

Thema: Identitäter

Autor: Kbau

CLIP
media
service

In Unternehmen geht es beim Gendern um das Wie

Osterreichs große Unternehmen halten gendergerechte Sprache für ein wichtiges Thema und bemühen sich auch darum. Nicht ganz strukturiert allerdings, ergibt eine aktuelle Umfrage.

„Beim Gendern geht es nicht mehr um das Ob, sondern nur noch um das Wie. Wer alle Menschen ansprechen möchte, muss ansprechend schreiben. Konkret heißt das: einfach und klar formulieren und selbstverständlich Männer und Frauen nennen und nicht nur mitdenken.“ Die Gender-Expertin der Agentur Wortwelt Irmgard Zirkler fasst die Ergebnisse ihrer Telefonumfrage unter 100 Unternehmen aus neun Branchen so zusammen und liefert die Perspektive mit.

Untersucht wurden im Sommer die Bedeutung gendergerechter Sprache in Unternehmen sowie Inhalt und Kommunikation von Genderleitfäden plus die Einstellung zum Gendern.

Demnach wird in den heimischen Großunternehmen überwiegend gendert: 60 Prozent tun das in ihren Texten, 31 zumindest gelegentlich. Oft wird die Paarform, also weibliche und männliche Endung, verwendet, 55 Prozent nehmen allerdings das sogenannte Binnen-I. Schrägstriche machen 27 Prozent. Eine Form für beide Geschlechter, die sogenannte Generalklausel, ist bei noch 35 Prozent geblieben.

Irgendwie erscheint das aber noch als Zufallsprodukt, denn nur ein Fünftel der Unternehmen hat überhaupt Leitfäden zwecks Info über gendergerechte Sprache. Öffentliche Unternehmen seien da weiter voran, sagen die Expertinnen von Wortwelt.

Handelt es sich um ein Thema, dem der Bundeshymnen-Auftritt von Andreas Gabalier mehr Prominenz verschafft hat, als es tatsächlich verdient? Laut dieser Untersuchung heißt die Antwort: nein. 37 Prozent der Unternehmen



Die Wortendung nicht so wichtig? Doch, sagen die Firmen. Foto: Fotolia

sagen, dass gendergerechte Sprache Bedeutung gewinnen wird. Öffentliche Unternehmen sind zu 45 Prozent überzeugt, dass die Belegschaft der gendergerechten Sprache positiv gegenübersteht.

Interessant zum Abgleich: 39 Prozent der befragten Unterneh-

men haben keine anderen Maßnahmen zur Gleichstellung, 35 Prozent fördern mehr Frauen in Führungspositionen, und 34 Prozent versuchen, Frauen für Männerberufe zu gewinnen, 31 Prozent ist Väterkarenz ein Anliegen. (kbau) www.identitaeter.at