



Sprachpflege

## Kolossal katzenhaft

**M**änner könnten ja meinen, eine Wimperntusche sei ein simples Konstrukt. Doch dem ist nicht so, sonst könnte Frau ja schwarze Schuhcreme nehmen und sich diese mit einer Zahnbürste auf die Wimpern pappen. Die Realität sieht anders aus: Ingenieure entwickeln ergonomische Behälter und griffige Bürstchen, Chemiker forschen an der perfekten Formel für Geschmeidigkeit.

Doch Kosmetikfirmen beschäftigen nicht nur Ingenieure, sondern auch Sprachforscher und Wortakrobaten. Sie sollen Wörter suchen und notfalls erfinden, mit denen man den neusten Coup in der Wimperntuschenforschung anpreisen kann.

### Mascara? Spektakulär!

Hier die kleine Geschichte einer Berufsgruppe: Als die Wimperntusche auf den Markt kam, war die Arbeit der Kosmetiklinguisten noch behäbig. Man konnte das Produkt einfach «Wimperntusche» nennen. Oder im Fremdwort: «Mascara». Als eine spezielle Volumenbürste dazukam, nannte man sie «Volume Mascara». Im nächsten Jahr hatten die Tüftler schon eine bessere Volumenbürste

erfunden, also stellten sie ein «Mega» davor. Nun mussten die Wortmischer jährlich neue Superlative aufspüren: Erst kam «maximal», dann «spektakulär», «extrem», «exzessiv» und «ultimativ» (L'Oréal). Die Linguisten von Maybelline fanden noch einen letzten: «kolossal» («kolossale Bürste für kolossales katzenhaftes Volumen, ohne Klumpen!»). Dann gingen ihnen die Worte aus. Also erfanden sie ein neues Verb: «millionisieren» (nicht nur verhundertfachen): «Millionisieren Sie Ihre Wimpern!» Nach diesem Coup suchten sie neue Dimensionen. «3D» hiess die nächste Tusch von L'Oréal – «4D» die folgende.

«5D» erschien den Linguisten zu wenig überraschend. Also griffen sie zu anderen Mitteln: zu den Waffen. «Bombshell» (Bombe), «Cannonball» (Kanonenkugel), «Eyes to Kill» (Augen zum Töten) und «Eyes to Die For» (Augen zum Sterben) von Covergirl, Urban Decay, Armani und Roth wurden lanciert.

Doch auch dieses Pulver war bald verschossen. Die Sprachschöpfer fielen in eine tiefe Sinnkrise. Nur ein Produkt kam auf den Markt: Der selbstverleugnende «No Mascara Mascara» («Keine Wimperntusche-

Wimpertusche» von Perricone). Dann hatte einer die zündende Idee: Sex sells. «Lashgasm» (englisch für Wimpernorgasmus, «lash» heisst aber auch Peitsche ...) und «Better than Sex Mascara» von Too Faced eroberten den Markt. Und «Perversion» des Labels Urban Decay.

### Kosmetik für den Metzger

Damit hatten die Texter den Gipfel der Tuschenlinguistik erreicht. Sie dürsteten nach einer neuen Herausforderung. Beim Bundesamt für Berufsbildung und Technologie hiess man sie herzlich willkommen. Das Amt hatte verzweifelt nach schicken Namen für Berufe geforscht; traditionelle Berufe wie Schneider oder Bäcker brauchten ein sprachliches Update. Erste Versuche waren verunglückt («Strassentransportfachmann» für Lastwagenfahrer oder «Printmedienverarbeiterin» für Buchbinderin).

Bald legten die Linguisten ihre Vorschläge vor: «Bombastic Butcher – The Steak Maker» (Metzger), «Cool Cook – Gourmet Style» (Koch) und «Furious Firefighter – 1000 Flames» (Feuerwehrmann). Das Bundesamt fand mega. YAËL DEBELLE