

Bastian Sick

Schlagen Sie dem Teufel ein Schnäppchen

**Ein Bilderbuch aus dem Irrgarten
der deutschen Sprache**

Kiepenheuer & Witsch



Verlag Kiepenheuer & Witsch, FSC®-M001512

1. Auflage 2017 (20.000 Exemplare)

© 2017, Verlag Kiepenheuer & Witsch, Köln

© SPIEGEL ONLINE GmbH, Hamburg 2017

© Bastian Sick, Niendorf/Ostsee

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotografie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlaggestaltung: Barbara Thoben, Köln

Umschlagmotiv: © Getty Images/parema

Autorenfoto: Till Gläser

Gesetzt aus der Frutiger

Satz: Felder Köln/Berlin

Druck und Bindearbeiten: CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-462-05029-5

Küchensause	172
Verbrechen und andere Kleinigkeiten	184
Wegweisend	190
Ab in den Urlaub!	198
Bildnachweis	210

Vorwörtchen

»Schlagen Sie dem Teufel ein Schnäppchen«, las meine Freundin Sibylle, als ich ihr die Titellentwürfe für mein neuestes Buch zeigte, und fragte verwundert: »Wo ist da der Witz? Du hast doch sonst immer einen bewussten Fehler oder ein Wortspiel in deinen Titeln versteckt.« – »Hier genauso«, erwiderte ich. »Es heißt normalerweise *jemandem ein Schnippchen schlagen*.« Sibylle lachte und fragte: »Ein Schnippchen? Was, bitte, soll denn das sein?«

Da Sibylle vermutlich nicht die Einzige ist, der die Bedeutung des Wortes »Schnippchen« nicht geläufig ist, verdient es an dieser Stelle wohl eine Erklärung. Das »Schnippchen« kommt vom Verb »schnippen«, das eng mit »schnipsen« verwandt ist und eine lautmalerische Nachahmung des Geräuschs ist, das beim Schnellen der Finger entsteht.

Das Fingerschnippen galt in früheren Zeiten als eine Gebärde des Spotts und der Verachtung. Wer in der Gegenwart eines anderen mit den Fingern schnippte, ihm also »ein Schnippchen schlug«, der machte sich über ihn lustig oder brachte seine Überlegenheit zum Ausdruck. Wer dem Teufel – oder wie die Protestanten eher sagen: dem Schicksal – ein Schnippchen schlug, der bewies seine Furchtlosigkeit und seinen Mut. Allerdings pflegten auch Herrschaften im Umgang mit ihrem Dienstpersonal zu schnippen, um ihren Befehlen Nachdruck zu verleihen, so wie es Hundehalter gelegentlich bei der Erziehung ihrer Vierbeiner tun. Aus diesem Grund gilt das Fingerschnippen heute als unhöflich.

Wer im Restaurant die Bedienung mit Schnippen auf sich aufmerksam zu machen versucht, beweist keine gute Kinderstube. In meiner Grundschulzeit war uns das Fingerschnippen im Unterricht strengstens verboten.

Die Redewendung mit dem Teufel ist noch heute geläufig, auch wenn das Schnippchen zunehmend von ähnlich klingenden Wörtern wie Schnittchen, Schippchen oder Schnäppchen ersetzt wird.

»Dann ist dem Teufel ein Schnäppchen schlagen also verkehrt«, schlussfolgerte Sibylle, fast ein wenig enttäuscht. »Dabei liebe ich Schnäppchen doch so sehr!« – »Aber Schnäppchen schlägt man nicht«, gab ich zu bedenken. »Sag das nicht«, entgegnete Sibylle. »Wenn ich ein Schnäppchen machen kann, dann schla-ge ich zu.«

Schnippchen und Schnäppchen gehören zu einer ganzen Reihe von Wörtern, die nur noch in der Verkleinerungsform existieren. So wie das »Schlafittchen«¹ oder die »Sperenzchen«². Viele dieser »Wörtchen« stammen aus Flora und Fauna, so wie das Alpenveilchen, das Stiefmütterchen, das Schneeglöckchen und das Gänseblümchen, das Rotkehlchen, das Seepferdchen und das Glühwürmchen. Wer aber könnte uns sagen, wo die Rotkehle und der Glühwurm herumfliegen, wo die Alpenveile blüht und die Schneeglocke läutet? Vermutlich gab es einst ein Land, das von Riesen bevölkert war. Gewaltige Riesen, durch deren Adern Blutplatten rauschten, die beim Lachen Gruben im Gesicht hatten und an deren Ohren Lappen hingen. Die Geschwätzigen von ihnen plauderten gern aus dem Nähkasten und kamen dabei von Holz auf Stock, die Peinlichen ließen keinen Fettnapf aus und die Geschickten freuten sich, wenn alles wie

¹ vom »Schlagfittich«, dem Flügel, bei dem man Enten und Gänse fasst.

² aus lat. sperantia = Hoffnung, Erwartung; »Sperenzien machen« bedeutete ursprünglich »sich Hoffnungen machen«, nahm später in Anlehnung an »sich sperren« die Bedeutung »sich winden, widerstreben« an.

an der Schnur lief. Ihre Jüngsten nannten sie zärtlich Nesthaken und lasen ihnen Mären vor von Rotkappe und Dornrose und dem großen Rumpelstilz. Auch ihre Hunde waren riesig, sie machten Mann, gaben Pfote und jagten im Rudel Kanin und Frett. Trotz ihrer Größe waren die Riesen sehr gesellig und umgänglich: Beim Kaffeekranz reichten sie selbst gebackene Plätzchen, füllten sich die Tassen mit Blumenkaffee, und wenn jemand Geburtstag hatte, sangen sie ihm einen Stand. Falschparker bekamen eine eindrucksvolle Knolle, und wer Fieber hatte, wurde mit einem Zapfen kuriert. So oder so ähnlich muss es gewesen sein, im Reich der Riesen, wo Seepferde durch die Wellen pflügten und die Bäume sich unter der Last der Weidenkatzen und Eichhörner bogen. Dort hätte man dem Teufel auch bestimmt kein Schnippchen geschlagen, sondern einen Schnipp, bei dem ihm Hören und Sehen vergangen wäre.

Verlassen wir damit die Märchenwelt und kehren wir zurück in die Wirklichkeit des deutschen Sprachalltags, der allerdings, wie dieses Buch gleich zeigen wird, bisweilen unwirklicher, verrückter, skurriler und verdrehter sein kann, als wir es uns in unseren kühnsten Fantasien ausdenken könnten. Und es müsste mit dem Teufel zugehen, wenn Sie dabei vor Lachen nicht nach Luft schnappen. Viel Vergnügen!

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'B. Sick', with a stylized flourish extending from the end.

Bastian Sick
Niendorf an der Ostsee, im Mai 2017

Alles frisch?

Es gibt eine Reihe von Wörtern, die so untrennbar zur Werbung gehören wie der Mitklatsch-Rhythmus zum deutschen Schlager. Unscheinbare, kleine Wörter, ohne die Werbung gar nicht möglich wäre. Wörter wie »neu«, »extra« und »günstig«. Kein Salat ohne »knackig«, kein Weichspüler ohne »flauschig«, kein Hähnchen ohne »knusprig«, keine Soße ohne »lecker«. Doch die Königin unter den Werbewörtern ist das Wort »frisch«. Mit »frisch« lässt sich so gut wie alles verkaufen – selbst wenn es sich um Unterwäsche oder Viehdung handelt.



Als einer der ersten Märkte zog Aldi Konsequenzen aus dem Gammelfleischskandal und sortierte das alte Frischfleisch aus.

»Aldi Süd« Aachen



Gestern angerührt, dann behutsam über Nacht gebacken – und gerade eben aus dem Ofen geholt.

Bäckerei in Hagen-Hohenlimburg (Nordrhein-Westfalen)



Für alle, die Ironie verstehen – und einen festen Magen haben.

Restaurant in Solingen
(Nordrhein-Westfalen)



Frisch schmecken sie bekanntlich am besten.

Wyk auf Föhr (Schleswig-Holstein)



Der eine zaubert ein Kaninchen aus dem Hut, der andere ein Geldstück aus dem Ohr, doch diese Eier zaubert man von woanders hervor.

Wochenmarkt in Bad Salzuflen (Nordrhein-Westfalen)



Mit anderen Worten: frisch geschlülpte Unterwäsche.

Textilgeschäft in Weimar (Thüringen)



Die Abteilungsleiterin darf ruhig schon etwas abgegangen sein, aber für die Stelle der Metzgerin will man natürlich Frischfleisch.
»Real«-Markt in Weingarten (Baden-Württemberg)



Sie sind vielleicht etwas schuppig und sie reden nicht viel, insgesamt aber wurde die Idee, frische Fische als Bedienung einzustellen, von den Kunden positiv aufgenommen.

»Rewe«-Markt in Frankfurt-Rödelheim