



Foto: taz

Franz Lerchenmüller
Ich meld mich

Wording, Branding, Blöding

Und dabei hatten wir es doch schon so weit gebracht. *Verträumte Ecken*, *romantische Winkel* und *zauberhafte Flecken* verrotteten auf dem Müllhaufen der touristischen Sprachgeschichte. Wer *biblische Wüsten*, *paradiesische Strände* oder *wilde Schluchten* in Umlauf brachte, nachmachte oder verfälschte, fiel der allgemeinen Branchen-Ächtung anheim. Wagte jemand, von einem Ort zu schwärmen, der *eine Reise wert*, *einen Besuch wert* oder *gar auf jeden Fall einen zweiten Besuch wert sei*, galt er als nicht mehr satisfaktionsfähig.

Wer gar von *köstlichen Spezialitäten* oder *landestypischen Schmankerln* schwadronierte, wurde mit Entzug der Aufmerksamkeit nicht unter einem halben Jahr bestraft. Und wäre immer noch jemand eingefallen, *entspannt seine Seele baumeln* zu lassen, hätte er sich genauso gut an dem Haken, an dem diese herunterhing, selbst entleiben können.

Schöne Zeiten – welcher Irrtum! Wir haben, stellen wir beschämt fest, noch eine Menge zu lernen. So schnell geben Windmacher und Wortklingelschmiede nicht auf. Wo wir vorne den Sprachmüll kübelweise hinaustrugen, kippten sie ihn hinten containerweise wieder herein. *Slideshares*, *Screencasts* und *FAQ-Videos* türmen sich in allen Ecken. Wie Spinnweben hängen *Traffic Tools* und *Ad Overlays* von der Decke. In den Ritzen haben sich *Postings*, *Likes* und *Shares* verkrochen, und unterm Bett wuseln *Marketeers* und *SEO-Traitees umher*.

Wortgerümpel allenthalben. Versenkten wir eben noch *malerische Städtchen* in der Tonne, feiern sie als *instagrammable places* fröhlich Wiederauferstehung. *Kohortenspezifische Reiseverhalten* und *MICE-Segmente* liegen im Weg. Sind wir endlich den *Urlaub für die Sinne* und die *Ferien vom Alltag* losgeworden, fliegen sie uns plötzlich als jede Menge *Must-dos* und *Once-in-a-lifetime-Events* um die Ohren.

Am Eingang versucht gerade jemand, *Slot Entrance Solutions* zu installieren und schraubt eine *Bestpreisklausel* an. An den Wänden hängen Bilder von *Fame-Tourism-Zielen* und *Celebrity Destinations*. *Overtourismus* und *Undertourismus* stehen wie paralysierte weiße Elefanten mitten im Flur und blockieren den ungehinderten Warenverkehr – *Smart Tourism* wird es richten, brüllt jemand von hinten, wenn Irland erst mal mit dem *Games of Thrones Tourism* durch ist. Und im Nebenzimmer schwallen ein *automatisierter Concierge* und seine *Chat-Bots-Kumpane* wie blöde einer der ihren zu: *Sag Alexa*, was weißt du vom Emsland? *Sag Alexa* ...

Während wir hier vorne plaudern, haben sie hinten schon wieder ganz Kisten Schrott abgeladen: *Customer Journey*, *Content Marketing*, *Flugscham*, *Circular Economy*, *Storytelling*, *Glamping*, *B2B* ... Was für eine Arbeit!