

# Schluss mit der Verhunzung!

„Geschlechtergerechte“ Sprach-Fanatiker und dämlich-denglische Werbesprüche gefährden unser Deutsch

Von Dirk Metz

Bei der Stadt Hannover werden die Bürgerinnen und Bürger demnächst statt mit „Sehr geehrter Herr oder sehr geehrte Frau Mustermann“ mit „Guten Tag Max oder Marie Mustermann“ angesprochen und angesprochen werden. Sie werden auch keine „Antragstellerin“ oder ein „Antragsteller“ mehr sein, sondern „eine antragstellende Person“. Und die bewährten Ansprechpartner soll es auch nicht mehr geben, dafür aber „die Auskunft gebende Person“. Denn seit Hannover seine neue „geschlechtergerechte“ Verwaltungssprache vorgestellt hat, ist klar: Mit verständlichen, gewohnten Formulierungen und höflichen Anreden, wie in Deutschland üblich, ist jetzt Schluss – Hannover schlägt ein neues Kapitel der deutschen Sprache auf.

Als hätten wir keine anderen Probleme, lösen wir solche, die bislang kaum jemand kannte. Dass nun selbst eine führende feministische Sprachwissenschaftlerin gegen den Vorstoß Sturm läuft, weil der in Hannover zum



## Unser Gastautor

Dirk Metz ist Inhaber einer Agentur für Kommunikation und Krisenkommunikation. Zuvor war der gelernte Journalist elf Jahre Staatssekretär und Sprecher der hessischen Landesregierung.

Foto: Metz

»Groteske Sprachakrobatik löst nicht die Probleme der Gleichstellung.«

Einsatz kommende „Genderstern“ – Beispiel Ingenieur“ in – den Eindruck vermittele, Frauen seien Anhängsel der Männer, zeigt die ganze Absurdität der Debatte. Apropos „Genderstern“ – dieser ist ein weiterer Beleg dafür, wie unsere Sprache ihren Charakter verliert. Nicht zuletzt durch unzählige und unnötige Anglizismen in der Werbesprache. Dabei ist die deutsche Sprache schön, so wie sie ist – und sie stiftet eine gemeinsame Identität.

Kritikern dieser Veränderungen wird vorgeworfen, im Gestrigen zu verharren, populistisch zu sein oder auf Stammtisch-Niveau zu argumentieren. Dabei gilt die Bewahrung der Tradition und die Rückbesinnung auf Ursprüngliches in vielen anderen Lebensbereichen nicht nur als legitim, sondern sogar als wünschenswert und werbetätig. Je traditionsreicher der Fußballverein, desto sympathischer. Bierbrauer werben nicht nur plakativ mit ihrer Tradition, sondern beleben auch alte Biersorten wieder neu. Und „Wie bei Müttern“ heißt es gegen jede Gender-Regel in der Gastronomie.

Natürlich können sprachliche Korrekturen sinnvoll sein, Sprache hat sich schon immer von Generation zu Generation verändert. Dass in Hannover – hoffentlich nicht nur dort – zukünftig mit „Elternberatung“ und nicht mit „Mütterberatung“ für Angebote an Eltern geworben wird, macht schlicht Sinn, weil viele Väter heute eine aktivere Elternrolle einnehmen. Dass aber nach Plänen der Landesarbeitsgemeinschaft der hauptamtlichen Gleichstellungsbeauftragten in Schleswig-Holsteins Kommunen Eltern bald nicht mehr mit Mutter oder Vater, sondern mit „Elternteil“ angesprochen werden sollen, finden sicher auch gleichgeschlechtliche Elternpaare verrückt – die Sprachpolizei lässt grüßen. Auch Verwaltungssprache sollte so sein, dass sie verstanden und als dem üblichen Sprachgebrauch angemessen empfunden wird. Und nicht als künstliche Vorschrift, die den Menschen besserwisserisch aufgezwungen werden soll.

Schade, dass bei dieser Symbolpolitik der Blick dafür verloren geht, dass es für die Gleichstellung von Männern und Frau-

en durchaus noch einiges zu tun gibt. Etwa, dass Frauen und Männer, die die gleiche Tätigkeit ausüben, auch gleich viel verdienen sollten. Und wenn zahlreiche der 4000 Unternehmen, die verpflichtet sind, Zielgrößen für den Frauenanteil in Vorstand und oberer Führungsebene zu setzen, sich mit der Zielgröße 0 durchmogeln, also keine Veränderungen anstreben, dann ist das ein echtes Ärgernis.

Groteske Sprachakrobatik wird diese Probleme nicht lösen – sondern nur für Kopfschütteln und Unmut sorgen. Vielleicht haben genau diese Auswüchse der „political correctness“ einen Jurastudenten zu dem irren Schritt provoziert, gegen separate Frauenparkplätze in Eichstätt wegen angeblicher Diskriminierung von Männern vor Gericht zu ziehen, obwohl diese Flächen seit Jahrzehnten zum Sicherheitsgefühl von Frauen beitragen.

Wir sollten uns unsere schöne Sprache nicht verhunzen lassen! Nicht von der Denglisch-geprägten Werbewirtschaft und auch nicht von „geschlechtergerechten“ Sprachfanatikern!