

## **Und sieht auch noch gut aus**

Kollegin Doro hat einen neuen Freund. Und wie das am Anfang meist so ist: Doro ist hingerissen. ER ist aufmerksam, nicht gerade unbetucht, sportlich »und«, wie Doro abschließend unter markantem Augenzwinkern gesteht, »sieht auch noch gut aus!«. Na schön. Kurz darauf ruft Freund Dani an. Der hat sich urplötzlich einen neuen Untersatz zugelegt – einen Altwagen. Und was für einen Fang er da offenbar gemacht hat: technisch absolut okay, sehr preisgünstig »und«, mit auffälligem Räuspern beendet er seine Neuigkeit, »sieht auch noch gut aus«. Na bitte.

»Und sieht auch noch gut aus«? Dieses kleine Satzfragment, das so auffallend betonungsarm daherkommt – allenfalls mit einem leichten Anheben der Stimme beim

ersten und beim letzten (und nicht beim doch eigentlich wichtigsten, dem vorletzten) Wort – diese Wendung, haben wir die nicht schon mal irgendwo gehört?

Richtig! Zuerst fällt uns der gequält dreinschauende Jungmann ein mit den zwei fast rechtwinklig abstehenden, von oben bis unten eingegipsten Armen. Der möchte – ausgerechnet! – ein Telefon kaufen, das unbedingt – und monoton wiederholt er das immer wieder – »ohne Schnur« sein soll. Und dann ist da in diesem TV-Werbespot der ewig grinsende, etwas schmalzige Telefonverkäufer, natürlich ebenfalls ein Jungmann, der den schicken schnurlosen Apparat, um den es eigentlich geht, abschließend mit eben diesen Worten umschmeichelt: »Und sieht auch noch gut aus!« Und dieses Sätzchen plus grinsendem Jüngling mit angepriesenem Schnurlosapparat wird dann im jeweiligen Werbeblock, nach ein paar anderen Spots, mit schöner Regelmäßigkeit noch ein zweites Mal ausgestrahlt. Als hätten wir's noch nicht ganz kapiert. Oder schon wieder vergessen.

Nun: Doro und Dani haben gut zugeschaut und vor allem zugehört. Der kurze Ausrufesatz hat ihnen offenbar gefallen, und schon wird er bei passender Gelegenheit im (dem Werbespot) entsprechenden Tonfall reproduziert, dazu jenes spezifische Augenzwinkern oder Räuspern, was entweder heißen will: Bin ich sprachlich nicht originell? Oder einfach: Na, dieses hübsche Sätzchen kennst du, lieber Freund, doch auch?

Dabei hatte ich – daß ich es nur gestehe – just mit diesem Werbespot für Schnurlostelefone von vornherein so meine Verständnisprobleme gehabt. Es bedurfte kollegialer Nachhilfe, um mir auf die Sprünge zu helfen. Ich konnte absolut nichts Schlüssiges und schon gar nichts Lustiges daran finden, daß ein Mensch mit zwei gebrochenen Armen unbedingt ein schnurloses Telefon kaufen will, von dem ihm vorrangig versichert wird, daß es auch noch gut aussehe. Aber lassen wir den tieferen Sinn dieser Sache hier beiseite. Vielmehr könnte aber dieser Werbespot seines markanten Sätzchens wegen hinfort noch einmal interessant werden. Dann nämlich, wenn sich herausstellen sollte, daß er der Ursprungsort eines neu aufkommenen Phraseologismus, der neuen Wendung *und sieht auch noch gut aus* gewesen ist.

Noch ist es nicht soweit. Doro und Dani markieren gerade mal einen Anfang. Wird die kleine Phrase eine Chance haben, als feste Wendung in unseren Sprachgebrauch einzugehen? Warten wir es ab. Wenn ja, so würde das für den Lexikographen das so außerordentlich seltene Erfolgserlebnis des nachweisbaren ersten Belegs eines neuen Wortes oder – wie hier – einer neuen festen Wendung bedeuten. Schon habe ich das Sätzchen auch gedruckt entdeckt, allerdings nur in einer Zeitschriftenreklame eben dieser »Telefonfirma«. Für die ich hier übrigens ganz und gar nicht kostenfrei Reklame machen wollte. Das sähe denn doch nicht gut aus.

*Michael Kinne, Mannheim*