

Die reinste Puromanie

Sie wollen Action, Spannung, Erotik, Leidenschaft? Was immer ihr Herz begehrt, Sie sollen es bekommen – und zwar pur. In anderer Form werden diese Artikel heute auch gar nicht mehr angeboten.

Wer sich auf die Suche nach Entspannung begibt, dem wird in Anzeigen, Katalogen, im Fernsehen und auf Internetseiten jede Menge davon versprochen, zu unterschiedlichsten Preisen und von unterschiedlichster Art und Weise. Doch eines haben alle Angebote gemein: Sie verheißen „Entspannung pur“.

Dieselbe Feststellung macht, wer das Abenteuer sucht: ob beim Bergwandern in den Pyrenäen, beim Kanufahren auf der Müritz, selbst beim virtuellen Rundgang im Cyberspace – stets versprechen die Veranstalter „Erlebnis pur“. Wer einen Afrikaurlaub plant, der kann „Afrika pur erleben“. Wer lieber mit einem nostalgischen Zug durch heimische Gefilde dampfen mag, den erwartet „Bahnspaß pur“. Niemand muss auf „pur“ verzichten. Wer gar nicht verreisen will, wer also „zu Hause pur erleben“ will, für den halten die Fernsehmacher allabendlich „Action pur“, „Unterhaltung pur“, „Romantik pur“ und – zu späterer Stunde – „Erotik pur“ bereit. Die Puromanie hat die Werbesprache fest im Griff. Was immer angepriesen wird, erhält den Nachsatz

„pur“. Darauf gibt's Garantie pur. Selbst die Schrecknisse dieser Welt findet man derart fragwürdig verschönt: Hass pur, Horror pur, Verbrechen pur. Früher unterschied man zwischen Optimisten, die die Zukunft in Rosarot sahen, und Pessimisten, die vorzugsweise schwarz sahen. Heute gibt es anscheinend nur noch Puristen, die alles in Purpur sehen. Der Film „Apocalypse now“ würde in diesen Zeiten von einem deutschen Verleih vermutlich unter dem Titel „Apocalypse pur“ in die Kinos gebracht.

Ob die fünf Musiker aus Bietenheim angesichts des inflationären „pur“-Gebrauchs ihre Band heute noch so genannt hätten? Als sie sich 1986 den Namen „Pur“ gaben, war das Wort noch unverbraucht und halbwegs originell. Heute geht „Pur“ im purpurnen Einerlei unter. Sucht man die Band im Internet, so muss man schon etwas Geduld aufbringen, um im Wildwuchs zwischen Literatur pur, Popkultur pur, Natur pur Pur pur zu entdecken.

Bemerkenswert ist, was hier mit der Syntax geschieht: Das Attribut wird dem Hauptwort nachgestellt, ein in der deutschen Sprache eher ungewöhnlicher Vorgang, denn normalerweise steht das Attribut vor dem Hauptwort. Doch in der Reklamesprache setzt man sich über Grammatikregeln gern hinweg und verbiegt die natürliche Syntax, um Auf-



„Puromanie“ im DaF-Bereich

merksamkeit zu erregen. So hat man den Kunden schon früher „Bargeld sofort“, „Spargel satt“, „Kühlschränke neu“, „Urlaub mediterran“ und „Telefonieren kostenlos“ versprochen. Und vor dem sagenhaften Aufstieg des Adjektivs „pur“ gab es das alles schon einmal mit „total“: Spannung total, Liebe total, Fußball total. Diese Form der Anpreisung hat sich über die Jahre gründlich abgenutzt, da kam den Werbestrategen das Wörtchen „pur“ gerade recht.

Dabei ist „pur“ gar nicht mal neu. Das Adjektiv, dem lateinischen „purus“ entlehnt, gelangte bereits im 14. Jahrhundert in die deutsche Sprache und wirkte an der Entstehung von Begriffen wie Püree und Puritanismus mit. Über lange Zeit hatte „pur“ im deutschen Sprachtheater ein Engagement als Zweitbesetzung für das Adjektiv „rein“. Wer „reines Gold“ durch einen Latinismus noch weiter veredeln wollte, konnte dies tun, indem er von „purem Gold“ sprach. Auch purer Luxus und purer Genuss wurden immer gern beschrieben und angepriesen. Mittlerweile gibt es sie nur noch als „Luxus pur“ und „Genuss pur“.

In einer Kunstform wie der Reklamesprache ist so etwas möglich. Man sollte es sich allerdings gut

überlegen, ehe man sich die Werbung zum Vorbild für seine Alltagssprache macht: „Du Schatz, es wird heute wieder später“, sagte der geplagte Ehemann am Telefon, „hier ist mal wieder Hektik pur!“ – „Du Armer“, seufzt sie verständnisvoll, „aber mach dir keine Sorgen um mich, ich bin nachher noch mit einer Schulfreundin verabredet, die ich heute in der Stadt getroffen habe: Zufall pur!“ – „Sonst alles klar zu Haus?“ – „Jonas ist heute vom Klettergerüst gefallen, aber ihm ist nichts passiert.“ – „Wer hat ihn denn da raufgelassen? Das war ja Leichtsin pur!“ – „Beim nächsten Mal ist er vorsichtiger. Du weißt doch: Nichts macht klüger als Erfahrung pur!“

Dem halbwegs sprachsensiblen Konsumenten stößt das Adjektiv „pur“ aufgrund seiner Häufigkeit inzwischen sauer auf. Man kann nur hoffen, dass der pure Überfluss bald in irgendeinem Abwasserkanal versickert. Und zwar bevor das Beispiel der Attribut-Umstellung weiter Schule macht. Was würde aus dem normalen Alltag, dem perfekten Moment, dem losen Gedanken? Alltag normal, Moment perfekt, Gedanken los? Wird die unterhaltsame und lehrreiche Sendung „Genial daneben“ eines Tages „Daneben genial“ heißen? Das wäre der reinste Wahnsinn. Um nicht zu sagen: Wahnsinn pur.

Bastian Sick

Deutsch für Puristen

„Die reinste Puromanie“ erschien in der Online-Kolumne „Zwiebelfisch“ bei www.spiegel.de. Der Kolumnist Sebastian Sick zieht dort jede Woche pointiert gegen falsches Deutsch und schlechten Stil zu Felde. Der Begriff „Zwiebelfisch“ kommt aus der Buchdruckersprache (sofern nicht der Ukelei aus der Familie der Karpfenfische gemeint ist). Er bezeichnet einen Buchstaben innerhalb eines Wortes, der (versehentlich) in einer falschen Schriftart gesetzt wurde. Im übertragenen Sinne trifft dies auch auf „falsch gesetzte“ Wörter in der deutschen Sprache zu – daher der Name der Kolumne, von der es mittlerweile die erste Sammlung als Buch gibt:

Sebastian Sick
Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod

Ein Wegweiser durch den Irrgarten der deutschen Sprache

Verlag Kiepenheuer & Witsch
Rondorfer Straße 5
D-50968 Köln
www.kiwi-koeln.de

Aus: Bastian Sick, *Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod*; © 2004 by Verlag Kiepenheuer & Witsch, Köln