

# Wie sprechen wir gendergerechter?

Das war sicherlich knifflig für einige Journalistinnen und Podcast-Hosts: Kim de l'Horizon, eine nichtbinäre Person, gewinnt mit dem Debütroman *Blutbuch* den diesjährigen deutschen Buchpreis. So war es den beiden *Zeit*-Journalisten Ijoma Mangold und Lars Weisbrod im Podcast *Die sogenannte Gegenwart* beispielsweise deutlich anzumerken, wie schwierig es für sie war, Kim de l'Horizon nicht zu missgendern.

Um respektvoll über die Preisvergabe berichten zu können, ist es also hilfreich, im gesprochenen Gendern sattelfest zu sein. Kim de l'Horizons Instagram-Kanal verrät uns: Die Ansprache sollte entweder ohne Pronomen oder durch die Neopronomen *dey/dem* erfolgen. Im *Zeit*-Podcast wird *dey* jedoch mitunter durch *er/ihm* missgendert. Ohnehin spricht die Presse, wenn sie über autobiografische Fiktion elaboriert, gern vom *Autor* oder *Erzähler*, statt von *Erzählfigur*, *Erzählinstanz* oder *erzählendem Ich*. Das geht dann ganz ohne Genderstern.

Wollen wir ihn jedoch bewusst einsetzen und aussprechen (*Autor\*in*), bietet sich dafür der Glottisschlag an. Die Varianten des Genderns werden durch ihn alle gleich ausgesprochen: mit einer Pause an der Stelle des Satz- oder Sonderzeichens. In der Linguistik heißt diese Pause auch „stimmloser glottaler Plosiv“. Es ist der Knacklaut, der beim Sprechen beispielsweise zwischen „Spiegel-“ und „-ei“ entsteht. In queeren Communitys werden der Genderstern und seine Varianten bereits seit Jahrzehnten auf diese Weise lautlich realisiert. Erfunden hat diese Aussprache nach Selbstaussage Luise F. Pusch vor mehr als 35 Jahren. Sie ist eine Pionierin der feministischen Linguistik. Damals sei sie wiederholt gefragt worden, wie das Binnen-I ausgesprochen werden solle, erzählt sie der Journalistin Christine Olderdissen 2020 in einem Interview für *Genderleicht.de*. „Mit einer Minipause“, war ihre Antwort.

Christine Olderdissen hat 2021 das Sachbuch *Genderleicht. Wie Sprache für alle gelingt* geschrieben. Darin steht auch ein Hinweis zum gesprochenen Gendern. Er lautet sinngemäß: Überbetonen

Sie nicht den hinteren Wortteil! Das passiere nämlich, wenn Menschen sich beim Sprechen zu sehr auf die Aussprache konzentrierten. „Wenn Sie das Wort ‚Bäckerinnung‘ sagen können, schaffen Sie auch das Wort ‚Bäcker\*innen‘ auszusprechen“, lautet ein Tipp aus ihren Vorträgen.

Für die Medienarbeit von Kommunikationsverantwortlichen bedeutet der Einsatz vom Glottisschlag für eine gendergerechtere Sprache auch: Klären Sie vor einem Interview, welches Satz- oder Sonderzeichen hinter dem Verschlusslaut steckt und wie das Medium schriftlich damit umzugehen gedenkt. So wurde beispielsweise sogar in der *Zeit* der Genderstern in einem Interview gedruckt, weil der Interviewpartner, der Rassismusforscher Martin Lüthe, ihn mitgesprochen hatte.

Einige Unternehmen brechen auch an anderer Stelle mit der Binarität: So hat die britische Fluggesellschaft Virgin Atlantic Airways im Herbst bekannt gegeben, dass Angestellte fortan frei wählen dürften, ob sie Hose oder Rock als Berufsbekleidung tragen. Die Deutsche Bahn zog wenig später nach: Norbert Nirschl, der Vorsitzende des LGBTIQ\*-Netzwerks *railbow*, gab auf LinkedIn bekannt, dass die 45.000 Mitarbeitenden sich ihre Kollektion künftig selbst zusammenstellen dürften. Dieser Schritt ist Zeitgeist.

Haben sich die Zeiten des Gender-Marketing also tatsächlich überholt? Diversity-Beraterin Simone Burel kommentiert auf Nachfrage: „Branchen mit unterversorgten Zielgruppen – wie Finanzen und Versicherungen – profitieren vom Gender-Marketing, da sich viele Angebote noch viel zu sehr an männlichen Lebensentwürfen und Problemen orientieren.“ Fashion-Onlineshops und BerufskleidungsHersteller könnten hingegen bei queeren Zielgruppen punkten, wenn sie binäre Strukturen auflösten und Unisex-Produkte anbieten, sagt sie.

Virgin-Atlantic-Geschäftsführer Shai Weiss verkündete übrigens kürzlich in einem Interview mit *The Telegraph*, dass seit der Lockerung der Uniformregelung die Bewerbungen für Jobs in der Kabine um 100 Prozent gestiegen seien. ●



**Jeanne Wellnitz** ist ausgebildete Journalistin, freie Autorin und Literaturkritikerin und hat das Kompendium *Gendersensible Sprache* konzipiert und geschrieben. Darüber hinaus arbeitet sie als Redakteurin beim Fachmagazin *Human Resources Manager*. Studiert hat sie Literatur- und Sprachwissenschaften in Berlin.



Unter [bdkom.de](http://bdkom.de) finden Sie alle Quellen der Kolumne.