

der modernen Fachsprachen in den Bereichen Technik, Wissenschaft und Verwaltung sind überregionale Standardisierung, Exaktheit und Ökonomie der Informationsvermittlung. Sie haben häufig ein hohes gesellschaftliches Prestige. Fachsprachliche Elemente werden daher häufig in andere Sprachschichten übernommen, z. B. in der Umgangs- oder Werbesprache.

## Lingua cosmetica (2010) – BASTIAN SICK

Anti-Aging-Cremes, exfolierende Lotionen, hydratisierende Emulsionen: Was uns die Kosmetikindustrie verkauft, riecht gut, klingt toll und ist irre teuer. Dabei verbirgt sich unter den schillernden Etiketten oft nur eine ganz gewöhnliche Plastikflasche. Mit den exotisch klingenden Wörtern ist es genauso.

- 5 Mein Freund Henry wohnt für ein paar Tage bei mir, weil in seiner Wohnung gerade das Parkett abgeschliffen wird. Als er sich in meinem Badezimmer umsieht, stellt er kopfschüttelnd fest: „Was du hier so alles herumstehen hast!“ - „Wieso?“, frage ich, „was gibt es daran auszusetzen?“ - „Drei Viertel der Fläschchen und Tuben kannst du in den Müll werfen“, behauptet Henry. Da muss ich energisch
- 10 widersprechen: „Das sind alles Dinge, die ich ganz unbedingt brauche!“ Und mit Nachdruck füge ich hinzu: „Nichts davon ist überflüssig!“ - „Alles Quatsch!“, urteilt Henry, „ein Mann braucht nicht mehr als ein Stück Seife, etwas Shampoo und Rasiercreme. Aber bestimmt nicht so etwas!“ Er greift nach einer Tube und liest mit übertriebener Betonung vor: „Anti-Aging-Creme“. Ich zeige keine
- 15 Reaktion. [...] Henry schnaubt verächtlich: „Pro-Youthing-Effekt – es sollte mich nicht wundern, wenn der einzige sichtbare Verjüngungseffekt darin besteht, dass man plötzlich wieder überall Pickel bekommt!“

[...] Im nächsten Moment hat Henry etwas mit der Aufschrift „Face Redefiner“ entdeckt und bricht in Gelächter aus: „Dies kannst du allerdings wirklich brauchen: eine neue Definition deines Gesichts!“ So etwas muss ich mir nicht gefallen lassen. Schon gar nicht von einem Mann, der nicht einmal den Unterschied zwischen einem Balm (sprich: „Bahm“) und einer Lotion (sprich: „Lohschn“) kennt. Sehr viel besser als Henry kenne ich mich in der Sprache der Kosmetik

20 allerdings auch nicht aus.

- 25 Die Lingua cosmetica ist geheimnisvoll, sie ist ein die Sinne betörendes Gemisch aus Englisch, Französisch, Deutsch und Latein. Während Englisch gerne überdosierte wird, sind bestimmte deutsche Wörter absolut tabu; vor allem, wenn sie das beschreiben, was man nicht sein will. „Älter“ zum Beispiel, „zerknittert“, „verquollen“, „kahl“ - kurzum alles, was den durchschnittlichen Mann über 40
- 30 an einem gewöhnlichen Montagmorgen ausmacht.

Stattdessen spricht die Kosmetik von „Age“ und „Aging“, von „regenerationsbedürftiger Haut“ und von „beanspruchtem Haar“. Und sie verspricht, die Verschleißspuren verschwinden zu lassen, wobei freilich nicht von einer „Gesichtserneuerung“ oder von „Wiederbelebung der Haare“ die Rede ist, sondern

35 von „Recharge“, „Redefine“ und „Repair“. Stumpfes Haar, brüchige Nägel und ausgelaugte Haut werden „repaired“. Niemals repariert. Schließlich sind es

keine kaputten Geräte. „Haar-Reparatur“ - das klingt zu sehr nach Werkstatt und Maschinenöl. „Hair Repair“ hingegen klingt nach lebendiger Beauty und wohliger Wellness. Und nach Ceramiden! Wer wollte auf die heute noch verzichteten? Auch  
40 wenn keiner genau weiß, was Ceramide sind, aber seien wir ehrlich: Das wollen wir auch gar nicht wissen! „Ceramide“ klingen gut, und darum schmieren wir sie uns ins Haar!

Schon in meiner Jugendzeit, als Werbung noch Reklame genannt wurde, war ich fasziniert, wenn im Fernsehen von „Lipiden“ und „Liposomen“ die Rede war.  
45 Das klang immer nach ganz großer Welt! Nach Schönheitspflege, wie wir sie in unserem Dorf nie zu spüren bekommen würden; es sei denn, wir verkauften Haus und Hof und führen nach London oder Paris und ließen uns dort zwei Wochen lang in einem exklusiven Salon mit Lipiden behandeln. Die wundersamen Lipide kommen übrigens aus dem Griechischen, von „lípos“, was nichts anderes  
50 bedeutet als „Fett“. Das Wort „Fett“ kann man aber kaum auf eine 80-Euro-Tube schreiben. Jeder zweite Kunde würde denken: „Fett? Davon habe ich genug! Das brauche ich nicht auch noch aus der Tube!“ Also schreibt der Kosmetikerhersteller „Lipide“, denn das ist etwas völlig anderes. Von Lipiden kann der Mensch gar nicht genug bekommen!

Auch viele andere Wörter der Kosmetik geben dem Verbraucher Rätsel auf:  
55 Könnten Sie erklären, was ein „reversives Anti-Aging-Treatment“ ist? Wozu pflanzliches Omega 3 und reines Thermalplankton gut sein sollen? Und was es mit der Hydra-Zink-Formel auf sich hat? Handelt es sich bei dem „Multi Recharge Energie Set“ wirklich um eine Pflegeserie oder doch eher um ein Aufladegerät  
60 für Akkus? Sollte der Hinweis auf „die höchste Konzentration des Amino-Peptid-Komplexes“ nicht die Umweltschutzbehörde alarmieren?

Wenn mir eine Kosmetikserie verspricht, sie wirke „fältchenmindernd und konturstraffend“, ja sogar „revitalisierend durch biodynamische Interfusion“, dann weiß  
65 ich als care-affiner Kunde sogleich: Das MUSS ich haben! Bei so viel Fremdwort-Beigabe kann dieses Produkt doch unmöglich versagen! Schon beim schieren Nachsprechen der Worte „revitalisierend durch biodynamische Interfusion“ strafft sich mir die Haut! Der „Lift“-Effekt ist sofort spürbar!

„Die Sprache der Kosmetik passt sich auf wunderbar geschmeidige Weise dem  
70 Produkt an“, sinniere ich laut, während Henry kritisch an meiner Aftershave-Sammlung schnuppert, „sie ist glänzend wie eine Feuchtigkeitscreme, schäumend wie ein Pflegeshampoo, vernebelnd wie ein Deo-Spray - und verwirrend wie ein überteuertes Parfum“. Henry nickt und ergänzt: „Und dabei auch genauso substanzlos!“

URL: [www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,683955,00.html](http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,683955,00.html). [Stand 17.03.2010].

1 ARBEITEN Sie die Besonderheiten der „lingua cosmetica“ HERAUS, also der Sprache der Kosmetik und STELLEN Sie die Funktion dieses Sprachgebrauchs DAR.

2 VERGLEICHEN Sie die Funktion der Fachsprache im Psyhrembel mit der auf kosmetischen Produkten. ▶