

Der Trend zur Verweiblichung

Zwei Meldungen ängstigen mich. Zum einen hat die Universität Leipzig beschlossen, in allen Verlautbarungen nur noch die weibliche Anrede zu verwenden, also „An alle Professorinnen“ mit erklärendem Fußnoten-*. Zum anderen hat die Dieter-Mennekes(!)-Umweltstiftung die Suggestionskraft der Zigaretten-Werbung „Don't be a Maybe“ auf junge Menschen, vor allem Mädchen, untersucht. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass für die Werbung nur noch Verjüngung, Veralltäglichung und, vor allem, Verweiblichung zähle. Ich ahne es. Bald werden wir alle als verehrte Kundinnen*, liebe Schülerinnen*, Bürgerinnen*, Steuerzahlerinnen* und Fahrzeughalterinnen* angeschrieben. Nichts gegen das weibliche Geschlecht als Person oder als Genus! Aber vor dem Trend zur Verweiblichung wird mir doch bange. Ich vermeide schon, mir die Auslagen von Schuhgeschäften länger als fünf Sekunden anzuschauen oder farbige Jeans zu tragen. Nur als Test habe ich meinen Freunden gestern eine Rundmail mit der Anrede „Liebe Freundinnen*!“ geschickt. Bin gespannt, ob der eine oder andere sich nach der Hitze in Duisburg erkundigt oder mir einen Arzt empfiehlt (und welchen). * Die Bezeichnung gilt auch für Personen männlichen Geschlechts.