

TRANSKRYPCJA NAGRAŃ

Tekst do zadań 1, 2

VIEL MIST GEMACHT

Liebe Hörerinnen und Hörer, Herr Udo Borchert, der Klimatologe von der Universität München ist heute unser Gast. Biomasse soll fossile Energieträger wie Öl und Gas ersetzen und so die drohende Klimakatastrophe abwenden. Die Politik fördert diese Strategie. Wie ist Ihre Meinung zu dem Problem?

Die irdische Tiefe ist ein gemächlicher Produzent. 500000 Jahre lässt sich der Planet Zeit, bis er jene Menge an Energieträgern erzeugt hat, die wir in einem einzigen Jahr verbrennen. Dass wir die fossilen Produkte Kohle, Gas und Öl viel schneller verbrauchen, als die Erde sie produziert, hat einen Nebeneffekt in der Atmosphäre. Beim Verfeuern der kohlenstoffhaltigen Substanzen setzen wir in kürzester Zeit das Kohlendioxid frei, das die Natur in all den Jahrtausenden eingesammelt hat. In letzter Konsequenz macht das viele Gas die Erde zum Treibhaus.

An der Oberfläche aber produziert die Natur viel schneller als tief in der Unterwelt. „Biomasse“ ist der Sammelbegriff für alles Pflanzliche, das in Wäldern und auf Äckern und Wiesen gedeiht und bei dessen Produktion Kohlendioxid aus der Atmosphäre eingesammelt und eingelagert wird. Den entscheidenden Unterschied zu den fossilen Brennstoffen könnte ich folgendermaßen erklären: Verfeuern wir Biomasse, kann dabei nicht mehr Kohlendioxid entstehen, als die Pflanzen zuvor in ihrer Wachstumsphase aufgenommen haben.

Deshalb trägt Biomasse das Etikett „klimaneutral“. Sie fasziniert gegenwärtig Politiker aller Parteien. Sie schwärmen von der „grünen Energie“. Die ehemalige Landwirtschaftsministerin Renate Künast hat in Deutschlands Bauern gar die „Ölscheichs von morgen“ gesehen. Biotonne, Biogas und Biodiesel sind zu Schlagwörtern eines in zehn Jahren entstandenen Industriezweigs geworden, der mit Pflanzenverwertung Milliarden umsetzt.

Die größte Begeisterung entfacht derzeit die Vorstellung, Biomasse-Extrakte könnten in Zukunft unseren Fahrzeugpark bewegen. Schon jetzt bepflanzen die Bauern doppelt so viel Fläche mit Raps für den Tank wie mit Roggen für den Teller. An 2000 Zapfsäulen können wir Biodiesel tanken. Auch dem normalen Sprit dürfen bis zu fünf Prozent Ethanol aus Zuckerrüben, Getreide und Zuckerrohr beigemischt werden, aber auch Palmöl oder andere Pflanzenprodukte.

Daneben wird der stinkende Inhalt von Millionen Biotonnen zu Kompost verarbeitet. Gülle und Pflanzenreste landen in über 2000 Biogasanlagen, die daraus vor allem Strom erzeugen. Manches „Biogasdorf“ versorgt sich sogar komplett mit grüner Energie. Und 50000 Haushalte haben sich bereits eine Holzpellets-Heizung in den Keller gestellt.

nach: DIE ZEIT, 23.11.2006 Nr. 48

Tekst do zadań 3, 4

DEUTSCH BLEIBT UNSERE FIRMENSPRACHE

Reporter: Zur Person: Dirk Roßmann ist Chef einer Drogeriekette und einer der erfolgreichsten Unternehmer der deutschen Nachkriegszeit.

In drei Jahrzehnten ist es ihm gelungen, aus der bescheidenen elterlichen Drogerie in Hannover einen modernen Handelsriesen mit heute 1600 Filialen, mehr als 18000 Mitarbeitern und 2,4 Milliarden Euro Umsatz zu erschaffen. Am Vorabend seines 60. Geburtstages hat unsere Redaktion Dirk Roßmann zum Gespräch eingeladen.

Herr Roßmann, in dem britischen Wochenmagazin *The Economist* war dieser Tage zu lesen, der Misserfolg einer deutsch-amerikanischen Handelskette sei auch darauf zurückzuführen, dass die Manager untereinander nur noch Englisch sprachen. Hängt umgekehrt Ihr eigener Erfolg auch davon ab, dass Sie mit Ihren Mitarbeitern und mit ihren Kunden in deren eigener Sprache reden?

Dirk Roßmann: Eine gute Sprache ist schon wichtig, denn wir haben als Unternehmen auch einen kulturellen Anspruch. Wir sind aber andererseits auch keine Puristen, denn viele unserer Produkte haben durchaus englische Namen. Die Masse macht hier die Musik. Der Misserfolg dieser Handelskette hatte viele Gründe, und die Sprache ist mit Sicherheit einer davon. Da hat der *Economist* wohl recht.

Mir persönlich geht vor allem das Übermaß an Anglizismen auf die Nerven. Ich war letztens im Hilton Hotel in Berlin, da gibt es, wenn man reinkommt, einen Counter. Das Wort Empfang oder Rezeption scheint man in der deutschen Hotellerie nicht mehr zu kennen.

Reporter: Bewerten Sie dieses Verhalten gegenüber der Kundschaft als Dummheit oder Imponiergehabe?

D. Roßmann: Dummheit würde ich nicht sagen. Ich möchte niemanden beleidigen, das ist nicht meine Art. Ich sehe hier eher Naivität und Gedankenlosigkeit. Und auch einen gewissen Mangel an Respekt vor der eigenen Kultur.

Viele Deutsche haben keine gefühlsmäßige Verbindung zu ihrem Land, man ist sich seiner Wurzeln nicht mehr bewusst, die Beziehung zu unserer großartigen Kultur geht verloren, man läuft nur noch aktuellen Moden hinterher.

Reporter: Sie haben viele Filialen im Ausland, besonders in Osteuropa. Wie sprechen dort die Manager miteinander?

D. Roßmann: Unsere Firmensprache ist und bleibt Deutsch. Wir haben zwar eine vierzigprozentige Beteiligung der in Hongkong ansässigen Hutchison-Gruppe; die hätten schon gerne, dass wir in den osteuropäischen Gesellschaften Englisch sprechen, aber wir haben Deutsch zu Beginn festgelegt und werden Deutsch als Firmensprache auf der Geschäftsleitungsebene beibehalten. Und zum Glück ist ja das Deutsche in den ehemaligen Ostblockländern immer noch sehr verbreitet. Unsere leitenden Mitarbeiter dort haben mit der deutschen Sprache keine Probleme. Auch unsere türkischen Mitarbeiter hier in Deutschland sprechen untereinander und

mit der türkischen Kundschaft, wie ich immer wieder feststelle, lieber Deutsch. Sie haben sich während der Weltmeisterschaft fast noch mehr mit Deutschland identifiziert als die Deutschen selbst. Wir haben das im Stadion beobachtet. Sie gehörten zu den treuesten Fans der deutschen Mannschaft.

Reporter: Auch Ihre Kundenzeitschrift „Centaur“ fällt vielen Freunden der deutschen Sprache immer wieder durch ihre fast hundertprozentige „Denglischfreiheit“ auf, zumindest im redaktionellen Teil. Um noch mal auf meine Eingangsfrage zurückzukommen: Ist das auch ein Teil des Geheimnisses Ihres Geschäftserfolgs?

D. Roßmann: Uns geht es beim Umgang mit der Sprache nicht nur um das Geschäft. Für uns ist eine gepflegte und grammatikalisch korrekte Sprache ein Gut an sich, wir würden uns auch dann um ein verständliches Deutsch bemühen, wenn damit kein Geld zu verdienen wäre.

Reporter: Wie bringen Sie denn Ihren Leuten einen vernünftigen Umgang mit der Sprache bei? Gibt es irgendwelche Vorschriften?

D. Roßmann: Nein. Ein kulturelles Selbstwertgefühl kann man nicht erzwingen. Ich setze mehr auf gelebte Beispiele, auf Vorbilder. Zwang ist ebenfalls nicht meine Art.

Reporter: Also Sprachverhunzung als Folge kultureller Minderwertigkeitsgefühle?

D. Roßmann: Ja. Wir haben hier nur ein Symptom eines weit größeren Problems. Die nächste Ausgabe unserer Kundenzeitschrift bringt ein Interview mit der Tagesschau-Sprecherin Eva Herman, die ja gerade im *Spiegel* wegen ihrer Thesen zur Rolle der Frau in der heutigen Gesellschaft angegriffen worden ist.

Ich habe kürzlich mit einer 25-jährigen Mitarbeiterin gesprochen, habe sie gefragt, ob sie eines Tages Kinder haben wollte. Auf keinen Fall, hat sie gesagt. Darüber muss man doch mal reden.

Wenn auch in der Zukunft deutsche Frauen im Durchschnitt nur 1,1 Kinder zur Welt bringen, sterben die Deutschen aus. Dann brauchen wir uns auch um die Sprache keine Sorgen mehr zu machen. Indem wir als Deutsche unsere Sprache und unsere Kultur aufgeben, geben wir auch unsere Existenz auf, da ist der Verzicht auf Kinder nur der logische und nächste Schritt.

nach: Sprachnachrichten, Nr. 32 / Oktober 2006