

Zeitschrift: Helvetia : magazine of the Swiss Society of New Zealand
Herausgeber: Swiss Society of New Zealand
Band: 61 (1995)
Heft: [4]

Vorwort: Editorial
Autor: Sigerist, Henry

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

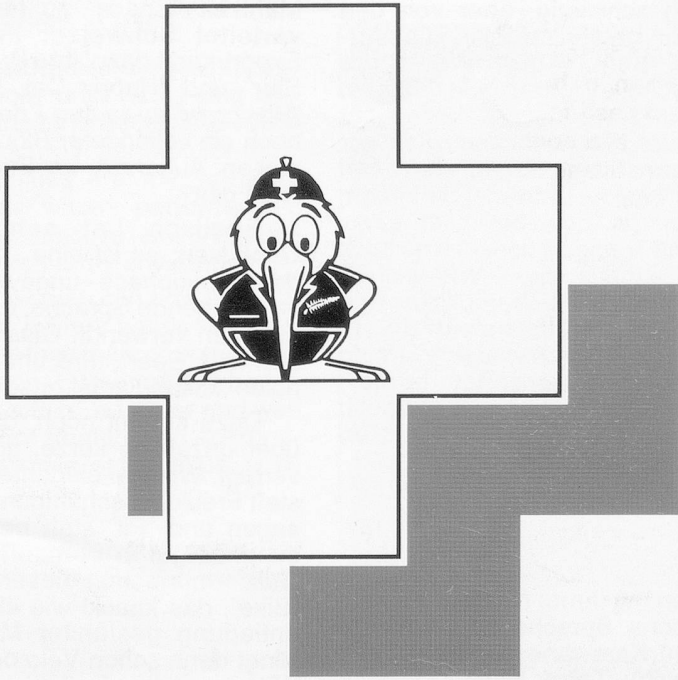
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



ALPENTIA



EDITORIAL

As a total departure from our traditional Editorial, we reprint here an article which appeared in a Swiss magazine and kindly given to us by one of our friendly readers. We apologise for those readers who do not understand German, but the article could not be translated into English otherwise it would have lost all meaning. For those of you with a good sense of humour, sit back and enjoy the article as much as we did.

SCHWEINGLISCH

“Fooden”, “fitten” und “joggen, shoppen, dancen” und “zappen”: Was ist bloss los mit uns Schweizern? Ist uns unsere Sprache nicht mehr gut genug. Oder sind wir einfach so irrsinnig weltgewandt - sprich: “open minded”?

“Do you speak English? Yes? A little?” Natürlich können Sie Englisch. Sie müssen Englisch können, sonst sind Sie in der Schweiz verloren. Sie werden nämlich über kurz oder lang verhungern, erfrieren, oder, am aller-

wahrscheinlichsten in sozialer Isolation verblöden. Wie wollen Sie sich ernähren (Sandwich, Cornflakes, Steak), kleiden (T-Shirt, Pullover, Jeans) oder fortbewegen (Intercity, Jogging, Four Wheel Drive)?

Sie wären weder in der Lage mit jungen Menschen zu kommunizieren (Hey, d'Äkschen isch megacool! Tschäggsches?) noch Medien zu konsumieren (Eurocops, Talkshow, Time out). Mit einem Wort: Sie wären völlig “out”. Aber das ist ja, den Werbe- und Mediengöttern sei's gedankt, nicht Ihr Problem. Sie verfügen, auch wenn Sie im Leben keine einzige Stunde Englischunterricht besucht haben, über ein Vokabular von mehreren hundert Wörtern, das Sie “easy” gebrauchen. Und dass Sie mit der Aussprache hin und wieder im “Clinch” sind, ist schlussendlich “peanuts”, denn eigentlich sprechen Sie ja nicht Englisch, sondern SCHWEIZER ENGLISCH - kurz SCHWEINGLISCH!

ES BEGANN MIT CORNER UND COCKTAIL

Wie ist es soweit gekommen? Wagen wir also einen “flash back”. Am Anfang war der Fussball. Er brachte vor rund 100 Jahren eine eigentliche Welle englischer Ausdrücke in unser Alpenland. “Match, Foul, Penalty, Corner” und “Goalie” waren so neu wie das Spiel selbst, deshalb wurden mit den Regeln gleich auch die Ausdrücke übernommen. Die ersten Schweizer Mannschaften hiessen “Grasshopper, Young Fellows” und “Young Boys”. Nicht nur der “football”, der Sport überhaupt eroberte im 19. Jahrhundert von England aus die Welt: “Tennis, Golf, Boxing, Bob, Curling, Ice Hockey, Volleyball” und “Basketball”, aber auch “Start, Spurt” und “Sprint” sind englische Ausdrücke. Was sagen Sie eigentlich schon wieder auf Deutsch für “Coach”? Doch nicht etwa “Trainer”?

Nach 1945 überschwemmte eine weitere Kultur- und Sprachenwelle die Schweiz. Die Amerikaner brachten nicht nur das Ende des Krieges, sie hatten auch gleich die Moralspritze mit dabei. Lebensfreude “made in USA”! Ab an

die "Party" auf ein paar "Cocktails", serviert vom witzigen "Barman" und dann noch rasch in den "Club" wo Sie ein "Striptease" gewaltig an"turnt". Apropos: Wie steht es eigentlich mit Ihrem eigenen "Sex appeal"? Worte aus Amerika wurden sofort zu magischen "Codes" für eine neue Welt. Im Kino sahen wir uns amerikanische Filme an. "Film" - ein englisches Wort. Der amerikanische "way of life" bescherte uns all die modernen Symbole des Luxus, deren Charisma natürlich auch im Namen lag: Ein Schuss "Hair Spray", ein bisschen "Make-up" und schon sind Sie "ready" fürs "Barbeque" beim "Swimming Pool". Ein Martini "on the rocks" von der "Bar" gefällig, oder darf es ein "Screwdriver" sein? Die "Kids" trinken "Milk shakes" und sind "happy". Ist das nicht "fun" total?

NO ENGLISH - NO CHANCE

Dann brach das "High-Tech" Zeitalter aus. "Computer, HiFi" und Video "Equipment" werden heute für einen weltweiten Markt produziert und sind entsprechend mit der internationalsten Sprache - also Englisch - beschriftet. Für die Dummen gibt's "Manuals", aber gelernt werden müssen die Ausdrücke auf Tasten und Schaltern trotzdem. So kommt auch das Grosi zu einem netten Nachmittag mit den Enkelkindern und lernt den Unterschied zwischen "Play" und "Record, Tape" und "Tuner, Power" und "Eject". Wer's nicht kapiert, ergibt sich der Schande und hilft sich mit bunten Klebepunkten: "Do-it-yourself" lautet die Devise! "Loudness, Bias, Bass boost" und dergleichen sind "Features" für "Freaks".

Ähnlich schwierig, aber von den Folgen her gefährlich, sind die Verhältnisse beim Auto: Wenn die Armaturen mit Wörtern wie "Choke, Light" und "Rear demist" beschriftet sind, werden Englischkenntnisse zur Ueberlebensfrage, besonders bei "Fuel" und "Brake". Entweder Sielernen, was das heisst, oder Sie rollen eines Tages ohne Treibstoff oder Bremsdruck auf den Pannestreifen. Wie weiter? Richtig: "Don't panic!" Warnblinkanlage einschalten. Leider heisst die in manchen Fahrzeugen weder "Warning lights" noch "Emergency lights", sondern "Hazard". Jetzt hilft nur noch der "Touring Club", die müssten eigentlich English können.

SEX ODER GESCHLECHTS- VERKEHR?

Viele Dinge kolonialisieren die Welt zusammen mit ihrem Namen. So kam die deutsche Sprache zu Kamikaze (japanisch), Karawane (persisch), Tabu (polynesisch), Tabak (spanisch), Pyjama und Shampoo (beide hindi) und Ski (norwegisch). Der weltweit berühmteste Schweizer Ausdruck ist vermutlich das Müesli. Lehnwörter als Ausdruck weltweiten Kulturaustausches, Fachwörter als Zeichen globaler Vernetzung, dagegen lässt sich wenig sagen. Was den Akademikern einst das Latein war, ist den modernen "Managers" und Wissenschaftlern das Englische.

Was aber bringt Otto Normalverbraucher dazu, eines Tages plötzlich jeden alten Lastwagen "Truck", jedes dumme Huhn "Chick" und jede kleine

Mahlzeit "Snack" zu nennen? Was verleitet Schweizer Firmen ohne Exportmarkt dazu, ihre Produkte "Gold Star" und "Happy Cat, Sunalp" und "Playcrew" zu taufen - das Letzte erst noch ein vollendeter Blödsinn, weil es diesen Ausdruck im Englischen gar nicht gibt?

Englisch hat sehr attraktive Qualitäten: es ist eine - zumindest in der Aufbauphase - ungewöhnlich leicht zu erlernende Sprache, dazu noch der unsrigen verwandt. Glas und "Glass", Bier und "Beer", trink und "Drink" - das halbe Vokabular ist geschenkt!

Dazu kommt noch, dass Englisch über unzählige kurze, griffige Wörter verfügt. Wie viel eleganter ist es doch, statt Freizeitbeschäftigung "Hobby" zu sagen und "Fit" statt bei bester Gesundheit gut in Form. "Truck, Spray, Quiz" - nur schon dieser Klang! Oder "Bike", das knackt wie eine explosive entladung gestählter Muskeln. Wie klingt denn schon Velo oder Fahrrad? Wie ein platter Reifen. Im Vertrauen, was reizt Sie mehr - stockender Geschlechtsverkehr oder prickelnder "Sex"? Das ist der "Appeal, ladies and gentlemen" und dem sind die Schweizer hoffnungslos verfallen.

DIE "MESSAGE" BITTE AUF ENGLISCH

Die Werbe- und "Marketing" Fachleute haben das natürlich längst ge"checked": oder glauben Sie wirklich, das "Mountain Bike" wäre als Bergvelo zu einem derart sensationellen "Best-seller" geworden? Meinen Sie etwa, eine einzige Schweizerin wäre in langen Unterhosen auf die Strasse gegangen? Aber in "Leggins" ist das total "Hip". Auch traditionelle konservative Schweizer Institutionen wie die SBB und die PTT fahren auf das Englische

continued on page 4

SWISS SOCIETY OF NEW ZEALAND

PATRON: Mr. Ernst Thurnheer, Ambassador of Switzerland

PRESIDENT: Hans Fitz, 12 Darwin Lane, Auckland, Phone: 524-8899

VICE-PRESIDENT: Peter Schüpbach, 30 Penfold Place, Auckland, Phone: 836-0493

SECRETARY/TREASURER: Carmen Gordon, 122A Waipuna Rd. East, Mt. Wellington, Auckland, Phone: 527-6249 (Pvt), 366-3010 (Bus.)

DELEGATES TO THE SWISS ABROAD CONFERENCE IN SWITZERLAND

DELEGATE: Jürg Stucki, 46 The Crescent, Roseneath, Wellington

DEPUTY DELEGATE: Marie-Therese Melville-Schöpfer, P.O. Box 79-294, Royal Heights, Auckland 1230, Phone 833-4029

EDITOR: Henry Sigerist, Travelair, P.O. Box 37-335, Parnell, Auckland, Phone: 377-3285 (bus.) or 473-9011 (home), FAX 302-1099 (bus.)

CLUB REPRESENTATIVES

AUCKLAND

SECRETARY: Annegret Wolf, 14 Ruarangi Road, Mt. Albert, Phone: 846-0736

CHRISTCHURCH

SECRETARY: Jürg Hönger, 58 Hackthorne Rd. Christchurch 2, Phone: 332-6211

HAMILTON

SECRETARY: Erica Clarkin, R.D.4, Eureka, Hamilton, Phone: 824-1870

TARANAKI

SECRETARY: Doreen Schuler, Palmer Rd. P.O. Box 33, Kaponga, Phone: 764-6533

WELLINGTON

SECRETARY: Christine Alderdice, 9 St. Edmunds Cres., Redwood, Tawa, Phone 232-6139

EMBASSY OF SWITZERLAND: Panama House, 22 Panama Street, Wellington, Phone 472-1593 or 472-1594 Fax 499-6302

HONORARY CONSUL: Peter Deutschle, P.O. Box 90-209, Auckland Mail Centre Phone/Fax 09/366-0403



Incorporating Domestic & Commercial Work

Specialists in Fabric & Leather Upholstery

Also Deep Diamond Buttoning

All Furniture Re-Upholstery

SWISSCRAFT LTD

Manager: **Herbert Stäheli**

Showroom: 33-39 Colombo St.

Frankton-Hamilton

Call us

Phone 078 477-220

Fax 078 473-039

ab: Der "Intercity" bringt uns zu "River Rafting" und "Trekking", bezahlt wird mit "Swiss Travel system Eurocard" und das Auto bleibt schön brav im "Park + Ride". Die PTT offerieren die "Taxcard" und die "Postcard", da Sie ja lieber Plastik als "Cash" in der Tasche haben. Beim "Telemarketing" verkauft man Ihnen tolle Telephonapparate mit "Display, Hold" und "Mic-Mute" Tasten. Das Angebot wird abgerundet mit "Voice-mail" und "Infobox Message Transfer" und "Swissnet". Der neuste "hit" der PTT heisst übrigens "Paging" (ein Funk-Suchruf). Es ist zu bezweifeln, dass auch nur ein Prozent der Schweizer Bevölkerung dieses Wort kennt, Maturanten und Akademiker eingeschlossen. Aber Englisch ist es "By God"! Und darum sicher "Okay". Eines nicht mehr fernen Tages wird Bundesrat Villiger vor die Mikrophone treten und verkünden, die Schweizer Armee heisse ab sofort "Swiss Army". Tags darauf werden Freiwillige die Kasernen stürmen. Keiner treibt die Anglomanie so bunt wie die Grossverteiler von Esswaren. Es ist erstaunlich, dass die Kunden in den Läden die Packungen nicht aufreissen, um herauszufinden, was wohl drin ist. Kostprobe gefällig? "Ready, steady, go" quer durch die Gestelle. "Soup drink, Swiss bacon, Instant lunch, Vita milk, Sun snacks, Crisp rice, Cocktail box, Ice cake, Farmer soft, Fit family, Fruity fresh, Cool mint, Golden hair, Sensitive

SERVICE

wird bei uns GROSS geschrieben, vielleicht gerade weil wir klein (aber fein!) sind. Mit Vertrauen dürfen Sie Ihre Freunde, Verwandten und Bekannten an uns für **günstige Flugtickets** nach NEUSEELAND verweisen!

Zürich—Auckland—Zürich
schon ab **Fr. 1890.—**

Frankfurt—Auckland—Frankfurt
schon ab **Fr. 2240.—**

The best deal in town!

Der Spezialist für Verwandtenbesuche mit der sprichwörtlichen persönlichen Beratung!



REISEGARANTIE

Südsee
Australien
Neuseeland

Inh. Bruno Böckli
Ozeania Reisehaus
5442 Fislisbach

**Quality
Team**

Tel. 0041/56 83 77 90
Fax 0041/56 83 56 03

beauty, Magic men, Happy dog" und so weiter. Und bei der Migros finden Sie "M-drink, M-camping, M-office, M-light (Wurst), M-compact light, M-feeling, M-dream" und "M-illusion" (alles Strümpfe). Unbelastet von irdischen Hindernissen wie Sprachgrenzen, Grammatik oder Sinn sind die folgenden Meisterwerke: "Mio Suisse Green Force" Batterien, den "Super mega hold magic styling hairspray" und das "Miobrill swansoft maison".

MIT ENGLISCH DIE SCHWEIZ BEWAHREN

Was mit etwas "Sport, Pudding" und "Striptease" harmlos begonnen hat, ist ausser Rand und Band geraten. Aus dem Sinn, nämlich neuen Dingen einen Namen zu geben, ist längst Unsinn bis Wahnsinn geworden: ein verkramptes Modediktat und ein nachhelfen von allem und jedem, was Englisch klingt. Ein peinliches Eingeständnis des eigenen sprachlichen Identitätsverlustes.

Und doch wollen wir, die zu unseren traditionellen vier Sprachen eine fünfte - Englisch - dazugelernt haben, unsere Vielsprachigkeit nicht in die Welt hinaustragen. Die multikulturelle Schweiz verschliesst sich vor internationalen Gemeinschaften wie EG und UNO, die doch im Grunde genommen nichts anderes sind als die Fortsetzung der Eidgenossenschaft mit anderen Mitteln. Und so blochen wir weiterhin mit lautem "Sound" im Subaru "Swiss extra" in unsere Berge, die "Fun 4 you" versprechen, und montieren schon im "Parking" den "Skidress", weil an der Kasse bereits ein Riesen "Run" auf die "Tickets" im Gange ist. Ist das nicht "Strange"?

BANK NOTES

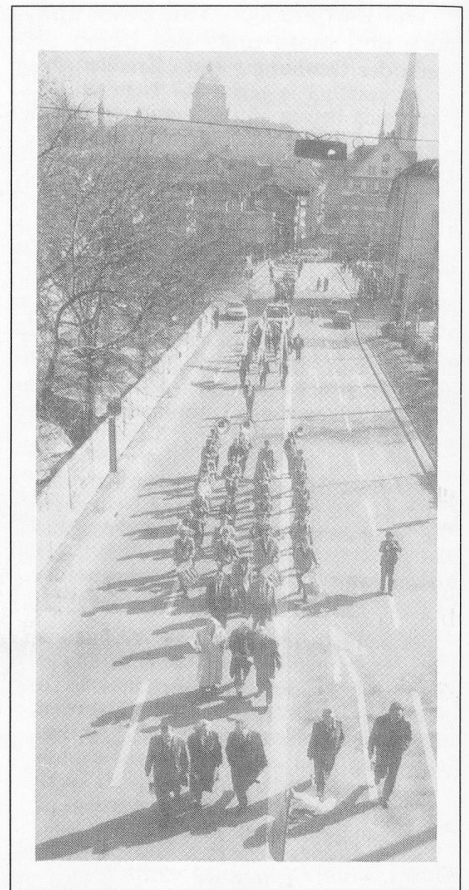
New bank notes will come into circulation in Switzerland as from next October. The 50 FRS notes will be the first to come out. Novelty: a brand new 200 FRS note will also make its appearance. It will replace the present 500 FRS note which is not used very often.

All notes for 10, 20, 50, 100, 200 and 1000 FRS will be of the same size now. Thanks to an invention by Landis & Gyr which has been patented worldwide since 1984, the notes cannot be imitated (so the Government hopes). According to the Swiss Reserve Bank, anyone will easily be able to spot any counterfeits.

Furthermore special security measures have been put into place all along the production line so that each person involved only knows a small part of the manufacturing process.

So, all you Swiss who have stashed away some precious Swiss bank notes under your mattresses, better start spending your dough before it becomes obsolete.

PEACEFUL DEMONSTRATION



The Swiss love order, discipline and apparently also peaceful demonstrations.

Demonstrations against anyone or anything are so common now that no one takes any blind notice of them anymore as the picture of a recent demonstration shows.

The procession moves in an orderly and quiet fashion through the city, with no police in riot gear standing by as there is not the slightest chance of any nasty confrontation looming up because there is not a single spectator, heckler or trouble maker in sight.

How much can such a demonstration achieve if no one bothers to watch it? A bit of a waste of time if you want our opinion. But at least the participants got some healthy exercise from strolling through the empty city.

Afterthought: Maybe, contrary to New Zealand where demonstrations are mostly scheduled for busy Friday afternoons, the wily Swiss authorities perhaps only allow demonstrations to take place at 6 am on a Sunday morning when the streets are empty of traffic and no one else is out and about. Maybe the New Zealand police should take note of such a clever regulation, it would save them a lot of aggravation.

NOTE TO SECRETARIES

Next issue of the Helvetia magazine: JULY 1995. All contributions must be in by 15 June. Many thanks for your kind cooperation.