

Yes, we speak Deutsch



In New York ist die deutsche Sprache beliebt wie nie zuvor. Man speist in Restaurants mit deutschen Namen und schwärmt von Berlin.

(1) Die *Fette Sau* platzt fast aus allen Nähten. Bärtige Männer mit engen Jeans und dezent geschminkte Frauen in Retrokleidern drängen sich an den rustikalen Holztischen des Restaurants. Die *Fette Sau* steht nicht in Erding, sondern in Williamsburg, dem trendigsten Stadtteil von Brooklyn, New York. Hier heißen Smoothieläden *Essbar* und edle Imbissbuden *Landhaus*. Wer weiß, was angesagt ist, geht dort essen, sagt *über* statt *cool* – oder belegt einen Deutschkurs. Die Sprache von Goethe und Schiller ist hip, Deutschunterricht wird seit 2010 immer beliebter. Ein Grund dafür ist die gestiegene Attraktivität Deutschlands als Wirtschaftsstandort, aber auch das Image von Berlin als trendige Kunst- und Kulturmetropole.

(2) Berlin steht bei vielen jungen Amerikanern für niedrige Mieten und große Freiräume. Nach Williamsburg zu ziehen wirkt fast so, als wolle man diese Art von Berlin nachahmen, beobachtet der britische Bestsellerautor Ben Schott: „Berliner Clubs, die 24 Stunden am Tag geöffnet haben, sind der ‚Brooklyn Dream‘.“ Der angesagte Club *Output* in Williamsburg wirbt sogar damit, das gleiche Ambiente zu bieten wie das *Berghain* in Berlin. Schott hat gerade das Buch *Schottenfreude: German Words for the Human Condition* veröffentlicht. Darin erfindet er neue deutsche Wörter für Alltägliches aber bislang Namenloses wie *Sonntagsleere*, eine Depression am Sonntagnachmittag oder *Gastdruck*, die Strapaze, ein guter Gast sein zu müssen. Die *New York Times* berichtete auf einer ganzen Seite über die Sprachschöpfungen. Englische Muttersprachler lernen, statistisch gesehen, selten Fremdsprachen. „Deshalb macht es uns Spaß, Wörter aus anderen Sprachen zu übernehmen, ohne gleich die Grammatik zu lernen“, so Schott. Außerdem klingen englische Wörter oft albern. Deutsch, die Sprache der Psychoanalyse, habe 13 Tiefe.

(3) Viele Amerikaner empfinden den Gebrauch deutscher Wörter als
30 witzig. Gut gelaunt twittert zum Beispiel der US-amerikanische
Germanistikprofessor Eric Jarosinski unter *@NeinQuarterly* übers
Deutsche. Wenn sein Alter Ego namens *Nein* dort am Freitag einen
Schönen Wochenuntergang wünscht, lesen das mehr als 44 000 Follower.
Bemerkenswert, da Deutsch in Deutschland nicht als cool gilt. „Deshalb
35 freut man sich, wenn ich es tue“, sagt Jarosinski. Nach den New Yorker
Hipstern greifen nun auch US-Werbestrategen zu dem positiv belegten
Wort *über*: Es gibt einen *Über*-Müsliriegel, und vegane *Über*-Snacks.
Zahlreiche Unternehmen tragen *uber* im Namen – ohne Umlaut, um die
Kundschaft phonetisch nicht zu überfordern. „Der Begriff weckt die
40 Assoziationen von Intelligenz und einem ironischen Abstand zur Kultur“,
erklärt Jarosinski. Das passt zum avantgardistischen Selbstbild
amerikanischer Hipster, deren Deutschlandbild heute mehr vom
pulsierenden Berlin geprägt ist als von Lederhosen und Schweinebraten
wie früher.

naar: Focus online, 14.12.2013