

*Words don't come easy*

Doris Märtin

# *Words don't come easy*

Wie Sie von angelsächsischer  
Konversationskunst profitieren

*Doris Märtin*, promovierte Anglistin, arbeitet als freie Autorin, Texterin und Kommunikationsberaterin. Sie hat zahlreiche Bücher über Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung veröffentlicht. Darunter *Smart Talk* (2006) sowie *Love Talk* (2007) und *Mich wirft so schnell nichts um* (2010).

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

# Inhalt

ISBN 978-3-593-38948-6

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.  
Copyright © 2011 Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main.  
Alle deutschsprachigen Rechte bei Campus Verlag GmbH, Frankfurt/M.  
Umschlaggestaltung: *total italic, amsterdam-berlin*  
Fotos: © Max Power/Rome, Italy/Corbis; © Reuters/Corbis;  
© Lawrence Jackson/White House/Handout/The White House/Corbis;  
© Bettmann/Corbis; © Tobias Schwarz/Reuters/Corbis; © John Springer Collection/Corbis; © Kelly-Moones Photography/Corbis; © Bettmann/Corbis; © Underwood & Underwood/Corbis  
Satz: Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main  
Gesetzt aus der Sabon, der Times New Roman und der Palatino  
Druck und Bindung: Beltz Druckpartner, Hemsbach  
Gedruckt auf Papier aus zertifizierten Rohstoffen (FSC/PEFC).  
Printed in Germany

Dieses Buch ist auch als E-Book erschienen  
[www.campus.de](http://www.campus.de)

## *Isn't it insightful?*

Warum Briten und Amerikaner nicht besser reden  
als wir und wir uns trotzdem manches von ihnen  
abschauen können ..... 7

## *My name is Bond, James Bond*

Wie man offen ist, ohne mit jedem auf Du und Du  
zu sein ..... 17

## *Lovely day today*

Warum ohne das Wetter gar nichts geht und was beim  
Smalltalk außerdem zählt ..... 33

## *It's wonderful, it's marvellous*

Wie Enthusiasmus das Miteinander erleichtert ..... 55

## *I am not too happy about it*

Warum Angelsachsen von »slight problems« reden,  
wenn sie ein Riesendrama meinen ..... 69

## *Basically, my life is so boring, it's embarrassing*

Wie man mit Understatement Klasse zeigt ..... 85

*The food here is terrible, and the portions are too small*

Warum britischer Humor ein Exportknüller ist und amerikanische Screwball-Komödien unschlagbar sind . . . . 105

*How can I help you?*

Wie man mit amerikanischem Beziehungsmanagement gute Geschäfte macht . . . . . 123

*Do not ask what your country can do for you, ask what you can do for your country*

Wie man Ideen zündet und Herzen gewinnt . . . . . 143

*And though it is much to be a nobleman, it is more to be a gentleman*

Warum die feine angelsächsische Art mehr ist als gute Manieren und warum das Gentleman-Ideal nie aus der Mode kommt . . . . . 169

Quellen . . . . . 183

Register . . . . . 190

# *Isn't it insightful?*

*Warum Briten und Amerikaner nicht besser reden als wir und wir uns trotzdem manches von ihnen anschauen können*

Wir lieben ihre TV-Serien, importieren ihre Feiertage, übernehmen ihre Managementtechniken, kleiden uns in ihre Mode und lieber als den amerikanischen Präsidenten haben wir als Staatsgast höchstens noch die englische Queen bei uns. Amerikanische und englische Wörter, Produkte und Verhaltensweisen machen sich in fast jedem Winkel unseres Lebens breit, und wenn Sie dieses Buch lesen, hegen Sie vielleicht ähnlich viel Sympathie für den britisch-amerikanischen Lebensstil wie ich. Vielleicht sehen Sie sich *Mad Men* bevorzugt in Englisch oder die Hochzeit von William und Kate auf CNN an, ziehen die schwergewichtige Barbourjacke dem atmungsaktiven Funktionsanorak vor oder geraten beim Anblick einer Harley oder eines Aston Martin ins Schwärmen. Vielleicht lieben Sie auch englische Rosen oder amerikanische Shakermöbel oder lassen sich, jedem intellektuellen Anspruch zum Trotz, zum Wochenendausklang gern mal in die Welt der Cottages und Steilküsten entpilchern.

Was macht ihn nur so attraktiv für uns, den *British and American way of life* oder das, was wir darunter verstehen? Schließlich sind wir ja keineswegs blind für die Unzulänglichkeiten amerikanischer Außen- und Klimapolitik oder die Zumutungen britischer Sanitäreinrichtungen. Doch die guten Assoziationen überwiegen: Fast jeder, der Deutsch spricht, hat Englisch gelernt, wir wurden mit den Internatgeschichten von Enid Blyton groß oder mit *Sex and the City* erwachsen und überhaupt hat die Anglophilie, die Sympathie für die Angelsachsen, in Deutschland Tradition. »Ja wenn wir England nicht lieben sollen, was sollen wir dann überhaupt noch lieben!« Theodor Fontane hat das gesagt und Thomas Mann äußerte sich nicht weniger begeistert: »Wäre ich nur in die angelsächsische Kultur hineingeboren!« schrieb er 1948, nach Jahren des kalifornischen Exils. Doch mehr als alle guten Erinnerungen zählt die Gegenwart: Amerikaner und Briten ruhen sich nicht auf ihren Errungenschaften aus. Sie schüren unser Interesse immer weiter. Von *Harry Potter* bis *Avatar*, von Facebook bis zum iPho-

ne, von der *Corporate Social Responsibility* bis zur Halbleitertechnologie – was angesagt ist oder die Best-of-Listen anführt, wird *more often than not* über Kanal und Teich zu uns herübergespült.

## Die kleinen Unterschiede

Von unseren deutschsprachigen Nachbarn abgesehen ist uns somit keine Kultur so vertraut wie die angelsächsische. Wir sprechen fließend Englisch oder jedenfalls brauchbar, lesen Jane Austen, John Irving und Jonathan Franzen, *canceln*, *downloaden* und *chatten* so gedankenlos, als hätten wir keine eigenen Wörter dafür, und jede Provinzbäckerei macht gute Geschäfte mit Schokomuffins und *Coffee to go*.

Doch so stark das Verbindende zwischen Germanen und Angelsachsen ist, unsere Kenntnis von Sprache, Land und Leuten lässt reichlich Luft nach oben. Das Defizit bescheinigt uns einer, der es wissen muss: »Gäbe es eine ›kulturelle Grammatik‹«, würden die meisten Deutschen zeitlebens den Global Test nicht bestehen«, sagt der irische Experte für interkulturelle Kommunikation James McCabe. »Die richtige Zeit zu benutzen mag morphologisch eine gewisse Genugtuung bereiten, wenn es allerdings um Zwischenmenschliches und spontanen, echten Gedankenaustausch geht, spielt es eine eher geringe Rolle.«

Auf gut Deutsch: Den subtilen Unterschied von *past tense* und *present perfect* kennen viele. Kulturelle Unterschiede im sprachlichen Verhalten, zum Beispiel dass Briten und Amerikaner viel häufiger als wir einen verbindlichen, suchenden Kommunikationsstil pflegen, lernt man dagegen nicht aus dem Englischbuch. Deshalb spüren wir allenfalls diffus: Irgendwie verstehen sie sich aufs Reden, die Angelsachsen, und das eine oder andere in Sachen Gesprächskultur würde man sich gern von ihnen abschauen.

Es gibt Momente, da wäre es schön, rhetorisch versiert zu sein wie Barack Obama, charmant wie Hugh Grant, freundlich-diskret wie Kate Middleton, Herzogin von Cambridge, geistreich wie Woody Allen oder bestimmt wie Meryl Streep als Vogue-Chefin in *Der Teufel trägt Prada*. Und auch wenn man selbst Produktmanager in Bochum ist oder Staatsanwältin in Wien – wenn die Verkäuferin in einem GAP-Store geduldig die siebte Jeans vorschlägt, weil man die Waschung gern eine Nuance anders hätte, dann weiß man: Die angelsächsische Kundenorientiertheit täte auch der eigenen Karriere gut.

Egal, ob sie mir live oder in Filmen, Büchern oder im Fernsehen begegnen, immer wieder rufen die englisch-amerikanischen Sprachmanieren mein Interesse wach: Woher beziehen die gewandten UK/US-Rhetoriker ihren sprachlichen Schliff? Nehmen wir als Außenstehende vornehmlich die Ausnahmetalente rhetorischer Have-it-allers wie Barack Obama oder Bill Clinton wahr? Lassen wir uns vom Können cleverer Reden- und Drehbuchschreiber beeindrucken? Oder sagen und formulieren die Briten und Amerikaner generell manches anders und vielleicht geschickter als wir? Wie verwandeln sie die Tatsache, dass Worte nicht immer so leicht kommen wie gewünscht, nicht nur in einen weltberühmten Song sondern obendrein in einen kommunikativen Vorteil? Nutzen sie Mittel und Wege, die wir, taub für die feinen Unterschiede zwischen dem englischen und deutschen Sprachverhalten, bisher in ihrer Wirkung unterschätzt oder in ihrer Machart nicht durchschaut haben?

Für diese Annahme spricht, dass Menschen sich tendenziell schwer damit tun, interkulturelle Differenzen, also die Unterschiede zwischen den Kulturen zweier Länder, zu erfassen. Weil uns mit Engländern und Amerikanern so vieles verbindet, glauben wir, sie besonders gut zu kennen, und verlieren den Blick dafür, dass unsere Sprachen sich nicht nur in Wortschatz und Grammatik unterscheiden, sondern oft auch in der Art, etwas auszudrücken.

Die mangelnde Wahrnehmung solcher kultureller Ungleichheiten stört die Konversation im englischsprachigen Ausland, wo man uns Deutsche als ungeschickt im Smalltalk und übereifrig im Business Talk empfindet. Viel wichtiger aber: Unser blinder Fleck für die kleinen Unterschiede im Sprachverhalten beraubt uns der Chance, genau die Verhaltensweisen in unser eigenes Kommunikationsrepertoire aufzunehmen, die wir an Briten und Amerikanern bewundern. Dieses Buch schließt die Lücke. Es geht der Frage nach: Was haben sie, was wir nicht haben? Was genau machen sie anders und vielleicht sogar besser? Vor allem aber:

### *Welche angelsächsischen Erfolgsmuster können wir mit Gewinn für uns nutzbar machen?*

Nicht um unser eigenes Sprachverhalten auszutauschen. Sondern um es zusätzlich um erprobte und direkt umsetzbare Besonderheiten zu ergänzen, die unser Deutsch bereichern und inspirieren.

### *Was haben sie, was wir nicht haben?*

Der Philosoph Ralph Waldo Emerson formulierte in weiser Voraussicht: »Konversation ist eine Kunst, in der ein Mensch mit der gesamten Menschheit konkurriert.« Heute hat die Globalisierung auch die Kommunikation erreicht: Wer klug ist, schaut über den Tellerrand und vergleicht die heimischen Gesprächsmuster mit erfolgreichen Verhaltensweisen in anderen Ländern.

Lassen Sie sich deshalb ein auf eine Reise: Gehen Sie auf Entdeckungstour durch Großbritannien und die USA und schauen Sie von dort auf unsere eigenen Verhältnisse. Die ungewohnte Perspektive rückt Erkenntnisse ins Licht, an die Sie so noch nie ge-

dacht haben, und adelt typisch englisches und amerikanisches Kommunikationsverhalten, das Ihnen bisher vielleicht irritierend oder eher suspekt erschien. Gerade wenn Sie in Sachen Kommunikation schon vieles kennen, profitieren Sie vom Blick über Kanal und Teich: Je mehr wirksame Kommunikationsmethoden Sie prüfen und verinnerlichen, desto mehr steigen Ihre Chancen auf Einfluss und Erfolg – beruflich, aber auch weit darüber hinaus.

Welche Gesprächsmuster sind es nun, die deutsche und englische Muttersprachler unterscheiden? Systematisch ermitteln lassen sie sich nicht. Legen wir deshalb ganz pragmatisch die sprachlichen Verhaltensweisen zugrunde, die in unseren Augen so britisch sind wie *Yorkshire pudding* oder so amerikanisch wie Mickey Mouse. Dann hebt sich die angelsächsische Gesprächskultur durch neun offenkundige Besonderheiten von der unseren ab:

**Anrede:** In den englischsprachigen Ländern ist geschafft, was sich bei uns viele wünschen: eine einheitliche Anrede, ohne den Kampf und Krampf ums Sie oder Du. Doch was so wunderbar informell wirkt, ist nicht ohne Fallstricke. Wo sich die meisten beim Vornamen nennen, tobt sich das Spiel um Nähe, Distanz und die feinen sozialen Unterschiede eben auf anderen Gebieten aus. Woraus sich ablesen lässt: Offenbar lassen sich Menschen nirgendwo gern über einen Kamm scheren.

**Smalltalk:** Mit dem Smalltalk haben die Angelsachsen eine Kommunikationsform erfunden, die bei uns jahrzehntelang nichts und dann plötzlich als unverzichtbares Soft Skill galt. Inzwischen sind wir beim kleinen Gespräch schon ganz gut geworden. Trotzdem sind uns Briten und Amerikaner um ein paar Jahrhunderte darin voraus.

**Enthusiasmus:** How are you this morning? – Good! How are you? Schade, dass man Bücher nicht hören kann. Denn der herzliche Ton, in dem sich auf Englisch Wildfremde begrüßen, ist auf

der Welt einzigartig. Amerikanern ist er als Zeichen von *good attitude* zur zweiten Natur geworden und auch wir täten gut daran, wenigstens eine Light-Version davon zu pflegen. Denn der positive Sound überwindet Fremdheit und beflügelt die Kreativität.

**Konfliktmanagement:** Briten und Amerikaner erkennen die Macht, die darin liegt, Spannungen klein zu halten. Deshalb setzen sie auf Zwischentöne und bringen Probleme verklausuliert zur Sprache. Der abgefederte Kommunikationsstil erspart Stress und Peinlichkeiten und bietet beste Voraussetzungen, den eigenen Standpunkt wohlherzogen zu vertreten.

**Humor:** Vor allem auf der britischen Insel unterströmt der Spaßmodus jedes noch so ernste Gespräch. Witz und Selbstironie genießen höchstes Ansehen und haben eine wichtige soziale Funktion: Sie sorgen dafür, dass Smalltalks unterhaltsam und Konflikte halb so wild verlaufen, bringen neue Perspektiven ins Spiel und bieten die Möglichkeit, unter dem Deckmantel des Unernstes eigentlich Unsägliches zur Sprache zu bringen.

**Understatement:** Bei uns gilt: Erfolgreich ist, wer die eigene Leistung gekonnt in Szene setzt. In den angelsächsischen Ländern verhält es sich umgekehrt: Klasse zeigt, wer sich nicht so wichtig nimmt. Ob im Sport oder im Meeting: Wer auf sich hält, macht sich kleiner, als er ist – und verfügt damit über ein Erfolgsgeheimnis, das vor allem die ganz Großen elegant für sich zu nutzen wissen.

**Professionelle Freundlichkeit:** Amerika ist in Sachen Kundenzufriedenheit die Nummer eins, Deutschland liegt weit abgeschlagen elf Ränge dahinter. Vielleicht ist es das Bild von König Kunde, das uns das Dienstleisten so schwer macht. Disney, Starbucks & Co. sehen dagegen ihre Kunden als Gäste an, die man als Gastgeber verwöhnt und umsorgt. Dass die Lebenswürdigkeit standardi-

siert ist, tut der Wirkung keinen Abbruch: Was zählt, ist die Erfahrung, als Kunde geschätzt und willkommen zu sein.

**Vortragsstil:** Zwischen dem angelsächsischen und germanischen Vortragsstil liegen Welten. Während wir bevorzugt sachlich und streng faktenorientiert präsentieren, setzen die Amerikaner und Briten darauf, ein Publikum zu fesseln und Themen effektiv in Szene zu setzen. Das eine oder andere Detail bleibt dabei schon mal außen vor. Dafür klingen angelsächsische Reden bildhafter und persönlicher. Man könnte auch sagen: gehirngerechter.

**Die feine angelsächsische Art:** Für uns ist die feine englische Art genau wie das Prädikat Gentleman ein Schlüsselwort, das für gute Manieren und einen kultivierten Lebensstil steht. Tatsächlich umfasst das Wort aber noch mehr: Es kennzeichnet ein soziales Verhalten, das durch Wohlwollen und Wohlerzogenheit überzeugt, als Verhaltenskodex auf der ganzen Welt angesehen ist und mehr durch Zurückhaltung kommuniziert als durch Wortgewandtheit.

## *Was Sie in diesem Buch erwartet*

Nun gibt es natürlich den typischen Engländer oder Amerikaner genauso wenig wie den typischen Deutschen, Österreicher oder Schweizer. Deshalb sind die Spracheigenschaften, die wir den Angelsachsen nachsagen, bis zu einem gewissen Grad Klischeevorstellungen. Zudem stehen sie in Verbindung mit einem Sozialverhalten, das eher in der *middle* und *upper class* zu finden ist als bei amerikanischen Redneck-Prolls oder britischen Party-Touristen.

Dieses Buch nimmt sich deshalb die Freiheit zur Unschärfe heraus: Weder spiegelt es die gesamtgesellschaftlichen Verhältnisse in irgendeiner Weise wider noch trennt es akribisch zwischen amerikanischem und britischem Englisch. Es spart auch weitge-

hend aus, was die Angelsachsen *nicht* können, was uns an ihrer Art der Kommunikation missfällt und welche Kommunikationsformen wir erheblich besser beherrschen als sie.

Stattdessen rückt es britische und amerikanische Stärken in den Mittelpunkt und zeigt, was es daraus zu lernen gibt. Pragmatisch und undogmatisch importiert es typisch angelsächsische Ausdrucksformen, die im Deutschen weniger ausgeprägt vorhanden sind – mit denen aber auch wir unser Verhaltensrepertoire vorteilhaft anreichern können. Nachdem Sie dieses Buch gelesen haben, wissen Sie nicht nur, warum in England Bescheidenheit Pflicht ist, was wir von den Amerikanern in Sachen Freundlichkeit lernen können und warum so viele Frauen Hugh Grant unwiderstehlich finden. Sie haben auch den Sinn und die Wirkung der neun englisch-amerikanischen Erfolgsmuster so detailliert aufgeschlüsselt kennengelernt, dass Sie sie beruflich und privat als Gesprächsstrategien einsetzen können, die noch nicht jeder beherrscht.

Die Anregungen und Vorbilder, auf die Sie dabei treffen, sind nicht ohne. Viele der Dialogbeispiele in diesem Buch stammen nämlich aus Büchern und Filmen, aus Politikerreden, TV-Serien, Unterhaltungsbestsellern und der anspruchsvollen Literatur. Lesen Sie die Beispiele auf Deutsch, Englisch und manchmal auch in beiden Sprachen, je nachdem, wie eine kommunikative Nuance sich am deutlichsten vermittelt. Schulen Sie daran Ihr sprachliches Feingefühl und experimentieren Sie, wie die sprachliche Magie von Clooney, Carrie & Co. auch auf Deutsch geführte Gespräche oder Präsentationen lässiger, verbindlicher und manchmal klarer macht. Weil Originaldialoge aus Büchern und Filmen konzentrierter und weniger von Banalitäten durchsetzt sind als Alltagsdialoge, unterstützen sie genau das, worauf dieses Buch abzielt:

*ein Lernen vom Besten, was uns die  
Traditionalisten des guten Tons und die  
Meister der zwanglosen Herzlichkeit zu  
bieten haben.*





*My name is Bond,  
James Bond*

*Wie man offen ist,  
ohne mit jedem  
auf Du und Du zu sein*

**F**ür Politiker scheint es den ultimativen Ritterschlag zu bedeuten: mit Barack, David oder Hillary auf Du und Du zu sein. Auf jeden Fall sorgt die formlose Anrede für eine gute Presse. »Mit Barack Obama besteht bestes Einvernehmen«, kommentierte die Süddeutsche Zeitung nach dem Amtsantritt des 44. amerikanischen Präsidenten das Verhältnis zur deutschen Kanzlerin, »auf der Basis der Vornamen, den der Präsident sogar deutsch anspricht.« Ein Jahr später leuchtet die Berliner Zeitung das Verhältnis zwischen Hillary Clinton und Guido Westerwelle aus: »Sie duzen sich nun.« Fast erinnert die Wendung an den legendären Satz, mit dem Helmut Kohl einst Ronald Reagan aufgefordert haben soll: »You can say you to me.«

Selbst glaubt man sich über so viel Provinzialität natürlich erhaben. Doch auch US/UK-Kenner ertappen sich, wie sie sich unwillkürlich geschmeichelt fühlen, wenn sie wichtige amerikanische oder englische Geschäftspartner ruckzuck beim Vornamen nennen dürfen. Obwohl sie genau wissen: Viel heißen will so viel Vertraulichkeit nicht. Während bei uns der Übergang vom Sie zum Du manchmal einem Überfall und oft einem Eiertanz gleicht, gibt es im Englischen von Haus aus nur ein Anredepronomen: *you*. Und viel häufiger als bei uns nennt man sich fast übergangslos beim Vornamen. Fast sieht es so aus, als wären die Briten und Amerikaner so kumpelhaft mit jedem auf Du und Du wie bei uns nur ein schwedisches Möbelhaus. Fast. Aber nicht ganz. Denn dass die Angelsachsen pauschal jeden duzen, einschließlich Queen, Prime Minister und Präsident, ist ein Klischee. Die Wahrheit ist komplizierter. Grammatikalisch und erst recht sozial.

## *Die Geschichte mit dem »you«*

Versetzen Sie sich in das England der Tudors, von Heinrich VIII, Anne Boleyn und Elizabeth I zurück. Damals, im 16. und 17. Jahrhundert, gab es in Großbritannien, ähnlich wie heute im Deutschen oder Französischen, zwei Formen der Anrede: *you* und *thou*. Die Pluralform *you* war genau wie unser *Sie* oder das französische *vous* eine förmliche Anrede, mit der man Fremde und Höherrangige adressierte. Die Singularform *thou* entsprach unserem *Du* oder dem französischen *tu*. Es wurde als vertraute Anrede unter Freunden und Liebenden, aber auch gegenüber Kindern und Untergebenen verwendet.

Ein Dialog aus Shakespeares *Romeo und Julia* (III,5) verdeutlicht das Prinzip. Während Julia ihren Vater respektvoll mit *you* anspricht, verwendet Capulet ihr gegenüber das familiäre *thou*, das hier in seiner Dativ- und Akkusativform *thee* auftaucht.

Juliet: Good father, I beseech you on my knees,  
Hear me with patience but to speak a word.

Capulet: Hang thee, young baggage! disobedient wretch!  
I tell thee what: get thee to church o' Thursday,  
Or never after look me in the face:  
Speak not, reply not, do not answer me;  
My fingers itch.

Julia: *Ich fleh Euch auf den Knien, mein guter Vater,  
Hört mit Geduld ein einzig Wort nur an!*

Capulet: *Geh mir zum Henker, widerspenstige Dirne!  
Ich sage dirs: zur Kirch auf Donnerstag,  
Sonst komm mir niemals wieder vors Gesicht.  
Sprich nicht! Erwidre nicht! Gib keine Antwort!  
Die Finger jucken mir.*

Bis zur Shakespeare-Zeit unterschied das Englische also genau wie das Deutsche zwischen einer vertrauten und einer förmlichen Anrede. Allerdings begann die Differenzierung bereits zu bröckeln. Capulets Ton zeigt, dass das intime *thou* nicht nur Nähe, sondern auch Geringschätzung ausdrücken konnte. Dieser Beigeschmack führte dazu, dass das *thou* und seine Beugeformen im 17. Jahrhundert aus der Alltagssprache verschwanden. Das höflichere *you* lief ihm den Rang ab. Es wurde fortan allen und jedem gegenüber verwendet als die unverfänglichere Form der Anrede, die niemandem zu nahe trat.

*So trefflich sich also ›you‹ auf ›du‹ reimen mag – sprachgeschichtlich und grammatikalisch entspricht es unserem Sie.*

»Das Wörtchen ›You‹ im Englischen ist kein intimes ›Du‹, sondern eine Respekt zeugende Pluralform, die dem deutschen ›Ihr‹ entspricht«, erläutert Germanistik-Professor Werner Besch von der Universität Bonn. Dass das vertraute *thou* abgeschafft wurde, habe zur Folge, »dass sich nun alle siezen – und nicht duzen.«

Historisch gesehen hat die Nivellierung der Anrede also die Distanz vergrößert, nicht verkleinert. Keineswegs duzen die Angelsachsen einander so formlos-plump, wie Zwangs- und Alleweltduzer es hierzulande gern einführen würden. Im Gegenteil:

*Richtiger wäre die Aussage, dass in England jeder jeden siezt.*

## *Angelsachsen haben keine Qual der Wahl*

Nun ist der faktische Untergang des familiären *thou* ein paar Hundert Jahre her und natürlich machen sich auch in den englischsprachigen Ländern nur Eingeweihte die ursprüngliche Bedeutung des Einheits-*you* bewusst. Deshalb hat sich das *you* heute zu einer vollkommen neutralen Form der Anrede entwickelt. Weder ist es mit der Förmlichkeit des deutschen *Sie* noch mit der Intimität unseres *Du* aufgeladen. Will man das Verhältnis zum Gesprächspartner lockerer gestalten, geht man einfach zum Vornamen über: Statt *Ms. Miller* oder *Sir* sagt man *Jane* oder *Tom*. Das Anredepronomen bleibt davon ebenso unberührt wie der Ton, mit dem man sich begegnet.

Schon rein rechnerisch verändert also der Wechsel von der formellen zur informellen Anrede die Konversation im Englischen ungleich weniger als im Deutschen: Der Name fällt in einem Gespräch nur zwei-, dreimal und notfalls eben überhaupt nicht. Personal- und Possesivpronomen lassen sich dagegen nicht umgehen und spiegeln im Deutschen bei jedem einzelnen Gebrauch wider, wie man zueinander steht. Darüber hinaus verändert sich bei uns mit dem Übergang zum *Du* oft auch der Umgangston: Mal wird er netter und offener, mal nachlässiger und rauer, manchmal sogar steifer und verkrampfter als vorher, als man einander noch siezte.

Der Vergleich mit dem *you* bestätigt, was Menschen spüren, die den anhaltenden Trend zum *Du* eher auf- als ungezwungen finden:

*Das Problem mit dem Du ist, dass wir es haben.*

Weil es die Möglichkeit gibt, das Anredepronomen zu wechseln, bleiben alle, die nicht über die formelle Anrede hinauskommen,