

W I G O W E I G A N D, B A D E N - B A D E N
V O M W E R B E N U N D S C H R E I B E N

Die Sonne schien auf den kleinen, mit alten Kastanienbäumen, die einstweilen noch kahl waren, bestandenen Platz, der dicht bei der Kirche gelegen war und gleichsam die Agora der Ortschaft bildete . . . Auf einigen Steinbänken saßen und spielten Kinder herum, während die Mütter und älteren Töchter an einem von kaltem Bergwasser, womit er reichlich gespeist wurde, überfließenden, antiken Marmorsarkophag Wäsche wuschen und in Körben zum Trocknen davon trugen . . .

ZUNÄCHST sagen wir nicht, woher diese Sätze stammen; genug, daß sie sich einem berühmten, sogar sehr berühmten, noch lebenden Schriftsteller aus der Feder oder Schreibmaschine gestohlen haben. Diese Tatsache beweist, wie schwer »deutsches Sprach« doch immer noch ist.

Wir haben im Deutschen leider Schrift- und Redensprache zu unterscheiden. Wohl sprechen wir manchmal so, wie uns der Schnabel gewachsen ist, aber wir schreiben beileibe nicht so, obwohl wir doch zum großen Teil mit dem Schnabel schreiben, nämlich ansagend durch das Mittel unsrer Kurzschreiberinnen.

Hätte sich der berühmte Verfasser der beiden oben angeführten Sätze das erstaunte Gesicht des Lesers vergegenwärtigt, so würde er die Sätze weder gesprochen noch geschrieben haben; hätte er die Sätze sprechend nachgelesen, so würde er sie nicht haben stehen lassen. Somit hat er zwei Pflichten des Schreibers verletzt: die Rücksicht auf den Leser und das Nachprüfen des Geschriebenen durch Ohr und Zunge.

Halten wir diese Pflichten nachdrücklich fest und erhärten wir sie durch die Feststellung: die beiden ohrverletzenden Sätze stammen aus dem »Ketzer von Soana« von Gerhart Hauptmann. Wenn ein so berühmter Schriftsteller solche Schnitzer macht, so haben wir armen deutschen Werbeschreiber gewißlich noch mehr als er aufzupassen, daß uns solche Dinge nicht unterlaufen; denn es ist unsre Aufgabe, gelesen und verstanden

zu werden, wenigstens insoweit wir für Sachen von Wert sachlich werben wollen. Für Quacksalbereiwerbung mag ein besonderer Quacksalberstil am Platze sein.

Forderungen an das Werbewort (soviel und mehr denn an jedes deutsche Schriftstellerwort): klar und wahr, nicht verschachtelt und verlogen, gerade heraus, nicht weitschweifig, sichtbar, nicht dunkel, lieber schmucklos als unter Beiwortblumen erstickend, deutsch, nicht welsch! — Wie viele Leser des Ketzers von Soana wissen z. B. ohne Wörterbuch, was eine Agora ist? Wer hält das Wort im ersten Augenblick nicht für den Druckfehler für Angora? (Agora ist ein altgriechisches Wort und bedeutet einen Marktplatz, umgeben von Säulenhallen).

Man stelle sich vor: man lese in einem Werbeaufsatz: »Ihr Blick fiel auf einen mit X-Reifen, die einstweilen noch drall waren, bereiften Kraftwagen, der vorn im Schaufenster stand und gleichsam die Barnumität dieses Ortes bildete« (Barnumität ist ja leider nur halb so gelehrt wie Agora).

Ist es denkbar, daß sich ein Werbeschriftsteller so ausdrücken dürfte? Nicht einmal für Humor würde das aufgenommen werden.

Daß viele berufen und wenige auserwählt sind, trifft auch für die Menschen zu, die Werbetexte schreiben. Mancher Kaufmann, gewohnt, sich täglich schriftlich auszudrücken (leider nur zu oft mit fertigen Sprachstöcken), hält sich ohne weiteres für auserwählt. Zuweilen mag er einen annehm-