

**Lieber Wilhelm,**  
**Köpfe, Klatsch & Kurioses**



Bericht vom Jahreswechsel 1985/86: Gefährliche provisorische Ecke.  
Archivfoto: Thiele



Zustand 2011: Nach 25 Jahren immer noch eine provisorische Stolperkante.  
Foto: Thiele

Provisorien halten bekanntlich besonders lange. Wie eines in Hofgeismar. Vor 25 Jahren fragte ein besorgter Bürger in einer Bürgerversammlung, wie lange die „dollste Ecke Hofgeismars“ noch bestehen solle. Am Hohlen Weg nämlich, kurz vor dem Bahnübergang, ragt das abrupte Ende des 1985 gebauten kombinierten Geh- und Radweges unmotiviert in die Fahrbahn und könnte für ortsunkundige Fahrer zur Stolperfalle werden. Der damalige Bürgermeister Willi Croll erklärte, dass der harte Abschluss von den Behörden genehmigt sei. Er erlaube einen problemlosen Weiterbau des Radweges, wenn wieder Geld dafür zur Verfügung stehe. Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder es ist immer noch kein Geld da oder der Weiterbau wurde schlichtweg vergessen. Die Warnbake

an der Stolperstelle versieht jedenfalls unverdrossen ihren Dienst.

Ab und an muss man trickreiche Wege gehen, um seine Ziele zu erreichen. In Vaake waren einige Anwohner der Mündener Straße von der Raserei vor ihrer Tür so genervt, dass sie mit einem fieses Täuschungsmanöver für Abhilfe sorgten. Sie packten eine Kiste an den Straßenrand, deren Ähnlichkeit mit einem Blitzgerät sich schon von Weitem auf die Netzhaut der Autofahrer brannte. Komplettiert wurde der Kasten mit einem Stück abgerissenen Kabel, das hinter einer Hecke ins Leere führte. Die Wirkung des Stillebens war beeindruckend: Die Ortsdurchfahrtschwindigkeit sank und die Vaaker genossen den ruhigen Verkehr.  
Henner-Schorsch

# Englisch stiftet Verwirrung

Professoren der Uni Kassel erklären das Sprach-Durcheinander im Einzelhandel

VON DANIEL SCHNEIDER . . . . .

**HOFGEISMAR.** Sale! Sale! Sale! Alles klar? Ein Gang durch die Innenstadt in Hofgeismar genügt, um festzustellen, dass die Geschäfte vermehrt auf englische Werbebegriffe setzen.

In allen Bereichen lässt sich eine Zunahme an englischen Begriffen feststellen. Nicht immer ist das sinnvoll. „Wenn zum Beispiel ein Geschäft, das vor allem ältere Kundschaft hat, plötzlich mit englischen Begriffen wirbt, kann das Verwirrung bei den Kunden stiften“, sagt Professor Andreas Mann von der Uni Kassel. Er rät dazu, Englisch nicht um jeden Preis zu verwenden, sondern immer situations- und personenbezogen. Wichtig sei es, die entsprechende Zielgruppe zu beachten.

Was auch noch auffällt beim Gang durch die Einkaufsmeile ist, dass es vor allem die großen Ketten sind, die mit englischen Begriffen werben. Professor Dieter Dahlhoff erklärt: „Die Händler sind ja europaweit organisiert. Die sind intern ja auch mit Eng-

lisch als Geschäftssprache unterwegs.“ Gut für die Kunden ist das nicht immer. Auch wenn Dahlhoff ergänzt: „Selbst die ältere Generation hatte ja schon Englisch in der Schule. Mit dem Slogan ‘Sale’ kommt doch wirklich jeder zurecht.“

Auch der Geschäftsführer vom Einzelhandelsverband Hessen-Nord Martin Schüller hat einen Anstieg an englischsprachiger Werbung ausgemacht: „Das ist aber nicht nur im Handel, sondern in allen Bereichen.“ Auch er stand mal vor dem Problem mit englischsprachiger Werbung nichts anfangen zu können. „Da wurde mit ‘casual wear’ geworben. Heute weiß ich, dass das bequeme Kleidung sein soll.“

„Weltläufiges Flair“

Ein weiterer Punkt bei der Verenglichung der Werbebegriffe ist, dass sich „Shoppin in Hofgeismar“ besser anhört als „Einkaufen in Hofgeismar“. „Damit soll den Marken weltläufiges Flair verliehen werden“, sagt Professor Ralf Wagner, SVI Stiftungsprofes-



Doppelt gemoppelt: Sale reduziert - so wirbt in Hofgeismar dieses Textilgeschäft.  
Fotos: Schneider

sor für Internationales Direktmarketing.

Der Marketing-Experte geht sogar noch weiter: „Im Zuge des Ethnomarketing sind in absehbarer Zukunft vermehrt Werbeansprachen auf Türkisch und Russisch zu erwarten. Die meisten der befragten Experten geben aber eine Zunahme der englischen Werbebegriffe zu. Interessant: Bei einigen Branchen wäre es kontraproduktiv auf Englisch zu werben. Das sind vor allem die Produkte, die eine deutsche oder regionale Basis haben, zum Beispiel Bier. Weniger dramatisch sieht auch Professor Holden Härtl die Debatte: „Auch früher gab es diese Diskussionen schon, vor allem um französische Begriffe. Das Portmonee gehört heute zum allgemeinen Sprachgebrauch.“ Er rät zur Gelassenheit, weil er auch merkt, dass einige große Marken wieder

vermehrt auf Deutsch werben. Was aber alle Experten als kontraproduktiv empfinden: Englische Werbeslogans. Professor Mann: „Bestes Beispiel dafür ist die Parfümkette Douglas, die mit ‘Come in and find out’ geworben haben - das haben die Kunden nicht wirklich verstanden.“

ANZEIGE

**Die Nolte-Küche von Schaumann**

Sparen Sie 60% + 6% + Vorteilspaket!

Dieses Angebot gilt nur im Zeitraum zwischen dem 10. + 26. 2. 2011

[www.hna.de/schaumann](http://www.hna.de/schaumann)

**Kurz notiert**

**Valentinstag in St. Peter**

**HOFGEISMAR.** Die Senioren treffen sich am Mittwoch, 16. Februar, um 14.30 Uhr im Haus St. Michael, Dragonerstraße 2, Hofgeismar. An dem Nachmittag geht es um den Valentinstag. Der Bus fährt um 14.10 Uhr ab St. Marien.

**Treffen mit Freunden**

**HOFGEISMAR.** Zum Nachmittag bei Kaffee, Tee und Kuchen lädt die evangelische Stadtkirchengemeinde Hofgeismar für Mittwoch, 16. Februar, um 15 Uhr ins Gemeindehaus, Große Pfarrgasse 1a, ein. Dieser Nachmittag ist eine Möglichkeit, alte und neue Bekannte zu treffen und sich gemeinsam Zeit zu nehmen für Neuigkeiten, für Austausch und Kontakt, für Nachdenkliches und Tröstliches.

## Vorverkaufsstart für Kultursommer Nordhessen

Die ersten Top-Acts sind Silly in Borken und Konstantin Wecker in Oberkaufungen

**HOFGEISMAR.** Seit dem 7. Februar sind zwei Top-Acts des Kultursommers Nordhessen 2011 im Vorverkauf buchbar. In den bekannten Vorverkaufsstellen und online sind Tickets erhältlich für die Veranstaltung „Silly - Alles Rot“ am Freitag, 8. Juli, 20 Uhr auf

dem Gelände des Bergbaumuseums Borken.

**Goldene Kamera für Loos**

Die am Wochenende mit der Goldenen Kamera ausgezeichnete Schauspielerin und Sängerin Anna Loos ist hier als Frontfrau der Kultband zu er-

leben. Auch für das Konzert mit Konstantin Wecker, Jo Barnickel und dem Spring String Quartet am Sonntag, 10. Juli, 20 Uhr in der Stiftskirche Oberkaufungen kann man sich schon jetzt sie begehrten Tickets sichern. Eintrittskarten für alle an-

deren Veranstaltungen des Kultursommers Nordhessen sind ab dem 1. April 2011 erhältlich. Eine Vorschau auf das Programm ist online unter [www.kultursommer-nordhessen.de](http://www.kultursommer-nordhessen.de) abrufbar. Reservierungen werden vorab noch nicht entgegen genommen. (eg)



# BRILLE ZUM NULLTARIF\*

\*Mit der Nulltarif-Versicherung von Fielmann und der HanseMercur. € 10,- Prämie pro Jahr. Topmodische Brille sofort. Alle zwei Jahre eine neue. Einstärken- gläser von Zeiss.

Drei Jahre Garantie. Jederzeit Ersatz bei Bruch, Beschädigung oder Sehstärkenveränderung. Jahresprämie für eine Gleitsichtbrille: € 50,-.

Brille: **Fielmann.**

**Brille: Fielmann.** Auch in Ihrer Nähe: **Bad Hersfeld**, Klausstraße 6; **Eisenach**, Karlstraße 11; **Eschwege**, Stad 19; **Göttingen**, Weender Straße 51; **Höxter**, Marktstraße 27; **Kassel**, Obere Königstraße 37 A/Opernplatz; **Korbach**, Bahnhofstraße 10; **Norheim**, Breite Straße 55; **Olsberg**, Markt 1. [www.fielmann.com](http://www.fielmann.com)