



GREENWASHING, PINKWASHING, WHITEWASHING ... DER KRITISCHE METASPRACHDISKURS UM X-WASHING. EINE KORPUSGESTÜTZTE DISKURSLINGUISTISCHE ANALYSE

1 PROBLEMSTELLUNG

Nachhaltigkeit wurde bereits in den 1990er-Jahren durch die Weltkonferenz zu Umwelt und Entwicklung (1992) in Rio de Janeiro zum „Leitbild gesellschaftlichen Handelns“ (Gansel/Luttermann 2020: 1) und somit zu einem diskursiv höchst relevanten Thema. Seit der Agenda 2030 (UNESCO 2021) ist Nachhaltigkeit ein verbindliches europäisches Programm für Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft (vgl. European Union 2020, 2021). Das heutige Nachhaltigkeitskonzept vereint drei idealerweise gleichberechtigte Dimensionen: die ökologische, ökonomische und soziale Dimension.¹ Als „travelling concept“ (Walgenbach 2017: 92) hat es sich auf eine Vielzahl von Bereichen und wissenschaftlichen Disziplinen ausgeweitet. „Die Entwicklung und gesellschaftliche Relevanz von *nachhalt** [lässt sich] mit dessen semantischer Diffusion in verschiedene Handlungsfelder“ (Henn et al. 2020: 10) begründen, denn Nachhaltigkeit erwies „sich als disponibel für unterschiedliche gesellschaftliche Zwecke“ und wird „als handlungsleitendes oder sogar moralisches Prinzip“ (ibd.) ernst genommen. Heute wird Nachhaltigkeit in unterschiedlichsten Domänen (in Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Kultur, Sport, Tourismus, Werbung, Recht, Religion usw.) diskursiv relevant gesetzt und seit einigen Jahren mit (diskurs-)linguistischen Methoden untersucht (Gansel/Luttermann 2020, Hrsg.; Schwegler/Mattfeldt 2021; Mattfeldt/Schwegler/Wanning 2021, Hrsg.; Tereick 2013, 2016; Gredel 2017; Rocco 2022).

In der Sprachwissenschaft bzw. in der Ökoinguistik und in der ökokritischen Diskursanalyse (Penz 2023: 20–25) wird dem Wort Nachhaltigkeit nicht selten impressionistisch eine inflationäre Entwicklung zugeschrieben, die mit semantischer Vagheit²

* Janja.PolajnarLenarcic@ff.uni-lj.si

- 1 Während die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit auf den Erhalt und Schutz der Ökosphäre (Tier- und Pflanzenarten sowie Landflächen) Bezug nimmt, betrifft die ökonomische Dimension eine dauerhaft gewinnbringende nachhaltige Wirtschaft mit einer optimalen Ressourcennutzung, um künftigen Generationen eine hohe Lebensqualität zu ermöglichen (vgl. Zimmermann 2016: 10). Die soziale Dimension bezieht sich auf Chancengleichheit und Menschenwürde, d.h. eine gerechte Verteilung von Lebenschancen, Arbeit, Einkommen und gesellschaftlichem Wohlstand (vgl. Glathe 2010: 20).
- 2 Mühlhäusler (2003: 68) nennt Nachhaltigkeit als negatives Beispiel für semantische Vagheit, die bei Begriffen in der Umweltkommunikation kritisiert wird. Nachhaltigkeit kann zum einen aus ökologischer Weltsicht eine bessere, harmonische Gesellschaft imaginieren, was durch die

(Mühlhäusler 2003: 68) bzw. „Beliebigkeit in der Bedeutung“ (Penz 2023: 22) und einer Entwertung des Wortes verknüpft wird. Ähnlich wie bei den anderen (Hochwert-)Wörtern aktueller Diskurse wie etwa Diversity muss auch bei Nachhaltigkeit die Frage als relevant betrachtet werden, ob Nachhaltigkeit kritische Diskurse konstituiert, die das Potenzial aufweisen, ökologisches und umweltfreundliches Bewusstsein, intra- und intergenerative Gerechtigkeit, gesellschaftliche Chancengleichheit zu erhöhen sowie soziale Vorurteile abzubauen, oder ob es sich vorwiegend um ein Modewort handelt, das die Entwicklung des Wortes zu einem „imagepflegenden Label“ und „oberflächlichen Etikett“ (Schröter 2024: 1) andeutet. Mit Blick auf den letzten Punkt mehrten sich in den letzten Jahren kritische Stimmen von NGOs (Umwelt-, Verbraucherschutzinstitutionen, Menschenrechtsorganisationen), den Medien und anderen Institutionen (Europäisches Parlament), die die Inkonsistenz in der Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen (vgl. Bonour 2021) kritisch reflektieren (Stichwort: *Greenwashing*). In jüngster Zeit richtet sich die Kritik zunehmend auch gegen das *Pink-* und *Sport(s)washing* u.a. in der Politik, Kultur, im Sport und Tourismus,³ um auf die Diskrepanz zwischen der selbstdarstellenden Nachhaltigkeits- bzw. Gemeinwohrrhetorik und dem tatsächlichen Handeln von unternehmerischen und politischen Akteuren kritisch zu verweisen.

Obwohl das metaphorische *x-Washing*-Wortbildungsmuster und der dadurch konstituierte kritische Gegendiskurs diskursiv an Relevanz zu gewinnen scheinen, wurden sie bis dato selten in (diskurs-)linguistischen Untersuchungen behandelt. *Greenwashing* wird zwar in ökokritischen diskurslinguistischen Untersuchungen zu Nachhaltigkeitsdiskursen erwähnt, jedoch nicht ausführlich behandelt (vgl. Penz 2023; Bonour 2021).⁴ Eine Ausnahme stellt die exemplarische Untersuchung von Rocco (2022: 196) dar, die *x-Washing*-Begriffe, die oft mit metasprachlichen Signalen kontextualisiert werden, als Diskurselemente „metasprachlicher Gegendiskurse“ bzw. „kritischer Metasprachdiskurse“ zur simulativen Demokratie (Blühdorn 2013) auffasst. Sie fokussiert die Ad-hoc-Bildung *Youthwashing* als eine metaphorische Prägung des sprachübergreifenden *x-Washing*-Musters und in Relation zu weiteren Prägungen (*Green-* und *Whitewashing* u.a.) in verschiedenen Sprachen. Sie zeigt eindrücklich, dass sie auf einem gemeinsamen Argumentationsmuster beruhen.

entsprechende Entwicklung von politischen, ökonomischen und sozialen Institutionen unterstützt wird. Zum anderen wird Nachhaltigkeit im negativen Sinne zur Verschleierung des expansionistischen Weltmodells verwendet.

- 3 Im Januar 2024 erließen der Rat für Europäische Union und das Europäische Parlament eine Richtlinie, die die Produktkennzeichnung verbessert und irreführende Umweltaussagen bzw. *Greenwashing* verbietet (vgl. Parlament nimmt Verbot von Grünfärberei und irreführender Produktinformation an).
- 4 Auf *Greenwashing* bezogen findet sich ein kurzer Forschungsüberblick der letzten Jahre bei Álvarez-García und Sureda-Negre (2023: 266), aus dem hervorgeht, dass die Anzahl der Publikationen mit expliziter Nennung von *Greenwashing* im Titel in den letzten Jahren stark zugenommen hat, allerdings sind diese Publikationen vor allem im Bereich der Wirtschaft, Rechts-, Kommunikations- und seltener in den Umweltwissenschaften vorzufinden. Álvarez-García und Sureda-Negre (2023) analysieren *Greenwashing* in Bezug auf Bildung in der akademischen Literatur.

Im vorliegenden Beitrag werden das *x-Washing*-Wortbildungsmuster und -Komposita im Rahmen einer quantitativ-qualitativen korpusgestützten Diskursanalyse im öffentlich-medialen Diskursausschnitt (virtuelles Zeitungs- und Zeitschriften-Korpus des DeReKo) mit COSMAS II exploriert. Zunächst sollen die Produktivität und *x-Washing*-Entwicklungen in mikrodiachroner Perspektive unter Berücksichtigung von Kookkurrenzpartnern und dazugehörigen syntagmatischen Mustern mit Blick auf diskursive Ereignisse und Diskursakteure näher untersucht werden. In der Fallanalyse wird der polyseme *x-Washing*-Begriff *Pinkwashing* mit Blick auf seine sprachspezifische Bedeutungsentwicklung und die dadurch konstituierten Diskursstränge im Diskursverlauf näher betrachtet. Schließlich werden die vielfältigen metasprachlichen Bezüge im Metasprachdiskurs um *x-Washing* hinsichtlich Referenzobjekte hierarchisch dargestellt.

2 DER KRITISCHE METASPRACHDISKURS UM X-WASHING-METAPHERNKOMPOSITA

Im Beitrag werden Diskurse gemäß der transtextuell orientierten Diskurslinguistik als „textübergreifende[r] Verweiszusammenhang von thematisch gebundenen Aussagen“ (Warnke 2019: 37; vgl. auch Adamzik 2004: 254) verstanden, die „untereinander semantische Beziehungen aufweisen“ und „einen intertextuellen Zusammenhang bilden“ (Busse/Teubert 1994: 14). Diskurslinguistischen Untersuchungen liegt die Annahme zugrunde, dass gesellschaftliches, gruppenspezifisches sowie individuelles Wissen und Wirklichkeit sukzessive im Diskursverlauf durch sprachliche und nicht-sprachliche Mittel (vgl. Spieß 2014: 31; Gredel 2014) „im Geflecht von Diskursakteuren“ (Spitzmüller/Warnke 2011: 22) konstituiert bzw. „konstruiert, legitimiert und distribuiert“ werden (Roth/Wengeler/Ziem 2017: IX). Folglich wird in diskurslinguistischen Untersuchungen versucht, „Meinungspluralität innerhalb einer Sprach-, Kultur- oder Diskursgemeinschaft [zu erfassen] und unter Berücksichtigung der kontextuellen Gebundenheit von Sprache und Wissen differenziert [zu analysieren]“ (Polajnar/Rebhan 2023: 15). Korpusgestützte Untersuchungen mit diskurslinguistischem Moment zeigen, „dass sich Wortbedeutungen aus einem spezifischen Kontext heraus entwickeln und insofern veränderbar und verhandelbar sind“ (ibid.: 22).⁵ Forschungspraktisch relevant erfolgt dies anhand von einem zeitlich-medialen Diskursausschnitt, dem sog. virtuellen Textkorpus (Busse/Teubert 1994: 14), was die Engführung der Diskurs- mit der Korpuslinguistik legitimiert, wie sie im vorliegenden Beitrag umgesetzt wird. Besonderes Erkenntnispotenzial kommt dabei diskursvergleichenden Studien hinzu, denn diese bieten „neue Perspektiven jenseits der eigenen diskursiven Positionen“ (Rocco/Dreesen/Krasselt 2021: 291), was im vorliegenden Beitrag nur exkursartig betrachtet wird.⁶

5 Diskursive Bedeutungen sind nur „vorübergehend und nicht abschließbar“ fixiert, was durch „Oppositionen, durch Konkurrenz und Interaktion mit anderen Elementen und Einbettung dieser Interaktionen in diskursiv konstituierte Rahmen“ (Rocco/Dreesen/Krasselt 2021: 292) erfolgt.

6 Näheres zu methodologischen Überlegungen zu diskursvergleichenden Untersuchungen siehe Rocco/Dreesen/Krasselt (2021).

Die im Beitrag fokussierten *x-Washing*-Komposita basieren auf einem produktiven, sprachenübergreifend etablierten metaphorischen Wortbildungsmuster (vgl. Rocco 2022: 194). Morphosyntaktisch betrachtet sind *x-Washing*-Komposita Lehnwörter aus dem Englischen, wobei das im Diskursausschnitt häufigste *Greenwashing* laut Neologismenwörterbuch eine Ableitung von *greenwash* darstellt, welche ein Kompositum bzw. eine Analogiebildung zu *whitewash* ‚Schönfärberei‘ aus *green* ‚grün‘ und *wash* ‚das Waschen‘ zusammengesetzt wird. Es handelt sich also um Determinativkomposita mit einem metaphorischen, bedeutungsbestimmenden Zweitglied, das durch Adjektive (*white, green, pink, blue, purple, fair* usw.), welche für historisch-kulturell begründete, positiv konnotierte Konzepte wie Reinheit, Umwelt, Feminismus, LGBTQIA* u.a. stehen, oder Nomen (*sports, art, impact, image, diversity, ethics, purpose*, usw.) „semantisch näher bestimmt“ wird (Grammis: „Determinativkomposita“). Der Unterschied zu *Brainwashing* ist darin begründet, dass bei *Brainwashing* das Erstglied das Akkusativobjekt des Waschens repräsentiert und das Erstglied bei den hier fokussierten *x-Washing*-Komposita das Instrument des (Rein-)Waschens darstellt (vgl. Rocco 2022: 200). Als Metaphernkomposita verbinden sie zwei Bedeutungsbereiche und Wissenssysteme: Indem also die Medien oder die NGOs Werbe-, Marketing- und PR-Kommunikation von Unternehmen, Institutionen, Staaten als *Green-, Pink-Sports-, Imagewashing* kritisch imaginieren, werden auf die selbstdarstellende, verschleiende Kommunikation die Bedeutungsaspekte des Reinigens bzw. (Rein-)Waschens projiziert, was je nach Kontext durch die Instrumentalisierung von Umweltschutz (*Greenwashing*), LGBTQIA*-Community (*Pink-, Rainbow-, Diversity-Washing*), Brustkrebskranken (*Pinkwashing*), Sportveranstaltungen (*Sportswashing*), Kunst (*Artwashing*) usw. erfolgt. Die Kritik richtet sich also gegen unternehmerische Nachhaltigkeitskommunikation, die selbstdarstellend und persuasiv wichtige „Wertvorstellungen und Orientierungsmuster“ (Janich 2022) für Image- und Marketingzwecke instrumentalisiert. Die politischen, wirtschaftlichen und institutionellen Akteure werden hierbei als manipulative Subjekte konzeptualisiert, die „negative Folgen von eigenen Aktivitäten auf Umwelt und Klima verschweigen“ wollen (Neologismenwörterbuch).

X-Washing-Metaphernkomposita referieren im Diskurs nicht nur auf Referenzobjekte, sondern stellen unternehmerische, politische oder institutionelle Werbe-, Marketing- und PR-Kommunikation abwertend und kritisch-ironisch dar. Mit Metaphern „geht immer schon eine Perspektivierung des Sachverhaltes/Wissens einher“ („die perspektivierende Funktion“ Spieß/Köpcke 2015: 7) oder es werden mit Metaphern bestimmte Bedeutungsaspekte hervorgehoben und andere ausgeblendet („Fokussierungsfunktion“, „persuasive Funktion“ *ibid.*).⁷ Diskurslinguistisch werden Metaphern in Diskursen als transtextuelle Muster aufgefasst, als in Aussagen eingebettete diskursive Einheiten untersucht (vgl. Liebert 2008; Gredel 2014; Polajnar 2022), deren Aufkommen, Ausdifferenzieren und Verschwinden auf diskursiven Dynamiken

7 Spieß und Köpcke (2015: 5-10) nennen weitere kommunikative Leistungen und Funktionen von Metaphern in Diskursen: Benennungsfunktion und bedeutungskonstitutive Funktion, erkenntnisfördernde und -erkenntnissteuernde, heuristische Funktion, Textorganisation, Konstitution von Textkohärenz, Wissensstrukturierung und Argumentationsfunktion.

beruhen. Sie tragen maßgeblich zur perspektivischen Sachverhalts- und Wissenskonstituierung bei, drücken Akteurseinstellungen aus und bieten Argumentationsstrategien (Pielenz 1993).

In Anlehnung an Rocco (2022) kann der Diskurs um das *x-Washing*-Wortbildungsparadigma als „kritischer Metasprachdiskurs“ betrachtet werden, den sie nach Spitzmüller (2005: 47) und Ruoss (2019: 31) „als Gesamtheit aller Aussagen zum Thema Sprache bzw. Sprachgebrauch definiert [...]“. Hierbei sind Sprache und Sprachgebrauch im *x-Washing*-Metasprachdiskurs

„im Sinne selbstdarstellender Unternehmensdiskurse [zu verstehen], die auf Nachhaltigkeits-, Diversity- bzw. Inklusionsrhetorik zurückgreifen, und auch im Sinne einer hypothetisierten Inkohärenz zwischen unternehmerischen und politischen bzw. institutionellen Diskursen (verbale, aber auch visuelle Selbstdarstellungsdiskurse, Nachhaltigkeitsdiskurse eines Unternehmens, eines politischen Programms usw.) und dem tatsächlichen Handeln“ (Rocco 2022: 196).

Rocco zeigt eindrücklich, dass dem *x-Washing*-Paradigma ein Argumentationsmuster zugrunde liegt, und zwar die Kritik, die sich gegen wirtschaftliche und politische Instrumentalisierung von Personengruppen (LGBTQIA*, brustkrebskranke Frauen, Jugend usw.) oder von

postmaterialistischen Werte[n] *en vogue* [richtet] [...], deren Herausstellung sich kommerziell und/oder politisch auszuzahlen scheint: nachhaltig, inklusiv, ethisch handeln bedeutet auch Kunden und Partner mit ähnlichen Vorsätzen ansprechen, was potenziell gewinnbringend sein dürfte (Rocco 2022: 204).

Hierbei lassen sich im anvisierten Metasprachdiskurs (kritische) Referenzen auf Sprache (das Wortbildungsmuster, Analogiebildungen) und Sprachgebrauch (d.h. Nachhaltigkeits- sowie Gemeinwohrrhetorik in der Werbe-, Marketing- und PR-Kommunikation) vielfach differenzieren: Zum einen sind *x-Washing*-Komposita in metasprachlichen Aussagen unterschiedlicher hierarchischer Ordnungen eingebettet, weil „jede Sprache zur Objektsprache und/oder Metasprache verwendet werden [kann] (und da jede Metasprache ihrerseits Objektsprache werden kann, sind unendlich viele Metasprachen nächsthöherer Ordnung denkbar“ (Spitzmüller 2019: 15). In Zeitungstexten können die Journalist:innen entweder selber Kritik an verschleiender Nachhaltigkeitskommunikation äußern oder aber eine Metastufe höher angesiedelt bzw. metametasprachlich nur über *x-Washing*-Vorwürfe berichten bzw. solche Vorwürfe als unbegründet zurückweisen, was in Abschnitt 5.4 differenziert beschrieben wird. Zum anderen kann man mit Blick auf das Referenzobjekt bei hier relevanten expliziten Referenzen unterscheiden, ob sie sich auf andere Aussagen beziehen, was typischerweise mit Zitaten und Paraphrasen erfolgt, oder ob Referenzen auf das Sprach- und Schriftsystem vorliegen, wie z.B. durch Nennung von Analogiebildungen, Wortbildungsmustern (vgl. *ibid.*: 17).

3 DISKURSTRADITIONEN IN WÖRTERBÜCHERN UND IN DER WIKIPEDIA

Um festzustellen, welche *x-Washing*-Begriffe bereits zum etablierten deutschen Wortschatz gehören, wurden zunächst die gängigen gegenwartssprachlichen Wörterbücher DWDS, Duden online und das Neologismenwörterbuch in OWID konsultiert. Zudem wurde die Online-Enzyklopädie Wikipedia herangezogen, und zwar die deutschsprachige (Wikipedia 2024a) und die englischsprachige Sprachversion (Wikipedia 2024b), denn Wikipedia stellt die zentrale Wissensressource und ein wichtiges Wissensformat zur Popularisierung von Wissen und Wissenschaft im digitalen Zeitalter dar (vgl. Gredel 2024). Als digitale, multimodale und multilinguale Ressource macht Wikipedia zudem eine multimodale und sprachenübergreifende Betrachtung des *x-Washing*-Paradigmas⁸ möglich.

Die Analyse gängiger Sprachwörterbücher zeigt, dass in DWDS und Duden online insgesamt nur drei *x-Washing*-Komposita (*Green-*, *Pink-* und *Sportswashing*) verzeichnet sind und im Neologismenwörterbuch nur *Greenwashing* (*Sportswashing* ist unter Wörtern unter Beobachtung vorzufinden). In der deutschsprachigen Version der Wikipedia liegen sechs (*Green-*, *Pink-*, *Sports-*, *White-*, *Wokewashing*) und in der englischsprachigen insgesamt zehn *x-Washing*-Komposita vor (zusätzlich noch *art-*, *blue-*, *red-* und *rainbow-washing*); in den englischsprachigen Artikeln werden bei *Whitewashing* und *Pinkwashing* im Vergleich zur deutschsprachigen Version weitere Bedeutungen aufgeführt (vgl. Abschn. 3.3), was auf sprachübergreifend vorkommende *x-Washing*-Komposita mit sprach- bzw. kulturspezifischen Bedeutungen hinweist. In den Wörterbüchern sind die *x-Washing*-Begriffe „abwertend“ und im Neologismenwörterbuch „ironisch“ gekennzeichnet (vgl. Tab. 1). In der Wikipedia wird nur *Greenwashing* als eine „kritische Bezeichnung“ markiert (ibid.). Die Bedeutungsangaben in den jeweiligen Wörterbüchern sind sehr ähnlich formuliert, was das zugrundeliegende Argumentationsmuster offenlegt, d.h. die Kritik an Marketing- und PR-Kommunikation wirtschaftlicher und politischer Akteure (Unternehmen, Institutionen, Staaten/Länder), die gezielt eingesetzt wird, um zum gewünschten Image der Akteure beizutragen. In Duden online und im Neologismenwörterbuch wird weniger kritisch von einem „Versuch (von Staaten, Unternehmen, Institutionen)“ einer solchen Handlung gesprochen. Bei *x-Washing*-Komposita handelt es sich also um metasprachliche Kommentare, welche die selbstdarstellenden Marketingstrategien unternehmerischer und politischer Akteure bewusst negativ darstellen bzw. ironisieren. In der Wikipedia kommen neben den Bedeutungsbeschreibungen Angaben zu Analogien vor, die zusammen mit Hyperlinks⁹ und Nennungen von weiteren *x-Washing*-Komposita zur Relationierung von Wissensbeständen, hier von *x-Washing*-Komposita dienen. Des Weiteren kommen in Wikipediaartikeln konkrete Beispiele problematischer Werbe- und Kommunikationsstrategien

8 Zur komplexen Botschaft der visuellen Regenbogen-Metapher im unternehmerischen Kontext siehe Nielsen 2024.

9 Im englischsprachigen Artikel zu *Redwashing* sind unter der Überschrift „Other -washing concepts“ zahlreiche *x-Washing*-Komposita genannt (Wikipedia 2024).

samt Bildern vor (z.B. Bild eines Golfs TDI mit der Werbeaufschrift *Clean Diesel*), die oft prägende diskursive Ereignisse darstellen.

Tab. 1: Lexikographische Erfassung von *x-Washing*-Komposita in Sprachwörterbüchern und in der deutsch- und englischsprachigen Wikipedia (2024a, b)

<i>x-Washing</i>	DWDS	Duden online	Wikipedia
<i>Green-washing</i>	abwertend, gezieltes Schaffen oder Verbreiten eines nicht der Realität entsprechenden grünen, umwelt- und klimafreundlichen, nachhaltigen Images als Teil der Marketingstrategie eines Unternehmens, einer Institution o. Ä. Synonym: Grünfärberei	abwertend, <i>Versuch</i> (von Firmen, Institutionen), sich durch Geldspenden für ökologische Projekte, PR-Maßnahmen o. Ä. als besonders umwelt-bewusst und umwelt-freundlich darzustellen	oder Greenwash (engl.; wörtlich „grünwaschen“, übertragen: „sich ein grünes Mäntelchen umhängen“) ist eine kritische Bezeichnung für das Verbreiten von Kommunikationsinhalten [...], die bewusst darauf zielen, einem Unternehmen in der Öffentlichkeit ein umweltfreundliches und verantwortungs-bewusstes Image zu verleihen, ohne dass es dafür eine hinreichende Grundlage gibt. [...] Analogiebildung zu whitewashing (engl. für schönfärben, übertragen: „sich eine weiße Weste verschaffen“). Im Deutschen als Grünfärben übersetzt. Genannte <i>x-Washing</i>-Komposita: White-, Climate-Washing; Hyperlinks: Health- u. Sportwashing
			 <p>Ein VW Golf TDI aus dem Jahr 2010, der als <i>sauberer Diesel</i> beworben wurde. Das Unternehmen geriet später aufgrund eines Abgasskandals in die Kritik.</p>

10 Vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Greenwashing#/media/Datei:VW_Golf_TDI_Clean_Diesel_WAS_2010_8983.JPG [20.10.2024].

<i>x-Washing</i>	DWDS	Duden online	Wikipedia
<i>Pink-washing</i>	<p>1. abwertend, gezieltes Schaffen oder Verbreiten eines nicht der Realität entsprechenden queerfreundlichen Images als Teil der Marketingstrategie eines Unternehmens, einer Institution, eines Landes o. Ä.</p> <p>2. selten, abwertend gezieltes Schaffen oder Verbreiten eines durch vermeintliches Engagement gegen Brustkrebs erzeugten positiven Images als Teil der Marketingstrategie eines Unternehmens.</p>		<p>Deutsche Sprachversion: (Kofferwort aus englisch pink „Rosa“ und whitewashing („Schönfärberei“)) bezeichnet eine Strategie, die durch das Vorgeben einer Identifizierung mit der LGBT-Bewegung bestimmte Produkte, Personen, Organisationen oder Staaten bewerben, um dadurch modern, fortschrittlich und tolerant zu wirken.</p> <p>Genannte x-Washing-Komposita: rainbow-washing, whitewashing; Hyperlinks: Greenwashing</p> <p>Nur in der englischen Sprachversion: is a form of cause marketing that uses a pink ribbon logos on products that are known to cause different types of cancer.</p>
<i>Purple-washing</i>	/	/	<p>(englisch für die Farbe „Purpur“ und „Waschen“) ist ein Kofferwort, das dem Begriff des <i>Whitewashing</i> (Schönfärberei) nachempfunden ist. Als feministische Kritik werden verschiedene politische und Marketing-Strategien beschrieben, um Personen, Unternehmen und anderen Organisationen oder ganzen Staaten durch bloßen Aufruf zur Gleichstellung der Geschlechter ein genderfreundliches Image zu geben. Im allgemeinen Sinne wird die Bezeichnung <i>Purplewashing</i> verwendet, um Fremden- oder Islamfeindlichkeit als „Feminismus“ zu rechtfertigen</p> <p>Genannte x-Washing-Komposita: Whitewashing; Hyperlinks: Pink- und Greenwashing</p>

<i>x-Washing</i>	DWDS	Duden online	Wikipedia
<i>White-washing</i>	/	/	<p>Deutsche Sprachversion: Whitewashing steht für Schönfärberei in der übertragenen Bedeutung (Unterhaltungsindustrie), eine Vorgehensweise bei der Besetzung von Filmen, Serien usw.</p> <p>Englische Sprachversion:</p> <ul style="list-style-type: none"> Whitewashing describes a situation in which the skin tone of non-white people – when depicted in magazine covers, advertisements, commercials, music videos, etc. – is digitally retouched or physically modified to appear whiter. Whitewashing is the act of glossing over or covering up vices, crimes or scandals or exonerating by means of a perfunctory investigation or biased presentation of data with the intention to improve one's reputation.
<i>Sports-washing</i>	/	abwertend, Versuch (von Staaten, Unternehmen, Institutionen), das internationale Image durch Sport(veranstaltungen) zu verbessern	Als Sportwashing (Wortzusammensetzung aus Sport und Whitewashing) werden Bestrebungen bezeichnet, das Ansehen des eigenen Landes durch die Veranstaltung von Sport-Events und deren positiven Reputation in den Medien zu verbessern.
<i>Blue-washing</i>	/	/	Bluewashing (a word with similar connotations to «whitewash» and «greenwash») is a term used to describe deceptive marketing that overstates a company's commitment to responsible social practices. It can be used interchangeably with the term greenwashing but has a greater focus on economic and community factors. Bluewashing was first used in relation to the United Nations and their July 2000 Global Compact.

<i>x-Washing</i>	DWDS	Duden online	Wikipedia
<i>Red-washing</i>	/	/	Redwashing , derived from combining red with whitewashing is the practice of a state, organization, political party, or company presenting itself as progressive and concerned about social equality and justice, in order to use this perception for public relations or economic gain. In regard to the sphere of politics specifically, the term typically refers to right-wing populists adopting left wing ideals.
<i>Art-Washing</i>	/	/	Artwashing describes the use of art and artists in a positive way to distract from or legitimize negative actions by an individual, organization, country, or government - especially in reference to gentrification
<i>Rainbow-washing</i>	/	/	Pinkwashing , also known as rainbow-washing , ...
<i>Woke-washing</i>	/	/	Die Verwendung sozialer und aktivistischer Themen von Marken zu PR-Zwecken wurde analog zu Greenwashing als Woke Washing bezeichnet. Von Woke Washing spricht man, wenn ein Unternehmen zwar für soziale Gerechtigkeit wirbt, dies aber nicht mit den Zielen, Werten oder Handlungen des Unternehmens übereinstimmt.

4 KORPUS UND KORPUSGESTÜTZTE ANALYSE

Da im Beitrag der öffentlich-mediale Diskurs im Fokus steht, beschränkte sich die Suche der quantitativ-qualitativen Analyse im Archiv der geschriebenen Sprache (W-öffentlich) des Deutschen Referenzkorpus (DeReKo) auf das virtuelle Korpus aus (über-)regionalen Tages- und Wochenzeitungen, Nachrichtenmagazinen und einigen Fachzeitungen. Das metaphorische Grundwort **washing* und die *x-Washing*-Komposita stellen Suchwörter dar, die zur Ermittlung von relevanten Aussagen dienen. Im Rahmen der quantitativen Analyse (Analyse der *x-Washing*-Wortliste, KWICs und Daten unterschiedlicher Ansichten) sollen die Genese und die Produktivität des Wortbildungsmusters *x-Washing* näher untersucht werden, und zwar mit Blick auf die Vielfalt der Musterrealisierungen sowie ihre Vorkommenshäufigkeit im Zeitverlauf. Des Weiteren sollen mit der Kookkurrenzanalyse zu **washing*, einer bewährten korpuslinguistischen Methode zum Vorstrukturieren von Massendaten aus Korpora zu einem Einzelstichwort (vgl. Schnörch 2019: 12), ermittelte statistisch signifikante

Kookurrenzpartner und typische syntagmatische Muster analysiert werden, um Bedeutungen, Konnotationen und Assoziationen,¹¹ semantische Relationen (z.B. Synonymie, Hyperonymie, usw.) sowie Diskursakteure und -objekte zu erarbeiten (vgl. Engelberg/Lemnitzer 2001: 391f.; Schnörch 2019: 13f.). Im Rahmen der qualitativen Analyse der Volltextbelege werden diskursive Ereignisse, Diskursakteure und Themendynamiken näher untersucht. Folgende Fragen stehen im Fokus der Untersuchung:

- Werden *x-Washing*-Komposita wie etwa *Green-, Blue-, Pink-, Sports-* oder *Whitewashing* u.a. in den letzten Jahren in öffentlich-medialen Diskursen frequenter thematisiert oder handelt es sich bei den meisten um Ad-hoch-Komposita (vgl. Rocco 2022: 194)?
- Kann also von der zunehmenden Produktivität des *x-Washing*-Musters und der erhöhten Relevanz des dazugehörigen kritischen Metasprachdiskurses ausgegangen werden?
- Wenn ja, was ist charakteristisch für den kontextuellen Gebrauch dieser Komposita?
- Welche diskursiven Ereignisse prägen das Aufkommen von *x-Washing*-Komposita?
- Welche Diskursakteure beteiligen sich wie am *x-Washing*-Metasprachdiskurs und über welche Diskursakteure wie gesprochen wird?
- Welche Art metasprachlicher Bezüge lassen sich identifizieren?

5 EMPIRISCHE BEFUNDE ZUR KARRIERE DES X-WASHING-MUSTERS

5.1 Mikrodiachrone Dynamiken und diskursive Ereignisse

Um im anvisierten öffentlich-medialen Diskursausschnitt das *x-Washing*-Paradigma korpusgestützt umfassend zu analysieren und zu beschreiben, wurde im virtuellen Zeitungs- und Zeitschriftenkorpus zunächst die automatisch erstellte Wortliste gesichtet. Diese gibt den Überblick über alle *x-Washing*-Komposita und deren Gebrauchshäufigkeiten in absoluten Zahlen (Tab. 2) und ermöglicht zudem, für die Untersuchung nicht relevante Wortformen wie etwa *Dishwashing, Eyewashing, Bogwashing, Interwashing* sowie *Brainwashing* auszublenden.¹² In Tabelle 2 sind neben allen nach Häufigkeit gegliederten *x-Washing*-Begriffen samt Schreibvarianten zudem alle weiteren Komposita mit *x-Washing*-Begriffen als Grund- bzw. Bestimmungswort¹³ aufgeführt.

11 Nach Bendel Larcher (2015: 65) wird zwischen Konnotationen als lexikalisierten Wertungen und kulturell geprägten Assoziationen, die in einer Sprachgemeinschaft existieren, jedoch nicht lexikalisiert sind, unterschieden.

12 Von insgesamt 134 Wortformen wurden für diese Untersuchung nur 95 Wortformen aktiviert. Die ausgesonderten Formen sind nur rein formal mit den hier untersuchten Komposita ähnlich, denn ihr Erstglied ist syntaktisch das Akkusativobjekt und „rollensamantisch Patiens der Handlung“ und nicht das Instrument wie bei den untersuchten *x-Washing*-Begriffen (vgl. Rocco 2022: 200).

13 Die Komposita, in denen *x-Washing*-Komposita als Bestimmungswort fungieren, müssen separat gesucht werden, z.B. *Greenwashing**, *Whitewashing**.

X-Washing-Komposita mit Schreibvarianten und weiteren Komposita	Absolute Vorkommenshäufigkeit ∑ 4.089 ¹⁴ (∑ 3.761) ¹⁵
Sportwashing (308), Sportwashing (32), Sports-Washing (4), sportwashing (3), sportwashing (1), SPORTSWASHING (1)	351
Komposita mit Sports- u. Sportwashing als BW: Sportwashing-Versuch (2), Sportwashing-Aktion (1), Sportwashing-Betrieb (1), Sportwashing-Bilanz (1), Sportwashing-Coup (1), Sportwashing-Gedanken (1), Sportwashing-Interessen (1), Sportwashing-Kampagne (3), Sportwashing-Kandidaten (1), Sportwashing-Kritik (1), Sportwashing-Logik (1), Sportwashing-Offensive (1), Sportwashing-Produkt (1), Sportwashing-Programm (3), Sportwashing-Projekt (3), Sportwashing-Propagandamaschinerie (1), Sportwashing-Saga (1), Sportwashing-Startups (1), Sportwashing-Strategie (5), Sportwashing-Tool (1), Sportwashing-Tour (2), Sportwashing-Trilogie (2), Sportwashing-Wettkampf (1), Sportwashing-Kampagne (2), Sportwashing-Geschäft (1), Sportwashing-Projekt (2), Sportwashing-Strategie (1)	42
	∑ 393
Whitewashing (151), whitewashing (20), White-Washing (3), white-washing (1)	177
Komposita mit Whitewashing als GW: Calmeyer-Whitewashing (2), Film-Whitewashing (1)	3
Komposita mit Whitewashing als BW: Whitewashing-Diskussion (1), Whitewashing-Debatte (3), Whitewashing-Sache (1), Whitewashing-Vorwurf/Vorwürfe (5)	10
	∑ 190
Pinkwashing (105), Pink-Washing (8), pinkwashing (6), pink-washing (2)	121
Komposita mit Pinkwashing als BW:	11
a) Kritiker-Perspektive: Pinkwashing-Vorwürfe (3), Pinkwashing-Verdacht (1), Pinkwashing-Kritiker (1), b) kommunikative Handlungen der Verantwortlichen: Pinkwashing-Kampagne (2), Pinkwashing-Agenda (1), Pinkwashing-Aktionen (2), Pinkwashing-Aktivitäten (1)	
	∑ 132
Artwashing (30), artwashing (2), Art-Washing (2)	34
Woke-Washing (10), woke-washing (2), Wokewashing (2)	14
Komposita mit Wokewashing als BW: Wokewashing-Modellen (1)	∑ 15
Rainbow-Washing (11), Rainbowwashing (2)	13
Komposita mit Rainbow-Washing als BW: Rainbow-Washing-Schleudergang (1)	∑ 14
Blackwashing (8)	8
Komposita mit Blackwashing als BW: Blackwashing-Kritik (1), Blackwashing-Vorwürfe (2)	3
	∑ 11
Femwashing (8), femwashing (1)	9
Bluewashing (8) https://www.globalcompact.de/ueber-uns/united-nations-global-compact	8
Socialwashing (5), Social-Washing (1)	6
Komposita mit Socialwashing als BW: Socialwashing-Produkt (2)	∑ 8
Impactwashing (3), Impact-Washing (2)	5

X-Washing-Komposita mit Schreibvarianten und weiteren Komposita	Absolute Vorkommenshäufigkeit $\sum 4.089^{14}$ $(\sum 3.761)^{15}$
<i>Image-Washing (3), Imagewashing (1) / Fairwashing (4)</i>	4
<i>Google-Washing (3) / Sharewashing (2), Share-Washing (1) / Diversity-Washing (3)</i>	3
<i>Disco-Washing (2) / Ethichs-Washing (1), ethics-washing (1) / Math-Washing (1), mathwashing (1) / Purpose-Washing (2) / Redwashing (1), redwashing (1) / Weißwurst-Washing (2) / Youthwashing (2)</i>	2
<i>Genderwashing / Straightwashing / Gerechtigkeitswashing / PR-Washing / Pridewashing / Cloudwashing / Tierwohl-Washing / Digiwashing / Healthwashing / hopewashing / Peacewashing / Repairbarkeits-Washing / Zerowashing</i>	1

Die absoluten Zahlen vermitteln den Eindruck, bei welchen Komposita es sich um dominante Komposita im kritischen Metasprachdiskurs handelt (*Greenwashing*, *Sport(s)washing*, *Whitewashing* und *Pink-Washing* mit über 100 Treffern), um relativ seltene Komposita (*Artwashing*, *Woke-Washing*, *Rainbow-Washing* und *Blackwashing* mit über zehn Treffern), um seltene Komposita (*Bluwashing*, *Femwashing*, *Socialwashing*, *Impactwashing* usw. mit 5-10 Treffern) und nur vereinzelt verzeichnete Komposita mit 1-4 Treffern (*Imagewashing*, *Fairwashing*, *Youthwashing* usw.). Die häufigsten Komposita stechen nicht nur durch ihre Gebrauchshäufigkeit hervor, sondern auch durch ihre Produktivität. Sie sind in zahlreichen weiteren Komposita verzeichnet, in welchen sie vor allem als Bestimmungswort fungieren (*Greenwashing-Vorwurf*, *-Verdacht*, *-Kampagne* usw.), was für ihre Etablierung im Sprachgebrauch spricht.

Bereits die Angaben zur Wortbildung und Bedeutung in Wörterbüchern und in der Wikipedia lassen darauf schließen, dass einige Komposita wie *Whitewashing* und *Greenwashing* als Vorbilder für weitere *x-Washing*-Komposita dienen und als erste den *x-Washing*-Diskurs prägten (Abb.1). Lässt man sich die Ergebnisse der Suchanfrage **washing* nach Jahr anzeigen, so kann man anhand der KWIC-Analyse die mikrodiachrone Dynamik des Aufkommens von *x-Washing*-Komposita im analysierten öffentlichen Diskursausschnitt erarbeiten. Tabelle 3 verdeutlicht, dass in den 1990er-Jahren nur *Green-* und *Whitewashing* diskursiv relevant waren. Die Vielfalt an *x-Washing*-Komposita nimmt erst seit 2012 deutlich zu und erreicht in den Jahren 2022 und 2023 mit zahlreichen, aber vereinzelt Neubildungen den Höhepunkt. Es ist ersichtlich, dass jüngst zahlreiche neue Komposita die Instrumentalisierung von Themen des sozialen Handelns wie Gleichstellung (*Pink-*, *Diversity-*, *Pride-*, *Gender-*, *Red-*, *Fem-*, *Woke-*, *Straightwashing*) kritisch beleuchten, allerdings setzt sich *Greenwashing* im Diskursausschnitt von allen anderen *x-Washing*-Komposita quantitativ deutlich ab, wie im Folgenden näher dargestellt wird (Tab. 3, Abb. 1).

Tab. 3: Ersterwähnung einzelner x-Washing-Komposita im Diskursausschnitt

Jahr	Ersterwähnung einzelner x-Washing-Komposita
1992	<i>Greenwashing</i>
1999	<i>Whitewashing</i>
2003	<i>Googlewashing</i>
2006	<i>Bluewashing</i>
2012	<i>Pinkwashing, Cloudwashing</i>
2013	<i>Fairwashing, Image-Washing</i>
2014	<i>Artwashing</i>
2015	<i>Sharewashing, Blackwashing</i>
2016	<i>Tierwohl-Washing</i>
2018	<i>Socialwashing, Sportswashing</i>
2019	<i>Diversity-Washing, Math-Washing, Discowashing</i>
2020	<i>ethics-washing, Woke-Washing</i>
2021	<i>Impact-Washing, Redwashing, Femwashing, Straightwashing, PR-Washing, Pridewashing, Digiwashing</i>
2022	<i>Rainbowwashing, Genderwashing, Peacewashing, Healthwashing, Zerowashing, Youthwashing</i>

Entwicklungen häufiger x-Washing-Komposita

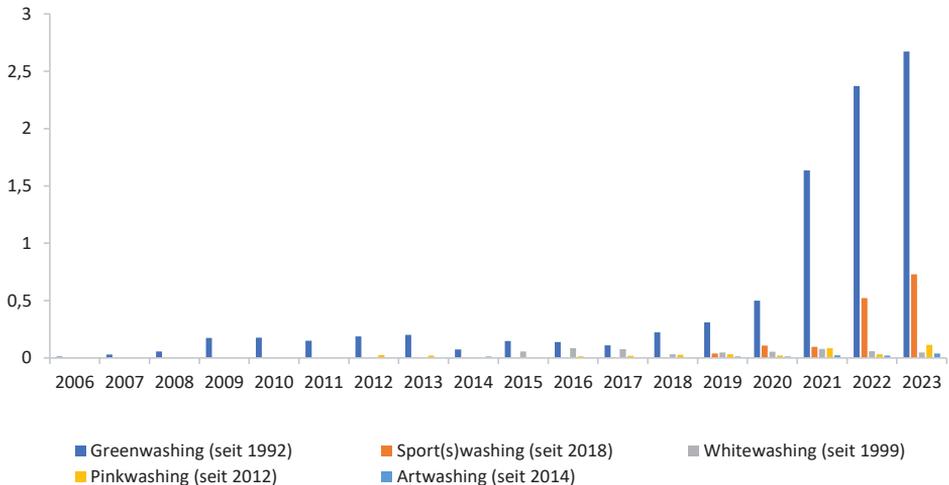


Abb. 1: Entwicklungen ausgewählter x-Washing-Komposita im untersuchten Diskursausschnitt seit 2006.

Die in Abb. 1 anhand relativer Häufigkeiten¹⁶ erstellte Zeitverlaufsgraphik macht die Entwicklungen von den häufigsten x-Washing-Komposita *Green-*, *Sports-*, *White-*,

¹⁶ Die relative Häufigkeit wird gewöhnlich als Wert in pMW (= Pro Million Worte) angegeben.

Pink- und *Artwashing* visuell zugänglich und zeigt, welche Komposita wann und wie häufig im Untersuchungskorpus seit 2006 vorkommen.¹⁷ Diskurslinguistisch interessant sind zudem die diskursiven Ereignisse, welche diese Komposita im Verlauf des Diskursstrangs geprägt haben und sich im Rahmen der qualitativen Analyse der ersten Volltextbelege zu jedem Kompositum ermitteln lassen.

Abbildung 1 zeigt eindeutig die dominante diskursive Relevanz von *Greenwashing* während des beobachteten Zeitfensters. Bereits am Anfang der 1990er-Jahre verwies Greenpeace auf die Instrumentalisierung von Nachhaltigkeit seitens der umweltverschmutzenden Chlorindustrie in ihren Werbe- und PR-Kampagnen. In den *Salzburger Nachrichten* sind im Jahr 1992 zwei diskursive Ereignisse genannt, und zwar die Greenpeace-Kampagne gegen die Chlorbranche sowie die dritte Welt-Chlorkonferenz, auf der hochrangige Vertreter der Chlorindustrie und Umweltexperten tagten. Hierbei kritisierte Greenpeace die Verfälschung der Welt-Chlorkonferenz-Ziele sowie die Werbe- und PR-Kampagnen der Chlorindustrie als *Greenwashing* (Beleg 1). Zudem wird bereits im Jahr 1993 in den *Salzburger Nachrichten* dafür plädiert, dass *Greenwashing* auch in öffentlich-medialen Debatten diskursiv relevant gesetzt werden soll. Allerdings zeigt die Beleglage, dass sich *Greenwashing* vor allem in den letzten Jahren zu einem öffentlich viel diskutierten Thema entwickelt hat, was der exponentielle Anstieg der Gebrauchshäufigkeiten von *Greenwashing* seit 2020 suggeriert.

- (1) Umweltschutzorganisation Greenpeace wirft der Industrie „Greenwashing“ vor MONTE CARLO (SN, APA).

Die negativen Auswirkungen der herrschenden Wirtschaftsflaute einerseits und der wachsende Druck durch Umweltfaktoren andererseits: Vor diesem Szenario tagten diese Woche rund 500 hochrangige Vertreter der Chlorindustrie und Umweltexperten aus West- und Osteuropa, den USA und Japan in Monte Carlo. Der Grundtenor der Branche bei der nunmehr dritten Welt-Chlor-Konferenz: Kein Ausstieg aus der Chlorchemie, wohl aber ein Umstieg.

[...] Allen voran kämpft Greenpeace mit einer eigenen Kampagne weltweit für dieses Ziel [Totalausstieg aus der Chlorchemie]. Vertreter der Öko-Gruppierung waren bei der Tagung anwesend. Die Chlorkonferenz in Monte Carlo diene lediglich dem „Greenwashing“ der Industrie, betonte Greenpeace-Sprecherin Lisa Finaldi. (Salzburger Nachrichten, 17.10.1992)

Im Jahr 2012 erlangte zunächst *Pinkwashing* im Untersuchungskorpus diskursive Relevanz im Zusammenhang mit der Bewerbung von Tel Aviv als internationale Feriendestination für Homo- und Transsexuelle, um auf die von Israel inszenierte Solidarität mit LGBTQIA* für Marketingzwecke zu verweisen. Obwohl *Pinkwashing* bereits in den 1990ern im englischsprachigen öffentlich-medialen Diskurs als Kritik gegen

17 Die ersten Belege für *Greenwashing* und *Whitewashing* kommen jeweils im Jahr 1992 bzw. 1999 vor, aus Übersichtlichkeitsgründen wird aber auf eine so umfangreiche Zeitverlaufsgaphik verzichtet.

Kosmetikkonzerne vorkam, die ihre unter Verdacht stehenden Produkte mit einer Rosaschleife versahen, um Solidarität mit Brustkrebskranken Frauen zu zeigen, scheint diese Bedeutung am Anfang des untersuchten deutschsprachigen Diskursausschnitts diskursiv nicht relevant zu sein (vgl. 5.3).¹⁸ Des Weiteren kommen 2014 im Zusammenhang mit einem mit Kunstwerken verzierten Bauzaun in der Nähe des Spielbudenplatzes in Hamburg *Artwashing*-Vorwürfe auf (Beleg 2). Die Stadtteil-Initiative der ehemaligen Bewohner:innen der abgerissenen Häuser, die gegen „Verdrängungs- und Aufwertungsprozesse kämpfen“, kritisiert mit *Artwashing* die Instrumentalisierung von Kunst mit dem Ziel, das Image des Bauunternehmens aufzuwerten und die damit verbundene Gentrifizierung zu verdecken.

(2) Unsichtbarkeit, zwölf Meter hoch

ESSO-AREAL Bis am Spielbudenplatz gebaut wird, dauert es. Jetzt hat der Investor einen ganz besonderen Bauzaun errichten lassen, mit Kunst drauf - und Werbung. Stadtteil-Initiative erkennt „Artwashing“. [...]“Rundum gelungen“ nennt den auch der Kommunikationsbeauftragte der Bayerischen Hausbau, Bernhard Taubenberger, die präsentierte Lösung - „auch wenn sie im kruden Verständnis einer Handvoll Stadtteilaktivisten Artwashing ist“. [...] In einer Pressemitteilung kritisierten die Aktivisten jetzt „den Alleingang des Senats“ [...] Die Rede ist schließlich auch von „profitabler Vermarktung und Artwashing für die Bayerische Hausbau“.

Als „Artwashing“ wird die Instrumentalisierung von Kunst zur Aufwertung von etwas bezeichnet - in diesem Fall wäre das wohl das Image der Bayerischen Hausbau, das wohl zumindest im Stadtteil eine Politur gebrauchen könnte. (die tageszeitung, 18.09.2014, S. 24)

Das nach *Greenwashing* zweithäufigste Kompositum *Sport(s)washing* wird erst im Jahr 2018 im Zusammenhang mit beiden rivalisierenden Golfstaaten Abu Dhabi und Katar diskursiv relevant gesetzt, die Sport bzw. Sportveranstaltungen und Sportler als Camouflage für das repressive Regime und die prekäre Menschenrechtslage einsetzen, um sich als progressive und dynamische Golfstaaten zu präsentieren (Beleg 3).

(3) Für Human Rights Watch betreibt Mansour Sportswashing mit dem Ziel, «das Image eines progressiven, dynamischen Golfstaats zu prägen». In Wahrheit sei Abu Dhabi ein «repressives System» und ein «schwarzes Loch» für Menschenrechte. Und trotzdem ein Vorbild für schwerreiche Scheichs. Der Return of Invest nach zehn Jahren: Spektakel-Fussball, ein Meistertitel. Von den Menschenrechten spricht niemand. (Sonntagsblick, 11.11.2018)

Eine Sonderstellung unter den *x-Washing*-Begriffen nimmt *Whitewashing* ein, das im Diskursausschnitt zwar erst seit 1999 vorkommt und trotzdem in zahlreichen

18 In der Zeitverlaufsgraphik veranschaulichen die *Pinkwashing*- und *Whitewashing*-Linie alle Vorkommen, die nicht nach Bedeutungen differenziert sind.

Belegen sowie in der Wikipedia als Vorbild für die Analogiebildungen genannt wird: Z.B. werden *Pinkwashing* sowie *Purple-*, *Sports-* und *Redwashing* als Kofferwort aus *Pink*, *Purple*, *Sports*, *Red* und *Whitewashing* in der Bedeutung ‘Schönfärberei’ definiert.¹⁹ Sogar *Greenwashing* wird als eine Analogiebildung zu *Whitewashing* beschrieben, was darauf hinweist, dass das heute dominante *Greenwashing* den öffentlichen Diskurs zwar wesentlich geprägt hat und prägt, jedoch das Wortbildungsmuster und das zugrunde liegende Konzept des „Reinwaschens“ viel älter sind, was Rocco (2022: 200) anhand semantisch verwandter Begriffe (*Persilschein, die/seine Hände in Unschuld waschen, eine weiße Weste haben* usw.) aufzeigt. In dieser Hinsicht dient *Whitewashing* im kritischen Metasprachdiskurs der Relationierung von Wissensbeständen bzw. von *x-Washing*-Begriffen und den dazugehörigen Diskurssträngen. Interessanterweise erfuhr das heute im Deutschen und Englischen polyseme *Whitewashing* (Grundbedeutung ‘Schönfärberei’) in seiner Karriere im Kontext der Unterhaltungsindustrie eine Bedeutungserweiterung, im englischsprachigen Diskurs sogar mehrere Bedeutungserweiterungen.²⁰ In den Belegen über die Filmindustrie wird mit *Whitewashing* die Praxis der Besetzung filmischer Rollen mit weißen Schauspielern kritisiert. In dieser Bedeutung wird *Whitewashing* in den Belegen allerdings nicht metasprachlich gebraucht wie im Fall der oben genannten Komposita, denn es kritisiert nicht den Sprachgebrauch, sondern bezieht sich auf die Rollenbesetzung in Filmen und Serien.

Lässt man sich die Ergebnisse der Suchanfrage **washing* nach Quellen anzeigen (Tabelle 4)²¹, so wird deutlich, dass in den 1990er Jahren sowie Anfang der 2000er-Jahre *x-Washing*-Begriffe (allen voran das *Greenwashing*) zunächst in überregionalen Tageszeitungen (Salzburger Nachrichten (1990er Jahre), Zürcher Zeitung (2000), die taz (2001), SZ (2007), die Presse (2008)) und dann in Nachrichtenmagazinen (FOCUS (2006), Spiegel-Online und stern (2008)) sowie in den Sonntagszeitungen (NZZ am Sonntag 2004, Sonntagszeitung (2007)) und erst seit 2010 in der Fachzeitung VDI-Nachrichten aufgegriffen werden. Der Diskurs um *x-Washing* scheint vor allem in den politisch linksliberal positionierten Medien eine Rolle zu spielen. Zudem kommen *x-Washing*-Metaphern in wenigen Fachzeitschriften und einer Boulevardzeitung vor. Es ist offensichtlich, dass diese metaphorischen Komposita meist in den Qualitätsmedien sowie von und für bildungsnahe(n) Schichten diskursiv relevant gesetzt werden.

-
- 19 In den Belegen wird relativ häufig auch die Analogie zu *Brainwashing* genannt, was zwar rein formal zunächst plausibel erscheint, allerdings ist die Relation zum Erstglied unterschiedlich (vgl. Abschn. 2).
- 20 In der englischsprachigen Wikipedia (2024b) wird *Whitewashing* zudem als Kritik gegen die digitale Verarbeitung von Bildern in Magazinen, Werbeanzeigen, TV-Werbepots oder Musikvideos verwendet, wobei die Haut Nichtweißer heller retuschiert wird.
- 21 In Tabelle 4 sind diejenigen Quellen dargestellt, in welchen die relative Häufigkeit von **washing* über 0,5 pMW liegt.

Tab. 4: Übersicht der Hauptquellen zu x-Washing-Komposita

Quelle (Beleg von – bis)	Art u. politische Ausrichtung ²²	Anzahl der Texte	Rel. Häufigkeit
Tageszeitungen			
die taz (2001-2023)	dt. überreg. Tageszeitung, grün u. linksliberal	451	1,501
Luxemburger Tageblatt (2012-2023)		53	0,944
Die Presse (2008-2023)	österr. überreg. Tageszeitung, bürgerlich-liberal	191	0,641
Neue Zürcher Zeitung (2000-2023)	überreg. Schweizer Tageszeitung, bürgerlich-liberal	167	0,630
Berliner Zeitung (2009-2023)	dt. Tageszeitung, linksliberal	99	0,584
Süddeutsche Zeitung (2007-2023)	dt. überreg. Tageszeitung, linksliberal	368	0,583
Sonntags- u. Wochenzeitungen			
Sonntagblick (2012-2023)	Schweizer Sonntagszeitung	25	1,335
Sonntagszeitung (2007-2023)	Schweizer Sonntagszeitung	49	1,075
NZZ am Sonntag (2004-2023)	überreg. Zürcher Sonntagszeitung, bürgerlich-liberal	49	0,846
Falter (2009-2023)	österr. Wochenzeitung, linksliberal	38	0,776
Die ZEIT (2015-2023)	überreg. dt. Wochenzeitung, linksliberal	108	0,545
Nachrichtenmagazine, -webseiten, Wochenmagazine			
ZEIT Campus (2010-2023)	Studentenmagazin des ZEITverlages, zweimonatig, linksliberal	9	3,344
stern Gesund leben (2019-2019)	zweimonatiges Gesundheitsmagazin, linksliberal	1	1,077
Profil (2009-2023)	österr. Nachrichtenmagazin, links	34	0,830
ZEIT Wissen (2021-2023)	ZEIT Magazin, linksliberal	2	0,773
Spiegel-Online (2008-2023)	dt. Nachrichtenwebseite, linksliberal	204	0,763
FOCUS (2006-2023)	dt. Nachrichtenmagazin, linksliberal	29	0,754
stern (2008-2023)	dt. Wochenmagazin, linksliberal	26	0,571
Fachzeitschriften und -zeitungen			
VDI Nachrichten (2010-2023)	Wochenzeitung für Technik u. Technologie	21	0,924
c't (2020-2023)	Computerzeitschrift	8	0,714

22 Die Bezeichnungen politischer Ausrichtung deutscher (Stand: 14.6.2023), österreichischer (Stand: 21.6.2023) und Schweizer Zeitungen und Zeitschriften (Stand: 3.7.2023) wurden dem Freilich Magazin entnommen.

5.2 Signifikante Kookkurrenzpartner des x-Washing-Musters

Um zu analysieren, wer, wie und mit Blick auf was x-Washing-Begriffe im untersuchten öffentlich-medialen Diskurs gebraucht, eignet sich die Ermittlung typischer bzw. statisch signifikanter Kookkurrenzpartner und dazugehöriger syntagmatischer Muster, was im Cosmas II mit der Kookkurrenzanalyse zum Suchwort *washing automatisch berechnet werden kann. Die fünfzig stärksten Kookkurrenzpartner lassen sich wie folgt einteilen:

- a) Wörter, die auf eine metasprachliche Thematisierung verweisen (verba dicendi usw.): *nennt man/sich/er, bezeichnet, sogenannte(s), Begriff, Stichwort*
- b) Ausdrücke, die auf eine kritische Perspektive hinweisen: *der Vorwurf des x-Washing, der Vorwurf von Kritikern, x-Washing vorwerfen (vorgeworfen wird), als x-Washing kritisieren, x-Washing verhindern/unterbinden*
- c) Diskursakteure, die x-Washing betreiben: *Unternehmen (Unternehmen betreiben Greenwashing), Konzerne (das Greenwashing der Konzerne), H&M (Greenwashing bei/von H&M), ROSP²³ (RSPO betreibt/ist Greenwashing)*
- d) Diskursakteure, die auf x-Washing kritisch verweisen: *Kritiker*
- e) Wörter, die Bezugsobjekte von x-Washing bezeichnen: *Finanzprodukte (Greenwashing von Finanzprodukten), Atomkraft (Greenwashing von Atomkraft), Rheinkultur, Image, EU-Taxonomie²⁴*
- f) Verwandte Bezeichnungen und Erklärungen: *Grünwaschen, Schönfärberei, Etikettenschwindel und Versuch, PR-Methode, Phänomen, Ablasshandel*
- g) Weitere x-Washing-Komposita: *Greenwashing*
- h) Ausdrücke mit Intensivierungsfunktion: *reines, pures, übelstes, klassisches*

Unter den häufigsten Kookkurrenzpartnern sind zunächst Wörter vorzufinden, die metasprachliche Thematisierung von x-Washing-Begriffen anzeigen: sprechhandlungsbezeichnende Verben, sog. verba dicendi, wie *nennt sich/man/das, heißt, spricht man (kritisch) von, bezeichnet man als, beschreibt man als*, Nomen wie *Begriff, Stichwort, Kampfvokabel* oder adjektivische Attribute *sogenannt*. Diese metasprachlichen Kookkurrenzpartner, die den Blick auf die Sprache und Begrifflichkeit lenken, suggerieren zusammen mit den Anführungszeichen²⁵, dass x-Washing-Komposita am Anfang von Diskurssträngen als neue und unbekannte Fremd- bzw. Fachwörter markiert werden, die unter dem Verständlichkeitsaspekt im Text zusätzlich erläutert werden müssen (vgl. Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker 2000: 39-45), worauf Kookkurrenzpartner wie *Etikettenschwindel* und *Versuch* hinweisen. Die statistisch signifikanten Kookkurrenzpartner zeigen sehr deutlich auf die kritische Perspektive (a), die durch das

23 RSPO steht für Roundtable on Sustainable Palmoil.

24 Die EU-Taxonomie ist eine Verordnung zur Definition von Nachhaltigkeit (LBBW).

25 Nach Kurz/Müller/Pötschke/Pöttker (2000: 39-41) dienen Anführungszeichen, abgesehen von Zitaten und Teilzitaten, der Fremd- und Fachwörterkennzeichnung sowie der Abschwächung und Distanzierung.

x-Washing-Paradigma zum Ausdruck kommt. Häufige Kookkurrenzpartner wie *Vorwurf/Vorwürfe des X-Washings/von Kritikern, vorwerfen, vorwarnen* legitimieren zudem die Forderung der Kritiker, dass x-Washing *unterbunden* und *verhindert* werden muss. Diese Kookkurrenzpartner verweisen nicht nur auf die zu tadelnde Kommunikation von *Unternehmen, Konzernen* u.a. bzw. auf die drohende Gefahr solcher Kommunikation, sondern zeigen auch auf die wichtige Rolle von *Kritikern* als Diskursakteuren. Neben Diskursakteuren (c, d), die in jene, die kritisiert werden (z.B. *Unternehmen*) und jene, die Kritik üben (*Kritiker*) geteilt werden können, werden durch häufige Kookkurrenzpartner zudem Bezugsobjekte (e) offengelegt: So sind im öffentlich-medialen Diskursausschnitt Kollokationen wie *Greenwashing von Finanzprodukten* oder *Atomkraft* statistisch signifikant. Tabelle 5 gibt die Übersicht über die zentralen Diskursakteure und -objekte im kritischen Metasprachdiskurs um x-Washing.

Tab. 5: Diskursakteure und Objekte des Reinwaschens

<u>WER</u>	wirft	<u>WEM</u>	vor,	<u>WAS</u>	“reinzuwaschen”
<p>Individuen: <i>Thunberg, UNO-Generalsekretär</i></p> <p>Gruppen: <i>Kritiker</i></p> <p>nicht-personale Handlungsinstanzen (Institutionen, Parteien, Medien): <i>Greenpeace, Amnesty International,</i></p>		<p>Individuen: <i>Ivanka Trump</i></p> <p>Gruppen: <i>Engagement der Schweden, Schweizer, der britischen Band Coldplay</i></p> <p>nicht-personale Handlungsinstanzen (Institutionen, Parteien, Medien):</p> <p>a) <i>Unternehmen, Firmen, Konzerne, Investmentfonds, Öl- und Gasindustrie</i></p> <p>b) <i>H&M, RSPO, RWE²⁶, Fondstochter DWS / dem Studioriesen Sony, Hollywood, dem City-Marketing</i></p>		<p>Finanzprodukte (<i>Greenwashing von Finanzprodukten</i>), Atomkraft (<i>Greenwashing von Atomkraft</i>)</p>	

5.3 Fallanalyse: Pinkwashing

Im Rahmen der qualitativen Analyse der Volltextbelege wird im Folgenden der polysemie Ausdruck *Pinkwashing* näher betrachtet, das aufgrund seiner kultur- bzw. sprachenspezifischen Bedeutungsentwicklung im Englischen und Deutschen interessant ist und mit Blick auf die Diskursakteure im Vergleich zu den anderen x-Washing-Begriffen einige Besonderheiten aufweist. *Pinkwashing* zählt laut der quantitativen Analyse

²⁶ Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk AG.

zu den häufigen *x-Washing*-Begriffen, das im untersuchten Diskursausschnitt seit 2012 thematisiert wird. Auf seine Etablierung und diskursive Relevanz verweisen neben der relativ hohen Vorkommenshäufigkeit (132 Treffer) die Komposita mit *Pinkwashing* als Bestimmungswort. *Pinkwashing* weist neben *Whitewashing* mehrere lexikographisch erfasste Bedeutungen auf, die im Diskursausschnitt in zwei unterschiedlich umfangreichen Diskurssträngen diskursiv relevant gesetzt werden. Im Beleg 4 werden beide Diskursstränge diachron zueinander in Relation gesetzt. Zunächst wird der Fokus jedoch auf das *x-Washing*-Muster gelenkt, indem *Whitewashing* ('Schönfärberei') als Vorbild für *Pinkwashing* genannt wird, was der Relationierung von Wissensbeständen und Diskurssträngen um *X-Washing*-Komposita im kritischen Metasprachdiskurs dient. Dann wird rückblickend auf die Karriere von *Pinkwashing* als pejoratives Diskursmuster in den 1990er-Jahren verwiesen, als *Pinkwashing* sich kritisch gegen Kosmetikunternehmen gerichtet haben soll, die unter Verdacht standen, krebserregende Zutaten in ihren mit einer rosa Schleife gekennzeichneten Produkten zu verwenden, und ihre Solidarität mit brustkrebskranken Frauen nur oberflächlich bekundeten. Interessanterweise liegen im Untersuchungskorpus keine Belege zum genannten Diskurs aus jener Zeit vor. In den 2010er-Jahren erfährt *Pinkwashing* eine Bedeutungserweiterung und wird in den Belegen seit 2012 mit der Bedeutung versehen, eine inszenierte Solidarität mit LGBTQIA* zu zeigen, um sich aus Imagegründen als fortschrittlich und modern darzustellen. Das für die zweite Bedeutung relevante diskursive Ereignis war die Bewerbung von Tel Aviv als internationale Feriendestination für Homo- und Transsexuelle im Jahr 2010.

- (4) *Pinkwashing* ist ein Kofferwort aus 'Pink' und 'Whitewashing'. Letzteres heißt zum einen so viel wie Schönfärberei, zum anderen bezeichnet es aber auch die in der Filmbranche leider immer noch gängige Praxis, weißen Schauspieler*innen nicht-weiße Rollen zu geben. Der Begriff „*Pinkwashing*“ tauchte erstmals Anfang der 90er-Jahre auf. Er wurde gegen Kosmetikkonzerne formuliert, die eine rosa Schleife, Symbol für Engagement gegen Brustkrebs, auf ihren Produkten abbildeten, obwohl einige davon in Verdacht standen, ausgerechnet Brustkrebs auszulösen.

In Verbindung mit LGBTQIA* bezeichnet *Pinkwashing* die PR-Strategie, etwas erfolgreich vermarkten zu wollen, indem man sich mit der Szene solidarisiert. Besonders stark ist derzeit die israelische Regierung *Pinkwashing*-Vorwürfen ausgesetzt: Sie unterstützt die jährliche Gay Pride in Tel Aviv finanziell und brüstet sich mit ihr Homofreundlichkeit. Eigene Menschenrechtsverletzungen seitens staatlicher Institutionen sowie die Besetzung palästinensischer Gebiete sollen so in den Hintergrund rücken, lautet die Kritik. (die tageszeitung, 31.05.2018, S. 14)

Obwohl heute im DWDS *Pinkwashing* mit beiden Bedeutungen lexikographisch erfasst ist, scheint die Beleglage darauf hinzuweisen, dass *Pinkwashing* als imagepflegendes Solidaritätslabel mit brustkrebskranken Frauen in den 1990er-Jahren ausschließlich im englischsprachigen öffentlichen Diskurs relevant war. Dies suggeriert zudem die Bedeutungsbeschreibung in der Wikipedia, in der die ursprüngliche Bedeutung ausschließlich in der englischsprachigen Wikipedia genannt wird. Erst mit der Prägung

des Kompositums als inszeniertes Label in Verbindung mit LGBTQIA* im deutschsprachigen öffentlich-medialen Diskurs wird darin auch die ursprüngliche Bedeutung diskursiv relevant. Anhand der qualitativen Analyse der Volltextbelege konnten die Dynamiken beider Diskursstränge (Abb. 2) visuell zugänglich gemacht werden. Aus der Zeitverlaufsgraphik geht deutlich hervor, dass *Pinkwashing* seit 2012 vorwiegend mit Bezug auf LGBTQIA* gebraucht wird.

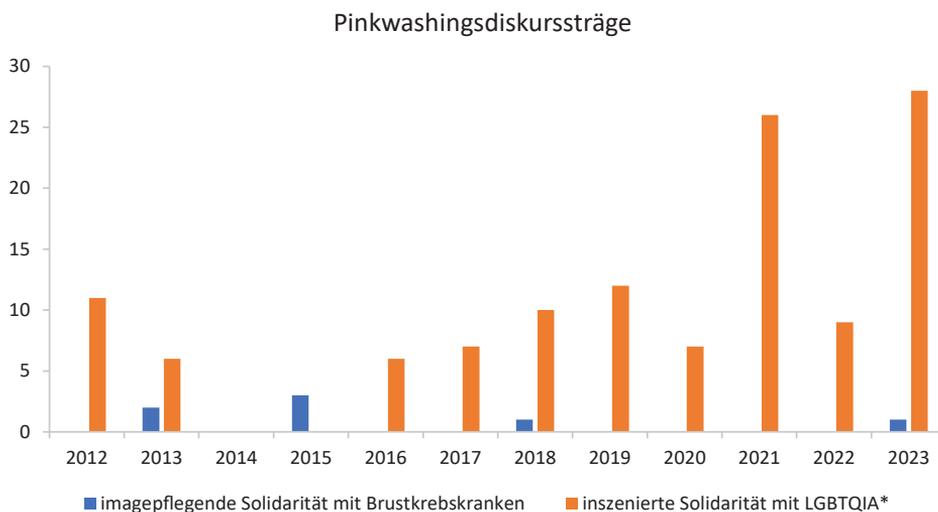


Abb. 2: Diskursstränge des polysemen Ausdrucks *Pinkwashing*

Im Folgenden soll der Diskursstrang um *Pinkwashing* als Kritik der inszenierten Solidarität mit der LGBTQIA*-Community näher beleuchtet werden. Vor allem soll der kontextuelle Gebrauch von *Pinkwashing* (Bewertungen und Konnotationen) mit Blick auf die Diskursakteure (wer betreibt *Pinkwashing* und wer übt Kritik) fokussiert werden. In die qualitative Diskursanalyse sollen zudem die Analyseergebnisse zu *Pinkwashing*-Komposita und zu den 50 automatisch berechneten Kookkurrenzpartnern einfließen.

Betrachtet man die Komposita mit *Pinkwashing* als Erstglied näher, so zeigt sich, dass sie zum einen die Kritiker und deren Perspektive hervorheben (a) und zum anderen die kommunikativen Handlungen der Verantwortlichen nennen (b). Sie verdeutlichen, dass es sich beim *Pinkwashing*-Diskurs um einen Metasprachdiskurs handelt, der sich auf inszenierte kommunikative Handlungen von Unternehmen, Parteien, Staaten und Individuen richtet.

- a) Kritiker-Perspektive: *Pinkwashing-Vorwürfe* (3), *Pinkwashing-Verdacht* (1), *Pinkwashing-Kritiker* (1),
- b) kommunikative Handlungen der Verantwortlichen: *Pinkwashing-Kampagne* (2), *Pinkwashing-Agenda* (1), *Pinkwashing-Aktionen* (2), *Pinkwashing-Aktivitäten* (1)

Auch die Gruppierung von Kookkurrenzpartnern suggeriert zum einen, welche Diskursakteure im Metasprachdiskurs häufig kritisiert werden bzw. Kritik üben, und relationieren zum anderen *Pinkwashing* vorwiegend mit *Greenwashing*.

- a) Ausdrücke, die auf eine kritische Betrachtung hinweisen: *Vorwurf, vorwerfen, Kritik*
- b) Diskursakteure, die *Pinkwashing* betreiben: *Tel Aviv, Israel, Unternehmen, Ivanka u. Donald Trump,*
- c) Diskursakteure, die auf *Pinkwashing* kritisch verweisen: *Kritiker*
- d) Wörter, die auf eine metasprachliche Thematisierung i. e. S. verweisen: *nennt man/sich/er, bezeichnet, heißt, spricht von, sogenanntes, Begriff*
- e) Verwandte Bezeichnungen für *Pinkwashing*: *Phänomen, Strategie, Versuch*
- f) Weitere X-Washing-Komposita: *Greenwashing*

Bei der Berichterstattung über *Pinkwashing* fällt in den ersten Belegen aus dem Jahr 2012 auf, dass *Pinkwashing* im Gegensatz zu den meisten x-Washing-Begriffen von Journalisten der taz kritisch in Frage gestellt wird. In der taz wird *Pinkwashing* vom Textautor bereits im Titel bewertend als „Eine öde Chiffre“ benannt und im Textverlauf als *der neue Politikerschlager, eine giftende Kampfvokabel* und *eine Variante von Verschwörungstheorie* diskreditiert (Beleg 5). Zudem wird *Pinkwashing* in diesem Text als Analogiebildung zum pejorativ konnotierten *brainwashing* bezeichnet, was nur rein formal stimmt (vgl. Abschn. 2).

- (5) Jedenfalls lautet der neueste Politerklärschlager für die Kritik an Israel so: Pink Washing! Damit ist keine Vollbuntwäsche von CSD-Textilien gemeint. Vielmehr ist es eine giftende Kampfvokabel gegen Israel. Genauer gesagt: Das israelische Außenministerium unterstützte vor Jahren das Marketing der Stadt Tel Aviv, die in den USA und Europa für sich auf den touristischen Märkten warb – auch mit Hinweis auf das prima schwullesbische Leben. [...] Pink Washing, wie neulich auch beim Transgenialen CSD in Berlin, funktioniert insofern als eine Variante von Verschwörungstheorie, in der angedeutet wird, Israels Regierende hätten Lesben und Schwule nur deshalb von Diskriminierung gegen sie entlastet, um im zionistischen Kampf marketingmäßig besser dazustehen. Wahr ist jedoch: Alle Rechte der nichtheterosexuellen Minderheit mussten gegen den heterosexuellen Mainstream erstritten werden. (taz, 28.06.2012, 12)

In einem weiteren Beleg aus dem Jahr 2012 hinterfragen Journalist:innen *das angebliche Pinkwashing* und geben den Beschuldigten eine Stimme bzw. räumen ihnen die Möglichkeit ein, ihre eigene Sichtweise zu präsentieren. Auch im weiteren Diskursverlauf wird *Pinkwashing* gelegentlich von Journalisten kritisch betrachtet, wie im folgenden Beleg 6, in dem *Pinkwashing* „der absurdeste Kniff aus dem Arsenal der antiisraelischen Propaganda“ genannt wird.

- (6) Letztgenannter Vorwurf nennt sich 'Pinkwashing' und ist wohl der absurdeste Kniff aus dem Arsenal der antiisraelischen Propaganda: Geprägt durch die Geschlechterforscherin Jasbir Puar, die dem jüdischen Staat auch schon Organplünderung toter Palästinenser unterstellte, wird Israel in dieser Verschwörungsfantasie vorgeworfen, durch eine progressive Homopolitik von Menschenrechtsverletzungen abzulenken. Ausgerechnet der einzige Staat im Nahen Osten, in dem Lesben und Schwule einigermaßen frei leben können, wird hier angegriffen, die Verfolgung und Entrechtung in den Nachbarländern wird dagegen einfach verschwiegen. (taz, 03.06.2019, S.16)

Der Diskursstrang um LGBTQIA*-Instrumentalisierung ist im Untersuchungskorpus vorwiegend gegen Israel gerichtet (Belege 4-7), was uns der Blick auf Diskursakteure deutlich macht: *Kritiker der Regierung in Jerusalem und dessen PR-Apparats, die linken Kritiker, die Linke im Israel, Kritiker Israels, antiisraelische Propaganda.* Neben Kritikern werden *Pinkwashing-Vorwürfe* zudem von *Aktivisten, Teilen der LGBTQIA*-Community und der palästinensischen Gesellschaft* sowie von Einzelakteurinnen, von *der frauenpolitischen Sprecherin der Grünen Gesine Akena und der Geschlechterforscherin Jasbir Puar*, geäußert, die sich gegen *das intolerante Regime Israels, die israelische Regierung, die Regierung in Jerusalem, gegen Israel und Tel Aviv* richten.

- (7) 'Pinkwashing' werfen Kritiker der Regierung in Jerusalem und ihrem PR-Apparat vor. Die internationale Vermarktung des Landes als Urlaubsparadies für Schwule und Lesben, eine Normalisierung der Besetzung auch auf dem Rücken der schwullesbischen Palästinenser, Trennanlagen und Siedlungsbau im Westjordanland verschleiert vom rosa Vorhang liberalen Lebens und sexueller Freiheit. 'Wir wollen kein Pinkwashing.' (die taz, 06.04.2016, S. 13)

Die Kritiker:innen und die befürwortenden Journalist:innen erklären *Pinkwashing* oft mit weiteren Metaphern, um die mit dem *Pinkwashing* verknüpften kommunikativen Handlungen bildlich darzustellen. In den Erklärungen wird *Pinkwashing eine bunte Schminke* genannt, oder als *ausgeklügelte (Vermarktungs-)Strategie bzw. Methode*, wodurch kommunikative Handlungen von Verantwortlichen *vom rosa Vorhang des liberalen Lebens verschleiert werden bzw. hinter dem rosa Vorhang der Liberalität vertuscht werden.* Analog zu *Greenwashing* wird auch bei *Pinkwashing* von einem *Mäntelchen der Bewegung* gesprochen, das man sich umhängt.

Zudem wird in Erklärungen das Waschen fokussiert, wie etwa, dass man etwas *rosa wäscht*, oder *seine Wäsche statt weiß pink wäscht*. In einer Anmerkung der Redaktion der Berliner Zeitung (18.11.2020, S. 14) wird *Pinkwashing* als „eine Form des moralischen Reinwaschens“ umschrieben. Hierbei werden durch die beiden Metaphern unterschiedliche Bedeutungsaspekte von *Pinkwashing* hervorgehoben: Während mit dem *rosa Vorhang der Liberalität* bzw. mit dem *Mäntelchen der Bewegung* relativ schnell und mühelos das eher oberflächliche rosa bzw. pink Image der Modernität vorgemacht

wird, ist mit dem Reinwaschen (*x-Washing*-Komposita) mehr Zeit und Aufwand verbunden, was eine raffinierte Strategie suggeriert.

In den Belegen wird *Pinkwashing* zudem oft mit einem Synonym und verwandten Begriff, wie *Rainbow-Washing*, *Pink Capitalism*, *rosa Wirtschaft*, *Pink Dollar* sowie mit dem analogen *Greenwashing* in Relation gesetzt. Vor allem die ersten beiden Gruppen sowie die in den Belegen genannten Unternehmen (*Google*, *Kaffee-Kapsel-Hersteller Nespresso*) oder generisch *Firmen* weisen darauf hin, dass *Pinkwashing* in den letzten Jahren auch als unternehmerische Vermarktungsstrategie von Produkten und Dienstleistungen allgemein gebraucht wird (Beleg 8), welche meist im Juli im Zusammenhang mit dem Christopher Street Day eingesetzt wird, damit sich Unternehmen LGBTQIA*-freundlich und modern zeigen. In diesen Belegen fällt auf, dass die Kritik oft von Individuen der LGBTQIA*-Community in Form persönlicher Erfahrungen mit ausbeutenden Unternehmen geäußert wird (Beleg 10).

- (8) 'Pink Capitalism' oder 'Pinkwashing' nennt sich diese Praxis. Firmen bewerben ihre Produkte und Dienstleistungen mit Symbolen oder Menschen der LGBTQI-Community, um sich als fortschrittlich darzustellen. Die Vereinnahmung und Kapitalisierung der Bewegung bleibt allerdings in der Regel reiner Marketingtrick und unterscheidet sich nicht vom Greenwashing. Also wenn sich Unternehmen nach außen „grün“ und nachhaltig präsentieren, in Wahrheit aber das Gegenteil davon sind. Ähnlich lief es mit der „Black Lives Matter“-Bewegung, deren eigentliches Anliegen gefühlt hinter der tiefen Verbeugung besonders amerikanischer Marketing-Abteilungen verschwand. Der Begriff 'Woke Capitalism' fasst es wohl am besten zusammen. Man stürzt sich auf jedes Menschenrechtsthema, ohne sich damit im Detail zu beschäftigen. (FOCUS, 26.06.2021)

Mit *Pinkwashing* werden des Weiteren die kommunikativen Handlungen in der Politik (Beleg 9) sowie in der Unterhaltungsindustrie, wie etwa der Musikindustrie kritisiert.

- (9) Gesine Akena, im Bundesvorstand der Grünen und frauenpolitische Sprecherin der Partei, befürchtet eine Showveranstaltung und wird drastisch: 'Ivanka Trump betreibt Pinkwashing: Sie vertritt die US-Regierung, die Frauenrechte mit Füßen tritt - Ivanka Trump verschleiert diese frauenfeindliche Politik.' (Hannoversche Allgemeine, 26.04.2017, S. 2)

5.4 Wie gestaltet sich der kritische Metasprachdiskurs um *x-Washing*?

Im untersuchten Zeitungs- und Zeitschriftenkorpus zeigt sich der kritische Metasprachdiskurs um *x-Washing* sehr vielfältig, denn Referenzen auf Sprache und Sprachgebrauch, hier konkret auf nachhaltigkeits- und gemeinwohlbezogene Werbe- und PR-Kommunikation und die diskurskonstitutiven *x-Washing*-Komposita, lassen sich mit Blick auf Referenzobjekte und Hierarchien anhand von Volltextbeleganalyse wie folgt differenzieren.

a) **Metametasprachliche Aussagen auf nachhaltigkeits- und gemeinwohlbezogene Werbe- und PR-Kommunikation**

Vorwiegend gestaltet sich der kritische Metasprachdiskurs so, dass über Vorwürfe des *Green-*, *Sports-*, *Pinkwashings* u.a. von aktivistischen Diskursakteuren wie NGOs (Greenpeace, Amnesty International) u.a. berichtet wird. In ihren Vorwürfen kritisieren sie die inszenierte, selbstdarstellende Kommunikation von Institutionen, Unternehmen, Staaten und Individuen. Obwohl letztere laut den Vorwürfen sich in ihrer Kommunikation (Werbe-, PR-Kampagnen, Unternehmensberichte) nach außen klimafreundlich, umweltbewusst, tolerant und modern darstellen, entspricht das nicht deren Handlungen in der Praxis. Sie werden also als manipulative Subjekte konzeptualisiert, die in ihrer Kommunikation absichtlich gesellschaftlich relevante Werte wie Umweltschutz, ethische Vorsätze oder Geschlechtergerechtigkeit und Personengruppen (LGBTQIA*-Community, brustkrebskranke Frauen, Jugend) in den Vordergrund stellen und für wirtschaftliche Zwecke instrumentalisieren.

Die öffentlich-mediale Berichterstattung kann also insofern als metametasprachlich interpretiert werden, als sie sich auf metasprachliche Vorwürfe bezieht, diese kommentieren wiederum die inszenierte, selbstdarstellende Kommunikation von Institutionen, Unternehmen und Staaten. Interessant sind Belege aus dem Untersuchungskorpus, in welchen nicht nur von Vorwürfen gesprochen wird, die sich auf Kritiker:innenaussagen beziehen, sondern es werden konkrete Kommunikate genannt, wie etwa ein Video (Beleg 4) oder eine Greenpeace-Kampagne, welche die Diskrepanz zwischen selbstdarstellender Rhetorik und dem Handeln der Akteure scharf kritisieren. In den meisten Belegen wird über die *x-Washing*-Vorwürfe neutral berichtet, in einigen werden diese jedoch von Journalist:innen diskreditiert und die Begründungen der Kritiker in Frage gestellt (Belege 5 und 6).

- (10) Candy Crash wurde durch Heidi Klums TV-Show 'Queen of Drags' bekannt. Die BerlinerIn verdient ihr Geld zu Teilen mit Werbung im Internet. Und schießt nun scharf gegen eben jene Industrie. 'Liebe Leute, es reicht mir' - so beginnt ein Video, das sie jetzt auf ihrem Instagram-Profil veröffentlichte. Und in dem sie mit dem Phänomen des 'Pinkwashing' abrechnet. 'Für viele Werbeaufträge werde ich nie in Betracht gezogen, weil ich als Homosexueller nicht die Zielgruppe repräsentiere, die die meisten Firmen haben wollen', sagt sie der Berliner Zeitung. 'Die machen Umsätze in Millionenhöhe. Aber wenn ich nach der Gage für eine Werbe-Aktion frage, verstecken sie sich dahinter, dass sie damit angeblich die schwule Szene unterstützen.' [...] 'Pinkwashing' ist auch anderen Mitgliedern der Szene seit Jahren ein Dorn im Auge. (Berliner Zeitung, 24.06.2020)

Schließlich soll auf eine komplexere metasprachliche Hierarchie verwiesen werden. In vielen Belegen mit *x-Washing*-Vorwürfen ist zu beobachten, dass die Sichtweise der Beschuldigten ausgeblendet bleibt. Die Kritiker sprechen über sie, beschreiben und beurteilen ihre kommunikativen Handlungen als inszeniert und selbstdarstellend, die Verantwortlichen selbst kommen jedoch relativ selten zu Wort.

Wenn sie doch als Diskursakteure auftreten, weisen sie die Vorwürfe zurück. Ein Beispiel komplexer metasprachlicher Referenzhierarchien liegt in Beleg 11 vor, in dem zunächst die Aussage des israelischen Regierungschefs Netanjahu zitiert wird (Objektsprache), welche *Pinkwashing*-Vorwürfe auslöste (metasprachlicher Kommentar 1). Diese Vorwürfe werden in einem Online-Artikel von Adir Steiner, „Kordinator der Love-Parade in Tel Aviv und die treibende Kraft hinter der Vermarktung Tel Avivs für den schwul-lesbischen Tourismus“, als „purer Unsinn“ zurückgewiesen (metasprachlicher Kommentar der Vorwürfe). Schließlich berichtet die taz über die beschriebene Konstellation metasprachlicher Bezüge, was metasprachlich eine Stufe höher anzusiedeln wäre.

- (11) ‘In einer Region, in der Frauen gesteinigt, Schwule aufgehängt und Christen verfolgt werden, sticht Israel heraus’, rief Regierungschef Benjamin Netanjahu unlängst von internationaler Bühne; und geriet damit ins Visier der Kritiker. Netanjahu versuche die Menschenrechtsverletzungen der Israelis in den Palästinensergebieten hinter den Erfolgen der schwul-lesbischen Community zu verstecken, hieß es. ‚Pinkwashing‘ ist der Begriff, mit dem Linke im eigenen Land und Kritiker Israels im Ausland den Missbrauch der Homosexuellen zu Propagandazwecken bezeichnen. Eine Vermarktung des Judenstaats mit der Regenbogenfahne dürfe nicht sein. [...] Steiner wehrt den Vorwurf des ‚Pinkwashing‘ von sich. Als ‚puren Unsinn‘ bezeichnet er die Vorstellung, es habe eine Regierungsdebatte über Vermarktungsstrategien dieser Art stattgefunden. (die taz, 23.10.2012)

b) Metasprachliche Aussagen auf nachhaltigkeits- und gemeinwohlbezogene Werbe- und PR-Kommunikation

Werden die *x-Washing*-Begriffe im Diskurs einmal als etabliert betrachtet und ohne Anführungszeichen gebraucht, so kann beobachtet werden, dass die Autor:innen der Texte selbst zu Kritiker:innen werden und die von ihnen dargestellten Fälle inszenierter Kommunikation als *Green-*, *Pink-* oder *Sportswashing* kritisch reflektieren.

- (12) Diversity – wenn, dann aber richtig

Dieser Tage schmücken sich wieder grosse Konzerne mit der Regenbogenfahne, denn der Juni ist weltweiter Pride Month – da lassen es sich viele nicht nehmen, nach aussen zu zeigen, wie offen sie der LGBTQ-Community gegenüber sind. Doch was findet hinter den Türen der Firmen statt? Echte Diversity oder nur Pinkwashing? von Monika Meiler (Die Südostschweiz, 17.07.2021)

c) Metasprachliche Aussagen, die auf das Sprach- und Schriftsystem referieren

Schließlich sind in den Belegen solche metasprachlichen Bezüge verzeichnet, die den Blick auf das Wortbildungsmuster (Beleg 4), Bedeutung(en) bzw. Bedeutungserweiterung(en), und Karrieren von *x-Washing*-Komposita sowie ihre lexikographische Erfassung in Wörterbüchern (Beleg 13) lenken. Zudem sind jene Belege (14) interessant, welche durch Aufzählung mehrere *x-Washing*-Komposita relationieren und

den Blick auf das *x-Washing*-Wortbildungsmuster und das zugrunde liegende Argumentationsmuster lenken. In Beleg 14 wird zudem als wichtig hervorgehoben, dass mit *x-Washing*-Komposita gesellschaftlich und diskursiv höchstrelevante Themen (Nachhaltigkeit, Umweltschutz, ethische Vorsätze Gleichberechtigung, Sport usw.) und Personengruppen (LGBTQIA*-Community in *Pinkwashing* oder Jugendliche in *Youthwashing*) für Marketingzwecke instrumentalisiert werden. Solche Belege dienen der Relationierung von Wissensbeständen im Allgemeinen, und von *x-Washing*-Komposita und deren Diskurssträngen im Speziellen.

(13) Im Jahr 1999 wurde der Begriff ‚Greenwashing‘ ins ‚Concise Oxford Dictionary‘ aufgenommen. (RZ, 13.07.2009)

(14) In vergleichbaren Debatten um Themen wie Pink-, Green- oder Whitewashing wird ja auch oft auf den instrumentellen Charakter des ‚Reinwaschens‘ zum Zweck der Schuldabwehr verwiesen. Dass den Themen, die dafür benutzt werden, dabei oft wichtige Aufmerksamkeit zukommt, wird indes oft vernachlässigt. (Berliner Zeitung, 03.04.2021, S. 16)

6 FAZIT

Im Beitrag wird der kritische Metasprachdiskurs zu *x-Washing* in einem öffentlich-medialen Diskursausschnitt korpusgestützt untersucht und dadurch exemplarisch der Mehrwert einer korpusgestützten quantitativ-qualitativen Analyse im Dienste der Diskurslinguistik aufgezeigt. Es lässt sich festhalten, dass das *x-Washing*-Wortbildungsmuster in den letzten Jahren an Produktivität gewonnen hat, was die Vielfalt der *x-Washing*-Begriffe zeigt, die meist in den Qualitätsmedien von und für bildungsnahe Schichten diskursiv relevant gesetzt werden. Diese reichen von etablierten, lexikographisch erfassten Begriffen, die selbst weitere Komposita bilden, bis zu seltenen Ad-hoc-Bildungen, die im kritischen Metasprachdiskurs neue Perspektiven eröffnen und Einstellungen konstituieren (vgl. Spitzmüller/Warnke 2011: 145; Rocco 2022: 194). Einzelne *x-Washing*-Metaphern stehen mit verschiedenen diskursiven Ereignissen im Zusammenhang und konstituieren eigene Diskursstränge, im Fall von polysemen Komposita sogar mehrere (*Pink-* und *Whitewashing*). Allerdings liegt allen *x-Washing*-Komposita das gemeinsame Argumentationsmuster zugrunde, und zwar die Kritik, die sich gegen wirtschaftliche und politische Nachhaltigkeits- und Gemeinwohlkommunikation und Instrumentalisierung von Personengruppen (LGBTQIA*-Community, Jugend usw.) oder von „postmaterialistischen Werten *en vogue*“ (Rocco 2022: 204) richtet.

Mikrodiachron lässt sich festhalten, dass sich mit *Greenwashing* in den 1990er Jahren in den deutschsprachigen Medien ein differenzierter Metasprachdiskurs zu formieren begann, zunächst als Kritik von Greenpeace an der Instrumentalisierung von Nachhaltigkeit seitens der umweltverschmutzenden Chlorindustrie. Im Diskursverlauf richtete sich *Greenwashing* allgemein gegen nachhaltigkeitsbezogene Diskursbeiträge

wirtschaftlicher Unternehmen, die durch einen hohen Kommunikationsaufwand unter Einsatz von Wortschatz zu umweltbezogenen Themen oder zunehmend vager Sprache versuchten, Produkte oder gesamte Unternehmen grün darzustellen bzw. kleinste nachhaltigkeitsbezogene Veränderungen als wichtige Meilensteine zu präsentieren (vgl. Stöckl/Molnar 2018: 264, 332). Mit *Greenwashing* scheint das sprachenübergreifende, durch *Whitewashing* bereits etablierte Wortbildungsmuster (vgl. Bentele/Nothhaft 2011: 67) an Schwung gewonnen zu haben. Obwohl in Zeitungsbelegen der 1990er Jahre dafür plädiert wurde, dass *Greenwashing* auch in öffentlich-medialen Diskursen diskursiv relevant gesetzt werden soll, wurde *Greenwashing* erst seit 2020 viel diskutiert, was der exponentielle Anstieg der Gebrauchshäufigkeiten suggeriert. Parallel dazu haben seit 2012 weitere Komposita diskursiv an Bedeutung gewonnen, wie etwa *Pinkwashing* im Zusammenhang mit der Instrumentalisierung der LGBTQIA* durch Israel oder *Sportwashing* mit der Thematisierung von Sportveranstaltungen und Sportler:innen als Camouflage für das repressive Regime und die prekäre Menschenrechtslage in den Golfstaaten mit dem Ziel, sich als progressiv und dynamisch zu präsentieren. Eine Sonderstellung kommt *Whitewashing* zu, das im kritischen Metasprachdiskurs vorwiegend der Relationierung von Wissensbeständen bzw. von *x-Washing*-Komposita dient. Durch zahlreiche vereinzelte Neubildungen erreichte der Metasprachdiskurs um *x-Washing* in den Jahren 2022 und 2023 mit Blick auf Häufigkeit und Vielfalt von *x-Washing*-Komposita den Höhepunkt. Mit diesen Komposita beginnen im Metasprachdiskurs neben ökologischen auch soziale und ökonomische Faktoren der Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle zu spielen. Durch Neubildungen der letzten Jahre wird vor allem die Inszenierung von Themen wie Gleichstellung (*Pink-, Diversity-, Gender-, Woke-, Straightwashing*) u.a. kritisch beleuchtet, allerdings setzt sich *Greenwashing* im Diskursausschnitt von allen quantitativ deutlich ab.

In der qualitativ ausgerichteten Fallanalyse zum polysemen *Pinkwashing* wurden seine sprachenspezifische Bedeutungsentwicklung im Englischen und Deutschen und die Entwicklung dazugehöriger Diskursstränge näher beleuchtet. Zudem konnte die qualitative Analyse der Volltextbelege schließlich die Komplexität metasprachlicher Bezüge im untersuchten Pressekorpus mit Blick auf Referenzobjekte und Hierarchie explizieren.

Literatur

- ADAMZIK, Kirsten (2004) *Sprache: Wege zum Verstehen*. Tübingen: Francke.
- ÁLVAREZ-GARCÍA, Olaya/Jaume SUREDA-NEGRE (2023) „Greenwashing and education: An evidence-based approach.“ *The Journal of Environmental Education* 54/4, 265–277.
- BENDEL LARCHER, Sylvia (2015) *Linguistische Diskursanalyse. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.
- BENTELE, Günter/Howard NOTHHAFT (2011) „Vertrauen und Glaubwürdigkeit als Grundlage von Corporate Social Responsibility: Die (massen-)mediale Konstruktion von Verantwortung und Verantwortlichkeit.“ In: J. Raupp/S. Jarolimek/F.

- Schultz (Hrsg.), *Handbuch CSR*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 45–70.
- BONOUR, Yvonne (2021) *Konsistenz in der Nachhaltigkeitskommunikation – Eine diskurslinguistische Untersuchung am Beispiel des Nahrungsmittelkonzerns Nestlé*. https://www.linglit.tu-darmstadt.de/media/linglit/fachgebiete/germanistische_linguistik/Masterarbeit_Bonour_Konsistenz_der_Nachhaltigkeitskommunikation_von_Nestle.pdf [20.11.2024].
- BUBENHOFER, Noah (2009) *Sprachgebrauchsmuster. Korpuslinguistik als Methode der Diskurs- und Kulturanalyse*. Berlin/New York: De Gruyter.
- BUBENHOFER, Noah (2020) *Einführung in die Korpuslinguistik*. https://www.bubenhof.com/korpuslinguistik/kurs/index.php?id=eigenes_AntConc.html [13.4.2024].
- BUSSE, Dietrich/Wolfgang TEUBERT (1994) „Ist Diskurs ein sprachwissenschaftliches Objekt? Zur Methodenfrage der historischen Semantik.“ In: D. Busse/F. Hermanns/W. Teubert (Hrsg.), *Begriffsgeschichte und Diskursgeschichte. Methodenfragen und Forschungsergebnisse der historischen Semantik*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 10–28.
- COSMAS II (2024) = *Corpus Search, Management and Analysis System*. <https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/faces/home.xhtml> [26.07.2024].
- DeReKo (2024) = *Deutsches Referenzkorpus / Archiv der Korpora geschriebener Gegenwartssprache 2024-I* (Release vom 13.03.2024). Mannheim: Leibniz-Institut für Deutsche Sprache. www.ids-mannheim.de/dereko [26.07.2024].
- „Deutsche Zeitungen und Zeitschriften: Ihre politische Ausrichtung.“ *Freilich Magazin*, 14 Juli 2024. www.freilich-magazin.com/kultur/deutsche-zeitungen-und-zeitschriften-ihre-politische-ausrichtung. [26.08.2024].
- DUDEN = *Duden Online-Wörterbuch*. <https://www.duden.de> [26.07.2024].
- DWDS = *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*. <https://www.dwds.de> [26.07.2024].
- ENGELBERG, Stefan/Lothar LEMNITZER (2001) *Einführung in die Lexikographie und Wörterbuchbenutzung*. Tübingen: Stauffenburg.
- EUROPEAN UNION (2020) *Special eurobarometer 501. March 2020. Attitudes of European citizens towards the environmental report*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257> [20.11.2024].
- EUROPEAN UNION (2021) *Special eurobarometer 513. Climate change report*. https://ec.europa.eu/clima/system/files/2021-07/report_2021_en.pdf [20.11.2024].
- FELDER, Ekkehard (2012) „Pragma-semiotische Textarbeit und der hermeneutische Nutzen von Korpusanalysen für die linguistische Mediendiskursanalyse.“ In: E. Felder/M. Müller/F. Vogel (Hrsg.), *Korpuspragmatik*. Berlin/Boston: De Gruyter, 115–174.
- GANSEL, Christina/Karin LUTTERMANN (Hrsg.) (2020) *Nachhaltigkeit – Konzept, Kommunikation, Textsorten*. Münster/Berlin/London: Lit-Verlag.
- GLATHE, Caroline (2010) *Kommunikation von Nachhaltigkeit in Fernsehen und Web 2.0*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Grammis* = *Grammatisches Informationssystem*. Leibniz-Institut für Deutsche Sprache: Systematische Grammatik. <https://grammis.ids-mannheim.de/systematische-grammatik/586> [20.11.2024].
- GREDEL, Eva (2014) *Diskursdynamiken. Metaphorische Muster zum Diskursobjekt Virus*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- GREDEL, Eva (2017) „Wort- und Themenkarrieren in der Wirtschaftskommunikation: Nachhaltigkeitsberichte als Teildiskurse.“ In: I. Behr/J. Ritte/A. Kern/A. Plewnia (Hrsg.), *Wirtschaft erzählen. Narrative Formatierungen von Ökonomie*. Tübingen: Narr, 93–109.
- GREDEL, Eva (2024) „Popularisierung und Einhegung von öffentlichem Wissen in digitalen Diskursen am Beispiel des Klimawandels.“ In: J. Androutopoulos/F. Vogel (Hrsg.), *Handbuch Sprache und digitale Kommunikation*. Berlin/Boston: De Gruyter, 414–434.
- HENN-MEMMESHEIMER, Beate/Christine BAHLO/Andrew LUBBEN/Kuanyong QIU (2020) „Nachhaltigkeit. Modell einer Etablierung: quantitativ und semantisch.“ In: Ch. Gansel/K. Luttermann (Hrsg.), 9–44.
- JANICH, Nina (2022) „Werbung.“ *Diskursmonitor. Glossar zur strategischen Kommunikation in öffentlichen Diskursen*. Hrsg. von der Forschungsgruppe Diskursmonitor und Diskursintervention. <https://diskursmonitor.de/glossar/werbung> [20.11.2024].
- KRALJ, Saša/Janja POLAJNAR (2021) „Themendynamiken digitaler Diskurse. Eine kontrastive diskurslinguistische Analyse slowenisch- und deutschsprachiger Kommentarforen zum Abtreibungsgesetz in Polen.“ In: J. Polajnar (Hrsg.), Themenheft: *Methodische Zugänge zu digitalen Texten und Diskursen*, *Linguistica* 61/1, 37–65.
- KURZ, Josef/Daniel MÜLLER/Joachim PÖTSCHKE/Horst PÖTTKER (2000) *Stilistik für Journalisten*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- LIEBERT, Wolf-Andreas (2008) „Metaphernforschung.“ In: U. Fix/G. Ungeheuer/H. E. Wiegand (Hrsg.), *Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Rhetorik und Stilistik*. Berlin: De Gruyter, 743–757.
- MATTFELD, Anna/Carolin SCHWEGLER/Berbeli WANNING (Hrsg.) (2021) *Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit. Perspektiven auf Sprache, Diskurse und Kultur*. (= Sprache und Wissen 51). Berlin/Boston: De Gruyter.
- MÜHLHÄUSLER, Peter (2003) *Language of Environment – Environment of Language. A Course in Ecolinguistics*. London: Battlebridge.
- NEOLOGISMENWÖRTERBUCH in OWID. <https://www.owid.de/docs/neo/start.jsp> [20.11.2024].
- NIEHR, Thomas (2014) *Einführung in die linguistische Diskursanalyse*. Darmstadt: wbg Academic.
- NIELSEN, Martin (2024) „Visuelles Rainbowwashing – der Regenbogen als universelles Diversity Label.“ In: S. Boßow-Thies/M. Stumpf (Hrsg.), *Diversity in der Wirtschaftskommunikation*. Wiesbaden: Springer, 279–303.

- „Österreichische Zeitungen und Zeitschriften: Ihre politische Ausrichtung.“ *Freilich Magazin* (freilich-magazin.com) [20.11.2024].
- „Parlament nimmt Verbot von Grünfärberei und irreführender Produktinformation an.“ <https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20240112IPR16772/parlament-nimmt-verbot-von-grunfaerberei-und-irrefuehrender-produktinformation-an> [20.11.2024].
- PENZ, Hermine (2023) „Sprache und Ökologie: Von ökokritischer Diskursanalyse zu Digital Storytelling im Sprachunterricht.“ *metaphorik.de* 33,19–53.
- PIELENZ, Michael (1993) *Argumentation und Metapher*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- POLAJNAR, Janja (2022) „Diskursive Dynamiken von multimodalen Wasserlauf-Metaphern im Flüchtlingsdiskurs der Wikipedia. Eine sprachübergreifende und mikrodiachrone Perspektivierung.“ *Deutsche Sprache* 50/3, 251–280.
- POLAJNAR, Janja/Lena REBHAN (2023) „Sprachsensibilisierung im Flüchtlingsdiskurs als Gegenstand eines Problem- und reflexionsorientierten DaF-/DaZ-Unterrichts. Potenziale korpusgestützter Diskursanalysen der Wikipedia.“ In: E. Gredel (Hrsg.), Themenheft: *IBK-Korpora im DaF-/DaZ-Unterricht, KorDaF* 3/2, 13–40.
- POLAJNAR, Janja/Janine LUTH (2021) „Werbekampagnen als Stimmen in Diskursen.“ *Deutsche Sprache* 49/2, 99–117.
- REISIGL, Martin (2018) „Kritische Diskursanalyse.“ In: F. Liedke (Hrsg.), *Handbuch der Pragmatik*. Stuttgart: Metzler, 163–174.
- ROCCO, Goranka (2022) „Youthwashing im Kontext der X-WASHING Metadiskurse.“ *Annali. Sezione germanica* 32, 191–207.
- ROCCO, Goranka/Philipp DRESSEN/Julia KRASSELT (2021) „Exploration zu deutschen und italienischen Akteursrollen in COVID-19-Diskursen. Methodologische Überlegungen und praktische Schlussfolgerungen zur Vergleichenden Diskurslinguistik.“ *tekst i dyskurs – text und diskurs* 15, 287–314.
- RÖDEL, Michael (2013) „Die Invasion der ‚Nachhaltigkeit‘. Eine linguistische Analyse eines politischen und ökonomischen Modeworts.“ *Deutsche Sprache* 41/2, 115–141.
- ROT, Kersten Sven/Martin WENGELER/Alexander ZIEM (Hrsg.) (2017) *Handbuch Sprache in Politik und Gesellschaft*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- RUOSS, Emanuel (2019) *Schweizerdeutsch und Sprachbewusstsein: Zur Konsolidierung der Deutschschweizer Diglossie im 19. Jahrhundert*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- SCHNÖRCH, Ulrich (2019) „Kookkurrenzanalyse und Vergleich: Überlegungen zur Methodenanwendung bei der lexikografischen Beschreibung von Paronymen.“ *Deutsche Sprache* 47/1, 12–24.
- SCHRÖTER, Juliane (2024) „Kritisch und progressiv oder modisch und oberflächlich? Diskurse um *Diversität* in der deutschen Presse.“ *Sprachreport* 40/2, 1–9. <https://doi.org/10.14618/sr-2-2024> [20.11.2024].
- SCHWEGLER, Carolin/Anna MATTFELDT (2021) „Nachhaltigkeit und Linguistik. Sprachwissenschaftliche Innovationen im Kontext einer globalen Thematik.“ *Deutsche Sprache* 49/4, 289–290.

- „Schweizer Zeitungen und Zeitschriften: Ihre politische Ausrichtung“ *Freilich Magazin* (freilich-magazin.com) [20.11.2024].
- SPIEB, Constanze (2014) „Diskurslinguistische Metaphernanalyse.“ In: M. Jung (Hrsg.), *Methoden der Metaphernforschung und -analyse*. Wiesbaden: Springer VS, 31–58.
- SPIEB, Constanze (2017) „Metaphern.“ In: K. S. Roth/M. Wengeler/A. Ziem (Hrsg.), 94–115.
- SPIEB, Constanze/Klaus-Michael KÖPCKE (Hrsg.) (2015) *Metapher und Metonymie. Theoretische, methodische und empirische Zugänge*. Berlin/München/Boston: De Gruyter.
- SPITZMÜLLER, Jürgen (2005) *Metasprachdiskurse. Einstellungen zu Anglizismen und ihre wissenschaftliche Rezeption*. Berlin/New York: De Gruyter.
- SPITZMÜLLER, Jürgen (2019) „Sprache – Metasprache – Metapragmatik: Sprache und sprachliches Handeln als Gegenstand sozialer Reflexion.“ In: A. Gerd/Th. Niehr/J. Spitzmüller (Hrsg.), *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit*. Berlin/Boston: De Gruyter, 11–30.
- SPITZMÜLLER, Jürgen/Ingo H. WARNKE (2011) *Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse*. Berlin/New York: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110229967>.
- STÖCKL, Hartmut/Sonja MOLNAR (2018) „Eco Advertising. The Linguistics and Semiotics of Green(-Washed) Persuasion.“ In: A. Fill/H. Penz (Hrsg.), *The Routledge Handbook of Ecolinguistics*. New York: Routledge, 261–276.
- TEREICK, Jana (2013) „Die ‚Klimalüge‘ auf YouTube: Eine korpusgestützte Diskursanalyse der Aushandlung subversiver Positionen in der partizipatorischen Kultur.“ In: C. Fraas/S. Meier/C. Pentzold (Hrsg.), *Online-Diskurse. Theorien und Methoden transmedialer Online-Diskursforschung*. Köln: Harlem, 226–257.
- TEREICK, Jana (2016) *Klimawandel im Diskurs: Multimodale Diskursanalyse cross-medialer Korpora*. Berlin/Boston: De Gruyter.
- UNESCO (2021) *The world in 2030, public survey report*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000375950.locale=en> [20.11.2024].
- WALGENBACH, Katharina (2017) *Heterogenität – Intersektionalität – Diversity in der Erziehungswissenschaft*. Opladen/Toronto: Budrich.
- WARNKE, Ingo H. (2019) „Text und Diskurslinguistik.“ In: N. Janich (Hrsg.), *Textlinguistik. 15 Einführungen und eine Diskussion*. Tübingen: Narr Francke Attempo, 35–53.
- Wikipedia. *Die freie Enzyklopädie* (2024a) <https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite> [20.11.2024].
- Wikipedia. *The free Encyclopedia* (2024b) https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page [20.11.2024].
- ZIEM, Alexander (2005) „Begriffe, Topoi, Wissensrahmen: Perspektiven einer semantischen Analyse gesellschaftlichen Wissens“ In: M. Wengeler (Hrsg.), *Sprachgeschichte als Zeitgeschichte. Konzepte, Methoden und Forschungsergebnisse der Düsseldorfer Sprachgeschichtsschreibung für die Zeit nach 1945*. Hildesheim/New York: Olms, 315–348.

ZIMMERMANN, Friedrich M. (2016) „Was ist Nachhaltigkeit – eine Perspektivenfrage.“ In: Fr. M. Zimmermann (Hrsg.), *Nachhaltigkeit wofür?* Graz: Springer Spektrum, 2–22.

Zusammenfassung

GREENWASHING, PINKWASHING, WHITEWASHING ... DER KRITISCHE METADISKURS UM X-WASHING. EINE KORPUSGESTÜTZTE DISKURSLINGUISTISCHE ANALYSE

Im Beitrag wird der kritische Metasprachdiskurs um *x-Washing* in einem öffentlich-medialen Diskursausschnitt (im Pressekorpus des Deutschen Referenzkorpus) korpusgestützt untersucht und dadurch exemplarisch der Mehrwert einer korpusgestützten quantitativ-qualitativen Analyse im Dienste der Diskurslinguistik aufgezeigt. Durch die Studie konnte die Karriere des diskurskonstitutiven *x-Washing*-Wortbildungsmusters seit den 1990er Jahren nachgezeichnet werden, die deutlich zeigt, dass das metaphorische Wortbildungsmuster zunächst durch *Greenwashing* und *Whitewashing* geprägt war, in den letzten Jahren jedoch stark an Häufigkeit und Produktivität gewonnen hat. Darauf weist die Vielfalt der *x-Washing*-Begriffe seit 2020 hin, die meist in den Qualitätsmedien von und für bildungsnahe Schichten diskursiv relevant gesetzt werden. Diese reichen von etablierten, lexikographisch erfassten Begriffen (*Green-*, *Sports-* oder *Pinkwashing*), die selbst weitere Komposita bilden, bis zu seltenen Ad-hoc-Bildungen (*Youth-*, *Zero-*, *Diversitywashing*), die im kritischen Metasprachdiskurs neue Perspektiven eröffnen. Einzelne *x-Washing*-Metaphern werden von Kritikern im Zusammenhang mit verschiedenen diskursiven Ereignissen hervorgebracht und konstituieren eigene Diskursstränge, allerdings liegt allen das gemeinsame Argumentationsmuster zugrunde, und zwar die Kritik, die sich gegen wirtschaftliche und politische Nachhaltigkeits- und Gemeinwohlkommunikation und Inszenierung von Personengruppen (z.B. LGBTQIA*, Jugend) oder von gesellschaftlich relevanten Werten (Umweltschutz, ethische Vorsätze oder Geschlechtergerechtigkeit) richtet. Mithilfe der Kookkurrenzanalyse konnten zum einen die wichtigsten Akteure, die Kritik an der selbstdarstellen irreführenden oder falschen Nachhaltigkeitskommunikation üben, sowie Akteure, die *x-Washing* betreiben, erarbeitet werden. Zum anderen werden durch häufige Kookkurrenzpartner die abwertend kritische Konnotation von *x-Washing* und die metasprachliche Verwendung deutlich. Im untersuchten Zeitungs- und Zeitschriften-Korpus konnten nämlich vielfältige Referenzen auf Sprache und Sprachgebrauch (d.h. nachhaltigkeitsbezogene Werbe- und PR-Kommunikation) eruiert werden, die sich mit Blick auf Referenzobjekte und Hierarchien differenzieren lassen.

Schlüsselwörter: Nachhaltigkeit, *x-Washing*, Musterkarriere, korpusgestützte Diskursanalyse, *Pinkwashing*

Abstract
GREENWASHING, PINKWASHING, WHITEWASHING ...
THE CRITICAL METADISOURSE ON X-WASHING.
A CORPUS-BASED DISCOURSE ANALYSIS

The article focuses on the critical meta-linguistic discourse on *x-washing* in the newspaper and magazine corpus of the German Reference Corpus (DeReKo) thus demonstrating the added value of a corpus-based quantitative-qualitative analysis for discourse linguistic studies. This approach makes it possible to trace the development of the discourse-constitutive *x-washing* pattern since the 1990s. It becomes clear that the pattern has increased in frequency and productivity in recent years, as shown by the variety of *x-washing* terms used primarily in the quality media by and for the educated classes. *X-washing* terms range from established, lexicographically recorded terms (*green-*, *sports-* or *pinkwashing*), which in turn form further composites, to rare ad hoc formations (*youth-*, *zero-*, *diversitywashing*), which open up new perspectives in critical meta-linguistic discourse. The individual *x-washing* terms refer to different discursive events and form their own discourse strands, but are all based on the common pattern of argumentation, namely criticism of the economic and political communication of sustainability and the staging of groups of people (e.g. LGBTQIA*, youth) or socially relevant values (environmental protection, ethical intentions or gender equality). Furthermore, the co-occurrence analysis was used to identify the most important agents who criticise self-portrayed misleading or false sustainability claims, as well as agents who engage in *x-washing*. Frequent co-occurrence partners moreover reveal the pejoratively critical connotation of *x-washing* and its meta-linguistic use. In the newspaper and magazine corpus, a variety of references to language and language use could be identified, which can be differentiated with regard to reference objects and hierarchy.

Keywords: sustainability, *x-washing*, pattern career, corpus-based discourse analysis, *pinkwashing*

Povzetek
GREENWASHING, PINKWASHING, WHITEWASHING ...
KRITIČNI METADISKURZ O X-WASHINGU.
KORPUSNO PODPRTA DISKURZIVNA ANALIZA

Članek preučuje kritični metadiskurz o *x-washingu*, kakor je slednji zajet v časopisnem in revijalnem korpusu *Nemškega referenčnega korpusa (DeReKo)*. Pri tem eksemplarično osvetli dodano vrednost korpusno podprte kvantitativno-kvalitativne analize v diskurzivnem jezikoslovju. Raziskava se osredinja na kariero diskurzivno-konstitutivnega besedotvornega vzorca *x-washing* od devetdesetih let prejšnjega stoletja naprej in jasno pokaže, da sta bila zanj sprva odločilna *greenwashing* in *whitewashing*, v zadnjih letih pa *x-washing* zaznamuje tako pogostejša raba kot tudi velika produktivnost. Na to

nakazuje pestrost izrazov *x-washing*, ki se od leta 2020 pojavljajo v kvalitetnih medijih za izobraženo bralstvo. Ti izrazi obsegajo vse od uveljavljenih, leksikografsko popisanih pojmov (*Green-*, *Sports-* ali *Pinkwashing*), ki sami tvorijo še nadaljnje zloženke, do redkejših priložnostnic (*Youth-*, *Zero-*, *Diversitywashing*), ki v kritičnem metadiskurzu odpirajo nove perspektive. Posamezni izrazi *x-washing* se povezujejo z različnimi diskurzivnimi dogodki in konstruirajo lastne poddiskurze, katerim skupni je argumentacijski vzorec, in sicer kritika, usmerjena zoper gospodarsko in politično trajnostno komunikacijo ter inscenacijo določenih družbenih skupin (npr. LGBTQIA*, mladine) ali osrednjih družbenih vrednot (varovanje okolja, etične namere, enakost med spoloma). S pomočjo analize kookurenc članek ugotavlja tako najpomembnejše akterje, ki kritizirajo zavajajoče samopredstavitve s poudarkom na trajnosti, kot tudi akterje, ki se *x-washinga* poslužujejo. Kookurenčni pari pa jasno nakažejo tudi slabšalno kritično konotacijo *x-washinga* ter njegovo pogosto metajezikovno rabo. V preučevanem časopisnem in revijalnem korpusu je namreč mogoče zaznati številne reference na jezik in jezikovno rabo (tj. na trajnostno orientirano oglasno komunikacijo in komunikacijo v odnosih z javnostjo), ki se razlikujejo glede na referenčne objekte in po hierarhiji.

Ključne besede: trajnost, *x-washing*, kariera vzorcev, korpusno podprta diskurzivna analiza, *pinkwashing*