

Gender:assa*bumm_(m/w/d)

Wie Unternehmen richtig gendern

Gendergerechte Sprache spaltet die Gesellschaft. Mal mehr, mal weniger – gestern wie heute. Im Grunde geht es aber nicht mehr um das Ob, sondern um das Wie. Es gibt zwar noch kein Allheilmittel für genderfaire Sprache, aber gute Ansätze – auch für das Recruiting und Personalmarketing.

Wann hatten Sie das letzte Mal guten Text? Vor 20 Jahren? Als das Gendern noch nicht gang und gäbe war? Oder hatten Sie lange keinen guten Text, weil Texte einfach nicht ansprechend formuliert waren oder nicht zum Unternehmen passten? Und da bin ich auch schon bei einem wichtigen Punkt. Denn das Gendern macht Texte nicht grundsätzlich schlecht. Nur schlechte Texte schlecht gegenüber, sind der sprachliche Supergau.

Warum & Wozu?

Sprache soll niemanden ausgrenzen. Das ist der Ursprung des Gendergedankens. 1987 verabschiedete die UNESCO die Resolution gegen sexistische Sprache. Die meisten Länder zogen mit und das Sichtbarmachen des Geschlechts in Texten begann. Mit trefflichen Argumenten dafür und dagegen.

Dafür spricht, dass das generische Maskulinum ausgedient hat. Es entstand, als fast nur Männer Teil des öffentlichen Lebens waren. Heute gibt es IT-Spezialistinnen, Handwerkerinnen und Uni-Absolventinnen. Die Sprache blieb aber gleich. Und weil Sprache Bilder im

Kopf erzeugt, haben wir noch immer das Bild von Männern im Kopf. Und das benachteiligt Frauen und das dritte Geschlecht.

Dagegen spricht, dass das Geschlecht einer Person zu sehr in den Mittelpunkt eines Textes rückt. Das erzeugt auch Nachteile. Denn wo ziehen wir die Grenze bei der Individualität in Texten? Beim Geschlecht? Oder doch auch beim Erwähnen der Hautfarbe oder des religiösen Bekenntnisses?

Neben aller gesellschaftlicher Kritik zum Gendern höre ich aber vor allem eines: Das Gendern zerstört die Sprache und macht Texte unlesbar. Und manchmal kann ich dem auch etwas abgewinnen: Zum Beispiel, wenn ich von Fahrgästinne(n), B(a)uerInne(n) oder Bösewichtinne(n) lese. Oder mir den Auswahlprozess von Bürger:innenmeister:innenbe Weber:innen vorstelle.

Allerdings sind das absolute Ausnahmen. Denn mit ein wenig Fantasie und Übung bringen Sie Ihre Inhalte ganz einfach in eine für alle ansprechende Form.



// AUTORIN
Irmgard Zirkler
Partnerin
Identifire® und wortwelt®

// GENDERFORMEN

Sie, Du	Direktansprache
Bewerberinnen und Bewerber	Paarform
Bewerbende	Neutralisierung
Bewerber:innen	Gender-Doppelpunkt
Bewerber*innen	Genderstern
Bewerber_innen	Gendergap
BewerberInnen	Binnen-I
Bewerber/innen	Schrägstrich

Welche Genderform ist die beste?

Mit der Zeit haben sich verschiedene Gendervarianten herauskristallisiert – manche sind einfach handhabbar, manche weniger. Die Wahl hängt allerdings immer vom Unternehmen und vom Kontext ab. Die beste Variante gibt es nicht, aber viele gute Wege.

Wählen Sie die direkte Ansprache mit Sie oder Du, wo immer es geht. Damit fallen nicht nur rund zwei Drittel des Genderbedarfs weg, sondern es ist auch die sympathischste Form. Menschen mögen es, direkt angesprochen zu werden. Die Chance, dass Ihr Text auf der Karriereseite, einem Job-Portal oder in einem Social-Media-Kanal gelesen wird, ist damit weitaus größer. Auch in Job-Inseraten bringt die direkte Ansprache mehr Erfolg – ist es doch die erste Möglichkeit, mit potenziellen Bewerber:innen in einen Dialog zu treten.

Oft lese ich in Genderleitfäden allerdings: Wählen Sie die passive Form. Das ist aus zweierlei Gründen keine gute Alternative. Zum einen wirkt das Passiv distanziert, zum anderen leidet oft die Präzision. Nebenstehend zwei Beispiele für passive und aktive Formulierungen.

Zwei oder drei Geschlechter?

Wenn Sie alle Menschen ansprechen wollen, müssen Sie auch das dritte Geschlecht in Ihren Texten sichtbar machen. Das ist für Leser:innen meist angenehmer und auch einfacher zu formulieren.

Denn die Paarform wirkt manchmal sperrig – vor allem, wenn sie mehrmals in einem Absatz vorkommt. Dann sind Sie gezwungen,

alternative Formulierungen zu finden. Außerdem macht die Doppelnennung Sätze länger. Und hier gibt es Grenzen: Sätze mit mehr als 20 Wörtern stellen heute eine Lesehürde dar. Bei Online-Texten sind es gar nur 17 Wörter – Tendenz sinkend.

Das Binnen-I und der Schrägstrich haben sich nicht durchgesetzt und sind heute fast schon Geschichte. Sie stellen sehr häufig Lesehürden dar. Auch Google rankt das Binnen-I und den Schrägstrich schlechter als die Paarform. Das Binnen-I wird eher als weibliche Form gelesen, der Schrägstrich eher männlich.

Allerdings gibt es auch Nachteile, das dritte Geschlecht in Texten aufzunehmen. Denn nicht alle Leser:innen sind schon mit dem Doppelpunkt, Sternchen oder Gendergap vertraut. Verwenden Sie sie dennoch, ist es auf jeden Fall ein positives Signal und kann Ihre Marke stärken. Und mit der Zeit wird

das dritte Geschlecht sicher im allgemeinen Sprachgebrauch fest verankert sein.

Sternchen, Doppelpunkt oder Gendergap – was wird sich durchsetzen?

Wie es aussieht, wird der Doppelpunkt das Rennen machen. Obwohl Duden & Co bislang keine der drei Varianten akzeptiert haben. Der Doppelpunkt ist unauffällig, sprechbar, für Screenreader geeignet und schneidet beim Google-Ranking besser als Genderstern und Gendergap ab.

Beim Aussprechen des dritten Geschlechts bildet der Doppelpunkt zusätzlich eine kleine Gedächtnisstütze. Denn nach einem Doppelpunkt folgt immer ein kurzer Break. Das funktioniert zwar auch bei den anderen Genderformen, beim Doppelpunkt ist das aber intuitiver.

Wo liegen die Stolpersteine bei Doppelpunkt, Sternchen oder Gendergap?

Das Formulieren von Anreden, Artikeln und Fürwörtern in der Einzahl ist eine wahre Denksportaufgabe. Um hier gute Lösungen zu finden, müssen Sie nicht nur kreativ, sondern auch mutig sein.

„Sehr geehrte Frau Muster“ und „Lieber Herr Maier“ haben ausgedient. Ob „Guten Tag, Rainer Zufall“ oder „Hallo Luise Lustig“ zu Ihrem Unternehmen passt, ist die Frage. Viel mehr Auswahl gibt es aber nicht. Denn „Sehr geehrte:r Lea Lesefreude“ bereitet Lesequal statt Lesefreude.

// PASSIVE UND AKTIVE FORMULIERUNGEN

passiv	aktiv
Für eine Bewerbung muss das Formular ausgefüllt werden.	Bitte füllen Sie das Formular für Ihre Bewerbung aus.
Wird vor Gericht ein Anspruch wegen einer Diskriminierung geltend gemacht, muss die betroffene Person lediglich Tatsachen glaubhaft machen, die das Vorliegen einer unmittelbaren oder mittelbaren Diskriminierung vermuten lassen.	Sie haben sich wegen einer Diskriminierung an ein Gericht gewandt? Dann müssen Sie dort nur bestätigen, dass Sie sich durch das Verhalten einer Person direkt oder indirekt diskriminiert gefühlt haben.

// FAST SCHON GESCHICHTE: BINNEN-I UND SCHRÄGSTRICH

Binnen-I, Schrägstrich	Paarform
Eine Dienstreise liegt vor, wenn der/ die ArbeitnehmerIn im Auftrag des/ der Arbeitgebers/Arbeitgeberin seinen/ ihren Dienort verlässt.	Eine Dienstreise liegt vor, wenn die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter im Auftrag der Arbeitgeberseite den Dienort verlässt.
Diese Information ist vertraulich und ausschließlich zur Kenntnisnahme durch den genannten AdressatInnenkreis bestimmt. Wenn Sie kein/e vorge-sehene Adressat/in sind, so bitten wir Sie, uns unverzüglich zu informieren und die Nachricht danach gemäß den Vorschriften des Telekommunikations-gesetzes zu löschen.	Diese Information ist vertraulich und nur für den genannten Kreis der Adressatinnen und Adressaten be-stimmt. Sie gehören nicht dazu? Dann informieren Sie uns bitte sofort und löschen Sie die Nachricht entspre-chend dem Telekommunikationsgesetz.

Aber das ist noch nicht das Ende der Stolpersteine, wie die Beispiele für Personenbezeichnungen mit Artikel zeigen.

Die gute Nachricht: Aus Erfahrung kommen allgemeine Personenbezeichnungen in der Einzahl in HR-Texten nicht sehr häufig vor. Meist wenden sich HR-Texte direkt an eine Person, die mit Vornamen und Nachnamen genannt werden kann – ohne Hinweis auf das Geschlecht. Damit können Sie bei unüblichen Vornamen auch die Peinlichkeit vermeiden, das falsche Geschlecht zu wählen.

Sind Ihre Texte an mehrere Personen gerichtet, gibt es keine Stolpersteine. Die Mehrzahl

macht bei gegenderten Artikeln und Fürwörtern keine Probleme.

Mit ein wenig Hirnschmalz finden Sie auch für harte Gendernüsse fast immer Alternativen. Übrigens: www.geschichtgendern.de ist eine wahre Fundgrube an neutralen Begriffen.

Was müssen Sie beim Gendern von Stelleninseraten beachten?

Anders als bei Texten für Karriereseiten & Co gibt es beim Jobinserat gesetzliche Vorgaben – auch zum Gendern. Konkret regelt das Gleichbehandlungsgesetz das Gebot der geschlechtsneutralen und der diskriminie-

rungsfreien Stellenausschreibung. Das Gesetz definiert nicht im Detail, was diskriminierend ist. Die Gleichbehandlungsanwaltschaft allerdings legt die gesetzlichen Vorgaben sehr streng aus und pocht auf eine strikte Handhabung. Anzeigen kommen aber nur selten bis zum Obersten Gerichtshof.

Seit das Eintragen des dritten Geschlechts im Personenstandsregister möglich ist, hat es auch Eingang in Jobtitel gefunden – in Form von (m/w/d) oder (m/w/x). Auch (w/m/d) oder (w/m/x) lese ich öfters. Der Klammerausdruck ist allerdings nur dann notwendig, wenn die Berufsbezeichnung neutral oder in englischer Sprache formuliert ist: Assistenz (m/w/d), Key Accountant (m/w/d). Ist die Berufsbezeichnung gegendert, können Sie den Klammerausdruck (m/w/d) weglassen: Grafiker:in.

Wie gelingt ein Genderprojekt?

Oft beginnt es mit der Entscheidung des Managements zu gendern. Dann allerdings werden die Mitarbeiter:innen allein gelassen. Und der Sprung ins kalte Wasser endet mit einem unschönen Bauchfleck.

Gendergerechte Sprache lässt sich nicht abgekoppelt von der Unternehmenssprache sehen. Die Genderform muss genauso wie Schreibstil, Tonalität und Wortwahl zur Firma passen und dem roten Faden Marke folgen. Nur so wird sie authentisch und nicht nur zur Pflichtübung.

Meine Empfehlung: Entwickeln Sie für Ihr Unternehmen einen passenden Sprachstil und nehmen Sie das Thema Gendern mit. Und achten Sie immer auf eine hohe Textqualität. Denn ein 0815 Absageschreiben, eine floskelhafte Karrieresite oder ein unter Substantivitis leidendes Jobinserat schrecken Talente ab. Ob die Texte nun gegendert sind oder nicht. Sie werden staunen, wie positiv dann nicht nur Ihre HR-Kommunikation ankommt, sondern sich auch Wiedererkennung und Glaubwürdigkeit des gesamten Unternehmens verbessern.

// PERSONENBEZEICHNUNGEN

Personenbezeichnung mit Artikel nicht gegendert	Personenbezeichnung mit Artikel gegendert
Morgen wird sich der Bewerber beim Empfang melden.	Morgen wird sich der:die Bewerber:in beim Empfang melden.

// NAME STATT FÜRWORT

Fürwort nicht gegendert	Name statt Fürwort
Seine Bewerbungsunterlagen fehlen noch.	Viktor Vergesslichs Unterlagen fehlen noch.

// WEBTIPPS

- >> www.identifire.at
- >> www.wortwelt.at