

Unhumor beim Unwort „Ich-AG“

Berlin mig - Die Wahl und Begründung der „Ich-AG“ zum Unwort des Jahres 2002 in dieser Woche ist für den Münchner Sprachwissenschaftler **Leo Sucharewicz** „ein so perfektes wie peinliches Beispiel für die Hintergründe der deutschen Krise an sich: Verkniffenheit, Humorlosigkeit, Bedenkenträgertum und Detailversessenheit“.

In ihrer Begründung gegen das Schlagwort aus dem Hartz-Konzept hatte die Jury moniert, dass der Begriff eine „Herabstufung menschlicher Schicksale auf ein sprachliches Börsenniveau“ sei. Die Wortbildung leide bereits sachlich „unter lächerlicher Unlogik“, da ein Individuum keine Aktiengesellschaft sein könne. Im Gegensatz dazu argumentiert der Münchner Sprachpsychologe Sucharewicz: „Ich-AG

ist ein Schlagwort mit Slogan-Charakter. Es ist griffig, merkbar und zeigte eine fabelhafte Durchsetzungsstärke. Die Botschaft ist als Slogan brillant, mutig, kurz und kreativ auf den Punkt gebracht. Sie sensibilisiert Gesellschaft und Medien verblüffend wirkungsstark auf die neue Bedeutung selbstständiger Erwerbstätigkeit.“ Die Kritik der Jury, so der Sprach-Experte weiter, zeuge von kosmischer Kleinlichkeit gegenüber einem gut verkauften Lösungsansatz.

Lächerlich sei nicht die von den Juroren kritisierte „Unlogik der Ich-AG, sondern der starre, logische Standpunkt der Jury“, so Sucharewicz, der bundesweit bekannt wurde durch die Entwicklung eines neuen Sprachdesigns für Manager.