

Anzeigensprache

Wer seinen Briefkasten mit dem Hinweis „Keine Werbung“ versieht, wird seine Gründe haben. Ihm entgeht aber auch Reizvolles, denn kaum ein anderes Druckerzeugnis bietet so anregende neue Wörter wie Anzeigenblätter und Prospekte. Eine einzige Ausgabe der vier Anzeigenblätter im Duisburger Süden genügt, um auf Wörter zu stoßen, die des Nachdenkens wert sind: Aktionsmarkisen – für welche Aktionen? Insektenschutz – für oder vor Insekten? Kunstrasen mit Noppen in 7 Farben – Ich stelle mir blau-weißen Rasen vor. Gleitsichtglaswochen – Zeit der Gewöhnung an eine neue Brille? Gefahrbaumfällung – Lauert beim Baum die Gefahr oder bei der Fällung oder bei beidem? Auch werfen Dampfbesen, Raumzirkulator, Lizenzkochbücher und Leder-Wohnlandschaften Fragen auf, ganz zu schweigen vom Boxspringbett. Jemand bietet „Bis zu 100 % Rabatt auf deinen Einkauf!“. Sollte man voll in Anspruch nehmen! Mitunter hilft auch Nachschlagen. So weiß ich jetzt auch, wie Kfz-Versicherer Eltern nennen, die den Kindern ihre günstige Schadenfreiheitsklasse zur Verfügung stellen: „abweichende Halter“.