



2010/12 Inland

<https://jungle.world/artikel/2010/12/es-macht-krach>

Es macht Krach

Von **Thomas Blum**

<none>

Daran, lieber Wolfgang Krach (Süddeutsche Zeitung), dass Journalisten hierzulande so schreiben wie Zweitklässler, die einen Crash-Kurs für angehende Werbeagenturtrottel durchlaufen haben, haben wir uns ja schon gewöhnt. Dass auch stellvertretende Chefredakteure so genannter seriöser Zeitungen, wie Sie ja einer sind, heute ohne jedes Schamgefühl so schreiben, konnten wir der als Umfrage (»Ihre Meinung zählt!«) getarnten Werbepost entnehmen, die, wie jeder Reklamedreck dieser Art, den Adressaten abwechselnd umschmeichelt (»Dazu erhalten Sie Ihr persönliches Wunschgeschenk«) oder anbrüllt (»Sie erhalten 100 Euro in bar als Dankeschön!«), um ihm schließlich ein Zeitungsabonnement plus Werbegeschenk unterzujubeln (»Das hochwertige Schreibgerät ... aus schwarzem Klavierlack überzeugt durch schlichte Eleganz.«).

Weswegen wir uns freilich auch nicht darüber wundern, dass auch Sie nicht wissen, wozu ein Bindestrich gut ist (»SZ Wochenende«), und dass wir die uns jederzeit aus allen Zeitungen entgegenschlagende Nullsprache, die sich aus Technokratenjargon (»umsetzen«, »nachhaltig«, »Kernkompetenz«), mit zu vielen Ausrufezeichen versehenem Reklamegeschrei (»Sparen Sie bis zu 50 Prozent!«, »Sichern Sie sich 100 Euro in bar!«) und zur Gänze von Sinn befreitem Quatsch (»der SZ-Trendmeter zur politischen Verkehrslage 2010«) zusammensetzt, auch bei Ihnen finden. Dergleichen finden wir schließlich auch im Reklamebrief Ihres Kollegen von der Berliner Zeitung, wo statt des »SZ-Trendmeters« vom »ersten großen Berlin-Barometer« die Rede ist (»Ihre Meinung zählt!«). Wundern tun wir uns nur darüber, dass uns, nachdem wir derart dreist auf insgesamt sechs Seiten mit geballtem Sprachmüll bombardiert worden sind, weisgemacht wird, die Süddeutsche Zeitung sei »außergewöhnlich«, »individuell« und habe einen »unverwechselbaren Schreibstil«. Wissen Sie was? Ob nun »Trendmeter«, »Berlin-Barometer« oder »Verarschometer«: Das glauben wir Ihnen nicht.