



In der Stadt Carcassonne gibt es erneut Grund zum Schmunzeln. Ein Entwurf für ein Werbeheft des örtlichen Tourismusbüros hat die sozialen Medien zum Lachen gebracht, nachdem ein auffälliger Rechtschreibfehler auf der Titelseite entdeckt wurde. Anstelle von „Carcassonne“ prangte dort „Cascassonne“ in großen Buchstaben.

## Ein neuer Fauxpas

Dieser jüngste Fehler erinnert an den Vorfall vor einem Monat, als Straßenschilder fälschlicherweise mit „Pierre Curry“ statt „Pierre Curie“ beschriftet wurden. Dieser Fehler löste damals ebenso Spott und Kritik in den sozialen Medien aus.

Auf Facebook reagierten die Nutzer prompt auf das Bild des fehlerhaften Heftes. Ein Nutzer vermutete scherzhaft, ob dies nicht Teil einer Kommunikationsstrategie der Stadt sei, um Aufmerksamkeit zu erregen. Ein anderer zeigte sich überrascht: „So offensichtlich, dass ich es beim ersten Lesen nicht bemerkt habe!“. Einige fragten sich, ob man über diesen Fehler lachen oder weinen sollte.

## Ein Umgang mit der Panne

Ende Februar hatten städtische Mitarbeiter zwei Schilder mit dem falschen Namen des Nobelpreisträgers Pierre Curie angebracht. Diese Panne wurde auf den sozialen Medien schnell zur Lachnummer. Um aus dem Missgeschick Kapital zu schlagen, beschloss die Stadtverwaltung, die fehlerhaften Schilder zugunsten der Ligue contre le cancer zu versteigern.

## Fehler als Chance

Es scheint, als hätte Carcassonne eine neue Tradition der „bourdes carcassonnaises“ (Carcassonnesche Patzer) begründet. Trotz der Peinlichkeit schaffen es die Verantwortlichen, die Situation mit Humor zu nehmen und sogar für einen guten Zweck zu nutzen. Ob dies langfristig das Image der Stadt beeinflusst, bleibt abzuwarten. Doch eines ist sicher: Carcassonne schafft es, im Gespräch zu bleiben – sei es durch historische Sehenswürdigkeiten oder unerwartete Rechtschreibfehler.