strategisch zusammen, die eigenen Vorteile im Ausland durch nachteilige Angebote aus dem Inland zu unterminieren?
- Auch wissenschaftliche Konferenzen werden immer häufiger direkt nur auf Englisch angeboten, so dass osteuropäische Wissenschaftler, die hervorragend Deutsch können, aber im Englischen schwächer sind, den Kopfhörer aufsetzen müssen. Ausländische Freunde der deutschen Sprache schämen sich übrigens angesichts des Umgangs der Deutschen mit ihrer Sprache und leiden darunter. Was werden sie wohl ihren Kindern raten zu lernen?
- In den Wissenschaften werden ganze deutsche Fachwortschätze und damit auch Argumentationsstile aufgegeben (die

man in Jahrhunderte langer Arbeit gegen das Latein entwickelt hat), und das in einer wissenschaftsbasierten Gesellschaft (Nach Ammon publizieren auf Englisch 80 bis 85 % der deutschen Naturwissenschaftler, 50 % der Sozialwissenschaftler, 20 % der Geisteswissenschaftler). Die *Gebrauchseinschränkung* (Coulmas 1992: 222) – man nennt es auch Domänenverlust – ist aber erfahrungsgemäß eine echte Gefährdung lebendiger Sprachen, zumal gerade wissenschaftliche und technische Fachsprachen die Allgemeinsprache in besonderer Weise bereichern und anpassungsfähig halten. Damit wird auch der Abstand zwischen Wissenschaft und Gesellschaft immer größer.

- Wird die Justiz – die letzte Bastion - der nächste Bereich sein? Es wird ja diskutiert, dass Zivilprozesse in Deutschland auf Englisch stattfinden sollen.
- Auch Kitas und Schulen führen vermehrt Englisch als Unterrichtssprache ein. Dazu polemisiert der Sprachwissenschaftler Jürgen Trabant in der SZ: „Während sich auf der einen Seite der gesellschaftlichen Skala ein erklecklicher Anteil der Menschen als unfähig oder unwillig erweist, in die deutsche Sprachgemeinschaft einzutreten, investiert das andere, obere Ende der Gesellschaft erhebliche Mittel und Anstrengungen in den Ausstieg aus der deutschen Sprachgemeinschaft.“ Und er fügt hinzu: „Wozu

sollen Immigrantenkinder Deutsch lernen, wenn die Arbeitssprache dieses Landes Englisch ist?“ (www.zeit.de/2010/27/Deutsch-Muttersprache?page=all)

- In der Europäischen Kommission ist Deutsch weit abgeschlagen hinter Englisch und Französisch. Das ist hausgemacht, denn 1973, als Großbritannien der EG beitrug, verzichteten die Deutschen darauf, Deutschkenntnisse zur Voraussetzung für hohe EG-Beamte zu machen. Frankreich und England verzichteten natürlich nicht auf den Vorrang ihrer Sprache. Wenn das Deutsche als Arbeitssprache und als Relais-Sprache für das Dolmetschen in der Union ausfällt, dann fällt auch das Französische. Dann wird Europa spracharm. „Lernfaul und sprachgeizig“ (Harald Weinrich) hatten wir uns das moderne Europa aber eigentlich nicht vorgestellt. (Der ganze Übersetzungs- und Dolmetschungsapparat der EU kostet uns übrigens nur den Preis eines Capuccino im Jahr, nämlich 2,80 € pro Bürger.)

Mögen wir unsere Sprache nicht?

Nein, viele mögen unsere Sprache nicht. Jürgen Trabant hat die Ursache dafür so benannt: „Das Globalesische ermöglicht den Deutschsprachigen den ersehnten Abschied von der gemeinsamen, aber schuldigen Kultur.“ (Frankfurter Rundschau, 29.3.2003). Unsere Sprachgemeinschaft habe

„den Weg hinaus aus der eigenen, fremd gewordenen Sprache gewählt“, und zwar von der Disko bis zur Chefetage.

Aber stimmt es eigentlich, dass es eine gleichbleibend gleichgültige oder gar ablehnende Haltung in der Bevölkerung gegenüber unserer Sprache gibt? Nach einer Studie des Instituts für Deutsche Sprache in Mannheim (Stickel 1999: 21) interessierten sich vor 12 Jahren rund 60% der Deutschen wenig oder gar nicht für ihre Sprache (25 Prozent interessieren sich überhaupt nicht dafür, und nur 3,6 Prozent interessieren sich sehr dafür). 19 Prozent konnten sich unser Land auch gut ohne Deutsch vorstellen.

Zehn Jahre später gibt es gewisse Einstellungsveränderungen (IDS, Projektgruppe Spracheinstellungen, 2009): Während 1998 nur 13 Prozent ein großes Interesse an der Pflege der deutschen Sprache hatten, sind es jetzt 35 Prozent. 87 Prozent gefällt die deutsche Sprache gut bis sehr gut. 78 Prozent meinen, es sollte mehr für die deutsche Sprache getan werden. In diesen Zahlen finden Sie auch die Stimmen der Zuwanderer, also von Bürgern, die keine deutschen Muttersprachler sind. Ihnen ist es noch wichtiger als den Deutschstämmigen, dass man sich beim Sprechen und Schreiben sorgfältig ausdrückt.

Ist es vielleicht so, dass die rasanten Sprachveränderungen der 90-er Jahre den Menschen jetzt doch langsam zu weit gehen?

Es hat den Anschein. Aber ist diese Einstellungsänderung auch überall angekommen. Ich glaube nicht. Denn die Gebrauchseinschränkung der deutschen Sprache schreitet weiter voran.

Und trotzdem bin ich Sprachoptimist.

Warum die deutsche Sprache eine Chance hat

Zum Optimismus verleiten mich einige Tatsachen und Erfahrungen, mit denen ich zum Schluss komme. Sie beschreiben, dass es möglich ist, das Interesse an unserer Sprache wieder zu beleben, dass wir also etwas erreichen können, wenn wir uns engagieren, einmischen.

Dazu gehört der erkennbare Wille der deutschen Stellen (AA, Goethe-Institut), so etwas wie Sprachpolitik zu betreiben. Beispiel ist die Initiative PASCH (1.420 ausländische Schulen mit Deutschen Sprachdiplom als Abschluss werden systematisch gefördert). Dazu gehört auch der Schatz der deutschen Auslandsschulen, die Stärke des deutschen Buchmarktes und dessen internationales Ansehen (Booss), überhaupt ein gutes Ansehen Deutschlands im Ausland.

Optimistisch bin ich aber auch, weil es wieder eine erfolgreiche deutsche Populärmusik gibt, die sich aus der Jugend selbst entwickelt und die derzeit mehr CD's verkauft als der ewig gleich klingende Import aus dem Ausland. Und das trotz geringer Abspielbereitschaft des Rundfunks. Vor allem die unglaublichen

Erfolge von „Tokio Hotel“ in Frankreich und Russland zeigen, dass Überraschungen möglich sind. Optimistisch bin ich außerdem, weil es einen gewissen Überdruß an der kulturellen Selbstaufgabe gibt und weil sich ein neues Selbstbewusstsein mit Augenmaß herauszubilden scheint.

Optimistisch bin ich aber auch wegen der besonderen Qualitäten unserer Sprache selbst: Wegen ihres großen Wortschatzes (*anschniegen, unnahbar*), der wunderbare Unterscheidungen zulässt. Wegen der bequemen Wortbildung, die die Kombination von Wörtern leicht macht und zugleich deren Erlernen. Wegen des reichhaltigen Satzbaus, der eine unglaubliche Ausdrucksfülle ermöglicht. Und schließlich wegen der sprachlichen Schätze, die aus dieser Sprache hervorgegangen sind.

Optimistisch bin ich schließlich aufgrund eigener positiver Erfahrungen mit Projekten, die sich der deutschen Sprache widmen. Vor sieben Jahren habe ich – damals als Geschäftsführer in der Hertie-Stiftung in Frankfurt – ein kleines Debattier-Projekt begonnen. Wir wollten herausfinden, ob sich Schüler für den geregelten, fairen Streit über gesellschaftliche Fragen interessieren. Ob sie sich für das freie Wort gewinnen lassen. Anfangs wurde mir abgeraten. Jugendliche interessierten sich für Musik, für Sport, aber doch nicht für das freie Wort, wurde mir gesagt. Aber wir glaubten diesen Stimmen

nicht. Wir schrieben einige wenige Regeln auf und boten eine Lehrerausbildung an. Inzwischen nehmen nun 90.000 Schüler in ganz Deutschland am „Bundeswettbewerb Jugend debattiert“ teil. Vier große Stiftungen finanzieren „Jugend debattiert“: Hertie, Mercator, Nixdorf und Bosch. Der Bundespräsident ist Schirmherr. Alle 16 Kultusminister beteiligen sich. Alle öffentlichen Rundfunkanstalten sind Medienpartner. Die Jugendlichen lernen, vor großem Publikum ihre Meinungen zu bilden, zu formulieren und die Tragweite ihrer Argumente auszuprobieren. Das ist für sie *sprachliche Bildung und Persönlichkeitsbildung*. „Jugend debattiert“ ist anders als Christiansen oder die deutsche Schwatzkultur. Wir mussten dazu kaum etwas erfinden, nur etwas wieder beleben, denn die Debatte gab es schon in der Antike. Aber sie gibt es jetzt eben auch bei uns. Es war gar nicht schwer, dahin zu kommen. Es reichte die Idee und ein gutes Format.

Es wird eine Generation von sprachfähigen und sprachbewussten jungen Menschen ausgebildet. Das Erstaunliche aber ist, dass „Jugend debattiert“ auf großes Interesse bei unseren Nachbarn stößt. Inzwischen läuft das Projekt in Polen, Tschechien, in der Ukraine, in Estland, Lettland und Litauen. In welcher Sprache? In Deutsch. Vor zwei Jahren lernte ich in Berlin die siebzehnjährige Siegerin der baltischen Debattiermeisterschaften kennen, Beata Pecionaityte. „Ja, ist denn Deutsch nicht eine schwere Sprache?“, wurde die junge

Litauerin von den überraschten deutschen Debattenmeistern gefragt. „Deutsch – schwer? Nicht für uns!“, war ihre Antwort.

Dass es eine Notwendigkeit für derartige populäre Formen der Sprachbildung gibt, liegt allerdings auch auf der Hand. Die PISA-Ergebnisse zeigen in steter Monotonie, wie schlecht die Sprachbeherrschung deutscher Schüler ist. Und die Sprachstandserhebungen bei Kindergartenkindern zeigen, dass fast jedes fünfte deutschsprachige Kind in seiner sprachlichen Entwicklung gestört ist. Dabei ist Sprachbildung zugleich auch Persönlichkeitsbildung.

Optimistisch stimmt mich auch der „DeutschSommer“ unserer neuen Stiftung Polytechnische Gesellschaft. Wir geben Zuwandererkindern in Frankfurt in den Sommerferien die Möglichkeit zu einer umfassenden Deutsch-Schulung. Die Begeisterung der Kinder ist groß – auch das Interesse der Eltern.

Und schließlich bieten wir mit der Stiftung Polytechnische Gesellschaft, der UBS, der Möllgaard-Stiftung und mit dem Goethe Institut Frankfurt ein neuartiges Sprachprojekt an, die „Sommerstipendien für die besten Deutschschüler aus Frankfurts Partnerstädten“. Die besten Deutschschüler aus Frankfurts 13 Partnerstädten werden im Sommer für drei Wochen zu uns kommen, um Frankfurt kennen zu lernen und

ihre Sprachkenntnisse zu erweitern. Dabei arbeiten sie auch eine Deutsche Sprachgala aus. Damit fördern wir den internationalen Austausch und zeigen, dass es attraktiv sein kann, Deutsch zu lernen.

Als nächstes wollen wir einen großen Rechtschreibwettbewerb in Frankfurt veranstalten, um die Rechtschreibung – mit einem Augenzwinkern natürlich – in das Bewusstsein zu rücken, denn sie braucht es!

Zum Schluss meine Empfehlungen – was wir tun müssen:

- Für Mehrsprachigkeiten in den ausländischen Schulsystemen eintreten – das ist überlebensnotwendig für das Deutsche als Fremdsprache
- Die Deutschkenntnisse ausländischer Wissenschaftler, die bei uns forschen, fördern und fordern
- Studiengänge sprachlich gemischt halten (wenigstens englisch-deutsch)
- Sprach- und Stilbewusstsein fördern
- Sprachexportpolitik verstärken, insbesondere das deutsche Auslandsschulwesen ausbauen
- In großen Unternehmen das vorausseilende sprachliche Entgegenkommen nicht übertreiben – vielleicht lernt ja

auch der Andere ein paar Worte Deutsch. Kann man vielleicht auch eine Zweisprachigkeit gelten lassen?