

**Przeczytaj poniższy tekst, a następnie zaznacz właściwe, zgodne z jego treścią odpowiedzi na pytania (7.1. – 7.6.), zakreślając literę A, B, C lub D. Za każde poprawne rozwiązanie otrzymasz 1 punkt.**

## NEUE WERBESPRÜCHE

(7.1.) „Wohnst du noch, oder lebst du schon?“ Wer in der deutschen Sprache lebt, dem fallen aus der letzten Zeit vor allem deutsche Werbesprüche ein. Fast unbemerkt von der Öffentlichkeit scheinen englische Ausdrücke in Deutschland höchstens noch zu wohnen. Die inzwischen vielfach abgewandelte Ikea-Frage zeigt jedenfalls, dass der englischen Sprache in der Werbung kein rundum schönes Leben mehr beschieden ist.

(7.2.) Schon vor einiger Zeit beobachtete Walter Krämer „mit großer Freude“, dass die besseren Geschäfte nicht mehr auf Englisch für sich und ihre Marken werben. Und die Mitgliederzahl des sprachwahrenden Vereins nimmt weiter zu, so dass jetzt mehr als 20 500 Menschen mit Krämer um die Zukunft des Deutschen bangen. Krämer wird aber dem eigentlichen Ziel des Vereins, der Selbstauflösung wegen Erfüllung des Vereinszwecks, kaum näher rücken. Denn englische Lehnwörter dringen weiter ins Deutsche vor, wie das neue Neologismen-Wörterbuch beweist.

(7.3.) Im vergangenen Sommer wurde englischen Sprüchen im Deutschen jedoch der erste Schlag versetzt. Die Kölner Agentur Endmark fand heraus, dass die Mehrheit von 1104 befragten Verbrauchern englische Werbesprüche gar nicht oder zumindest nicht im Sinne des Unternehmens verstanden. „Be inspired“? Auf diesen Siemens-Spruch konnten sich nur wenige einen Reim machen. „Come in and find out“? Die Kampagne von Douglas wurde zum Klassiker aller Missverständnisse: Manche meinten, es gehe darum, hereinzukommen und schnell wieder hinauszufinden.

(7.4.) Woran es liegt, dass auch Biermarken von „light“ auf „leicht“ umgestellt haben, ist schwer zu sagen. Der Hannoveraner Linguist Peter Schlobinski vermutet, dass Anglizismen ihre Funktion verlieren, wenn man sich an sie gewöhnt. Das lasse englische Ausdrücke für die Werbung nicht mehr so interessant erscheinen.

(7.5.) In Zeiten der Konsumstarre herrscht die Angst, Fehler zu machen. Erfahrung sei wieder etwas wert – und die verknüpfe sich eher mit der deutschen Sprache. Das Nationale sei heute in Deutschland stärker erlaubt als noch vor wenigen Jahren. Zudem hat Bernd Samland festgestellt, dass Englisch populär, aber austauschbar ist: „Spontan fallen einem hauptsächlich deutsche Slogans ein“.

(7.6.) Beim Verein Deutsche Sprache, der vor allem im vergangenen Jahr stark gewachsen ist und sich osterweiternd den kompletten lettischen Deutschlehrerverband zu Mitgliedern gemacht hat, bleibt man pessimistisch. Zwar meint Krämer, dass das Englische mit der abnehmenden Beliebtheit Amerikas im vergangenen Jahr an Bedeutung verloren habe. Aber seine Arbeit geht weiter, solange noch am Bodensee Heißluft-Ballonfahrten als „Hot air Ballooning“ angepriesen werden.

*nach: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2.10.2004*

**7.1. Welche Bedeutung hat die englische Sprache?**

**A.** Sie erfreut sich in der Werbung immer größerer Beliebtheit.

- B.** Sie wird vor allem in der deutschen Werbung verwendet.
- C.** Sie wird immer mehr von der Werbung verdrängt.
- D.** Sie spielt eine sehr wichtige Rolle in der Werbung.

**7.2.** Was behauptet Walter Krämer?

- A.** Englisch wird besonders oft in guten Geschäften benutzt.
- B.** Der Zweck des Vereins wurde längst erreicht.
- C.** Das Interesse an dem sprachwahrenden Verein nimmt ab.
- D.** Es gibt immer mehr Anglizismen im Deutschen.

**7.3.** Wie wurden englische Sprüche zur Kenntnis genommen?

- A.** Die meisten englischen Sprüche waren verständlich.
- B.** Der Siemens-Spruch „Be inspired“ war ein Hit.
- C.** Der Douglas-Spruch wurde zum Paradebeispiel für verständliche Werbung.
- D.** Die wenigsten der Befragten verstanden Englisch in der Werbung.

**7.4.** Wie ist der aktuelle Stand der Werbesprache?

- A.** Englisch scheint für die Werbung nicht mehr interessant zu sein.
- B.** Bei Biermarken hat sich die englische Sprache durchgesetzt.
- C.** Anglizismen üben immer größeren Einfluss auf Linguisten aus.
- D.** Es steht fest, dass man sich nur schwer an Anglizismen gewöhnt.

**7.5.** Welche Tendenz wird jetzt in der Werbung beobachtet?

- A.** Die Kunden merken sich deutsche Werbesprüche leichter.
- B.** Die Fehler sind auch während der Konsumstarre erlaubt.
- C.** Man verzichtet auf die Erfahrung in der deutschen Werbung.
- D.** Für das Nationale bleibt in Deutschland wenig Platz.

**7.6.** Welcher Ansicht ist Krämer?

- A.** Er sollte schon heute auf seine Arbeit verzichten.
- B.** Lettische Lehrer wollten nicht zum Verein der Deutschen Sprache gehören.
- C.** Der Verein der Deutschen Sprache muss nicht unbedingt tätig sein.
- D.** Die abnehmende Beliebtheit der USA wirkt sich negativ auf die Popularität des Englischen aus.

