

Gendergerechte Kommunikation bei Vast Forward

Wir wünschen uns unsere Organisation VAST FORWARD als Ort des Lernens und Lehrens, des Forschens und kritischen Denkens. Wir wollen gesellschaftliche Veränderungen fördern, widerspiegeln und in den eigenen Organisationsformen vorleben und nachvollziehen.

Die Auseinandersetzung mit **Diversität** ist durch den kontinuierlichen Wandel der Gesellschaft als viel diskutiertes Thema in der Mitte der Gesellschaft angekommen, auch als Politikum. In erster Linie kritisch und vielfältig ablehnend diskutiert wird dabei gendergerechte Sprache ("Gendern").

VAST FORWARD ist ein diverses, weiblich geführtes Unternehmen. Gendergerechtigkeit ist fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur und damit unseres alltäglichen

Lebens. **Feminismus** in einer bewusst positiven Prägung ist für uns ein wichtiger Wert in einer technischen und männerdominierten Branche.

Vor diesen Hintergründen soll **gendergerechte Sprache** Bestandteil der Kommunikationsstrategie von VAST FORWARD werden. In unserer zeitgemäßen, zukunftsgerichteten Kommunikation legen wir Wert auf Vielfalt und Geschlechtergerechtigkeit.

Dieser Leitfaden definiert und erklärt unseren eigenen Ansatz einer gendergerechten Unternehmenskommunikation.

Gründe für das Gendern:

- + Gesellschaftliches Commitment / Corporate Social Responsibility
- + Kulturelle Passung zu anderen Unternehmenswerten wie z.B. "Weiterentwicklung"
- + Positionierung als modernes Unternehmen/Trendsetter
- + Politisches Statement
- + Beitrag zur Sprachverdeutlichung
- + Einhalten von rechtlichen Grundlagen

Was ist Gendern?

- + ein sprachliches Verfahren, um Gleichberechtigung von Frauen und Männern im Sprachgebrauch zu erreichen
- + Anwendung geschlechtergerechter Sprache

Unsere Sprache ist das Ergebnis und zeitgleich Instrument gesellschaftlicher Vorstellungen über die Wirklichkeit. Sprache ist also vom Denken geprägt und Sprache prägt das Denken. Sprache ist Grundlage jedes gesellschaftlichen Handelns.

Somit ist Sprache und ihr Gebrauch ein Faktor zur **Realisierung von Gleichstellung von Frauen und Männern**, die ja im Grundgesetz formuliert ist: „Männer und Frauen sind gleichberechtigt.“ (GG Artikel 3, Abs. 2).

Und damit ist Gendern ein Instrument zur Durchführung oder Unterstützung dieser Bemühungen.

Gendergerechte Sprache schafft **Eindeutigkeit**, so dass aus dem jeweiligen Text klar hervorgeht, wer genau gemeint ist. Zudem sorgt sie dafür, dass sie alle Geschlechter adäquat **repräsentiert** und sich alle angesprochen fühlen. Nicht zuletzt ist sie ein Mittel der **Anti-Diskriminierung**.

Zweigeschlechtlichkeit und dritte Option „divers“

In erster Linie muss gendergerechte Sprache die Berücksichtigung von **zwei Geschlechtern** (Männer und Frauen) sicherstellen. Diese Zweiteilung strukturiert das gesamte gesellschaftliche und individuelle Leben und stellt ein Grundmuster der mentalen und sozialen Organisation im globalen Kontext dar.

Um unsere bunte und vielfältige Gesellschaft noch besser in unserer Sprache abzubilden, reicht jedoch die Unterteilung in zwei Geschlechter nicht mehr aus. Im Dezember 2018 wurde im Deutschen Bundestag ein Gesetz verabschiedet, das zusätzlich eine dritte Option („**divers**“) als Eintrag im Geburtenregister zulässt. Damit sollen auch andere Geschlechtsidentitäten sichtbar gemacht werden, die bislang ein Schattendasein führen mussten. Die **Bundesvereinigung Trans** (<https://www.bundesverband-trans.de>) kritisiert jedoch, dass nur für Personen, die mit einer ärztlichen Bescheinigung nachweisen können, dass eine „Variante der Geschlechtsentwicklung“ vorliegt, diese Option gegeben ist. Innerhalb der ersten 2 Jahre wurde diese Möglichkeit 394 Mal genutzt. In Deutschland sollen laut Schätzungen der Deutschen Gesellschaft für Transidentität und Intersexualität e.V. **0,2 % der Bevölkerung intersexuell** sein. Man unterscheidet zwischen **agender** (Menschen fühlen sich geschlechtslos), **bigender**

(Menschen identifizieren sich mit zwei Geschlechtern) oder **genderfluid** (die Geschlechtsidentität ist veränderlich je nach Situation oder Lebensalter).

Wie kann man in der Geschäftskorrespondenz Intersexuelle korrekt ansprechen? Dazu gibt es bislang keine Empfehlungen des **Rats der deutschen Rechtschreibung** (<https://www.rechtschreibrat.com>), man solle „die Entwicklung beobachten“. Die Bundesvereinigung Trans rät hierzu, am besten nachzufragen, was sich die angesprochene Person wünscht (Ansprache als Mann/Frau oder eine geschlechtsneutrale Ansprache mit vollständigem Namen „*Guten Tag Vorname Nachname*“).

In Stellenausschreibungen z.B. begegnet uns mittlerweile auch die dritte Option: m/w/d oder m/w/x (männlich, weiblich, divers). Auch in der Politik werden verschiedene Lebensrealitäten zunehmend sichtbar: Die LGTBTI+ Community wird mittlerweile auch im Europäischen Parlament durch den Sonderbotschafter Riccardo Simonetti vertreten. Tessa Ganserer ist die erste Bundestagsabgeordnete, die sich als trans* geoutet hat.

Das generische Maskulinum

Das generische Maskulinum ist eines der Hauptstreitpunkte in den Debatten um geschlechtergerechte Sprache seit den 1970er Jahren. Betroffen sind Personenbezeichnungen, die eine Ableitung femininer Formen mit -in bilden. Dies sind beschreibende Bezeichnungen bzw. Rollenbezeichnungen wie Bürger/Bürgerin, Kunde/Kundin, Student/Studentin. In der Tradition des generischen Maskulinum wird die Bezeichnung für männliche Personen als korrekter sprachlicher Ausdruck für **gemischte Gruppen** angesehen. Weibliche Personen gelten dann als „mitgemeint“.

Beispiel: *In den Kitas fehlen Erzieher.*

Wir können uns nicht sicher sein, ob hier tatsächlich nur Männer oder auch Frauen gemeint sind.

Damit verstößt das generische Maskulinum gegen das grundlegende Kommunikationsprinzip der gewünschten **Klarheit und Vermeidung von Mehrdeutigkeit**. Zudem führt dieser Sprachgebrauch zu einer Benachteiligung von Frauen, denn diese werden leider dadurch nicht nur nicht genannt, sondern ebenso nicht mitbedacht.

In verschiedenen Studien wurde gezeigt, dass die männliche Form eines Wortes auch eher ein männliches Bild im Kopf auslöst. Schreiben wir beispielsweise von „Entwicklern“, werden die meisten also auch einen Mann vor dem inneren Auge haben. Eine Sprache, die beide Geschlechter berücksichtigt, beschwört hingegen weibliche und männliche Bilder herauf. Vervecken und Hannover (2015) kommen in ihrer Studie sogar zu dem Ergebnis, dass wenn typisch männliche Berufe in einer geschlechtergerechten Sprache dargestellt werden, Kinder diese als erreichbarer einschätzen und sich selbst zutrauen, diesen zu ergreifen.

Die Neujahrsansprache 2019 der Bundeskanzlerin Angela Merkel mit „Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger“ ist ein positives Beispiel gendergerechter Ansprache. Fußnoten wie „Frauen sind mitgemeint“ sind längst überholt.

Strategien des geschlechtergerechten Formulierens

Hier werden Möglichkeiten aufgezeigt, Wendungen im generischen Maskulinum durch gendergerechte Formulierungen zu ersetzen. Man unterscheidet zwischen der Strategie des Sichtbarmachens oder Neutralisierens.

A. Sichtbarmachen:

Beidnennung:

- + feminine und maskuline Form werden genannt: z.B: Kolleginnen und Kollegen, Kundin und Kunde, Absenderin und Absender, Entwicklerin und Entwickler
- + üblich in der persönlichen Anrede, so dass sich alle individuell angesprochen fühlen
- + Nachteil: es entstehen längere Formulierungen (mehr Platzbedarf)
- + Vorteil: es ist die eleganteste und höflichste Form

Verkürzte Formen: Bipolar

Binnen-I: MitarbeiterIn

- + seit 1980er Jahre bekannt, wird zunehmend durch Genderstern ersetzt
- + Kritik: zu großer Fokus auf die weibliche Form

Klammern: Mitarbeiter(in)

- + Kritik: weckt Eindruck, dass weibliche Form zweitrangig ist

Schrägstrich: Mitarbeiter/-in



Inkl. Drittes Geschlecht:

Genderstern, Gender_Gap, Doppelpunkt: Mitarbeiter*in, Mitarbeiter_in, Mitarbeiter:in

- + Einbezug von Transsexuellen, Transgender und intersexuelle Personen
- + im Gesprochenen wird hier eine Pause eingefügt oder beide Formen genannt
- + derzeit wird der Genderstern am häufigsten genutzt als Symbol der Vielfalt und Offenheit

B. Neutralisieren:

Hiermit ist die genderneutrale Sprache gemeint. So lassen sich viele geschlechtliche Wörter durch geschlechtsneutrale ersetzen. Die Funktion der „Bürger“ zum Beispiel erfüllen häufig auch geschlechtsneutrale Begriffe wie „die Menschen“ oder „die Nation“, am besten kombiniert mit einem Verb oder Adjektiv: aus „Ich bin Projektmanagerin“ wird „ich koordiniere Projekte“ aus „Entwickler“ wird „die Person, die die Software entwickelt“.

- + Geschlecht unsichtbar machen
- + Pluralformen (Interessierte)
- + Verben (Mitarbeitende)
- + geschlechtsneutrale Ausdrücke (Fachkraft statt Experte, Kundschaft statt Kunde)

Wir sind hier angehalten, eigene Ideen auszuprobieren:

Besser nicht

- Expertenwissen
- Teilnehmergebühr
- Kunde
- anwenderbezogen
- benutzerfreundlich
- leserfreundlich
- Angestellter/Mitarbeiter

Stattdessen mal so

- Fachwissen
- Teilnahmegebühr
- Kundschaft
- praxisbezogen
- benutzungsfreundlich
- lesefreundlich
- Teammitglied/Personal/Firmenangehörige

Das Gender-Rezept bietet Hilfestellung für die Praxis:

<p>Sei neutral</p> <p>Verwende Formulierung, die alle wirklich benennen. “Die Teilnehmenden” (Geschlechterneutrale Pluralbildung)</p>	<p>Bleib bei der Sache</p> <p>Nenne die Tätigkeit und nicht die Person, die etwas tut. “Die Leitung” (Institutionsbeschreibungen)</p>	<p>Umschreib’s</p> <p>Für Menschen, die sich vegan ernähren...</p>
<p>Sei konkret</p> <p>Wenn das Geschlecht bekannt ist, passt der Text.</p>	<p>Kenn das Ziel</p> <p>Nutze Genderzeichen wenn für die Menschen passt, die du erreichen willst.</p>	<p>Bleib locker</p> <p>Halte dich nicht verkrampft an Regeln, um gerecht zu gendern. Eine Wahl aus neutralen Formen und Genderzeichen bleiben gut lesbar.</p>

An dieser Stelle auch die Empfehlung für das Gender-Wörterbuch, welches im Alltag helfen kann:

<https://geschicktgendern.de>

Hürden beim Gendern

Manchmal sind geschlechtergerechte Formulierungen schwer umzusetzen, besonders im Singular wegen der **verschiedenen Artikel, Adjektive, Pronomen:**

- + *Jede Mitarbeiterin, **die** in den Urlaub geht, muss **ihre** Übergabe vorbereiten.*
- + *Jeder Mitarbeiter, **der** in den Urlaub geht, muss **seine** Übergabe vorbereiten.*

Eine Verkürzung würde nicht vertretbar sein:

- + *Jede/-r Mitarbeiter/-in, **der/die** in den Urlaub geht, muss **seine/ihre** Übergabe vorbereiten.*

Ausweg: Prüfen, ob in den **Plural** übergegangen werden kann, denn dort stimmen die Artikel und Pronomen meist überein:

- + *Alle Mitarbeiter/-innen, **die** in den Urlaub gehen, **müssen ihre** Übergabe vorbereiten.*

Die **ausgeschriebene** Version, wäre dann auch nicht viel länger und ist stets zu bevorzugen:

- + *Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, **die** in den Urlaub gehen, **müssen ihre** Übergabe vorbereiten.*

Beim Gebrauch des Gendersterns muss auch das begleitende **Adjektiv** entsprechend behandelt werden oder eben wenn möglich Beidnennung, da orthografisch korrekt:

- + *Studentische*r Mitarbeiter*in*
besser: *studentische Mitarbeiterin oder studentischer Mitarbeiter*

Gendern und SEO

Auch online dominieren die Inhalte in ihrer maskulinen Form. Männliche Wörter sind bei Google im Ranking weiter oben, als ihre weiblichen Pendanten. Die SEO-Expert*innen und Texter*innen sowie Online Redaktionen stehen gezwungenermaßen vor der Entscheidung, ob sie sich den

aktuellen Sprachentwicklungen anpassen oder doch nur auf die männlichen Begrifflichkeiten optimieren, da diese ein erhöhtes Suchvolumen haben und auch mehr indexierte Seiten anzeigen.

Ergebnisse am Beispiel Grafiker vs. Grafikerin:



Wer Grafikerin sucht bekommt auch nur weibliche Anbieterinnen vorgeschlagen. Also alles gut? Nicht ganz. Wer einen Grafiker oder Grafikerin sucht, wird nämlich höchstwahrscheinlich aktuell im Suchfeld das generische Maskulinum Grafiker eingeben und dort werden leider keine Grafikerinnen gelistet.

Gendersymbole erkennt Google aktuell nur schwer und liefert unzuverlässige Ergebnisse. Man kann davon ausgehen, dass aktuell bei der Eingabe von "Grafiker*in" Google das Sternchen mit einem Leerzeichen ersetzt und nach zwei Begriffen sucht: Grafiker und in.



Der Algorithmus lernt zwar in Abhängigkeit der getätigten Suchen, aber eben auch nur langsam. Wer sicher gehen will hohe Rankings zu haben und gleichzeitig zu Gendern,

weicht aktuell auf genderneutrale Wörter aus, wo es denn möglich ist.

In der Praxis bei Vast Forward

Im Herbst 2021 haben wir sämtliche Formulare, Verträge, die Website, Social Media Kommunikation sowie die Geschäftskorrespondenz auf gendergerechte Sprache hin geprüft und angepasst. Da unsere Geschäftssprache überwiegend digitaler Natur ist und es um konkrete Sachverhalte geht und weniger um Personen, gibt es im daily-business nur wenige Gender-Stolpersteine.

Konkret haben wir maskuline Bezeichnungen (wie Kunde, Mitarbeiter) um die weibliche Form ergänzt (Kundin, Mitarbeiterin) oder aber durch neutrale Bezeichnungen (Kundschaft, Personal/Team) ersetzt. Um das dritte Geschlecht ebenso abzubilden wählen wir die derzeit häufigste Form, den Genderstern.

Zudem haben wir die Angebotseinheit angepasst: was zuvor ganz selbstverständlich „Manntage“ (MT) waren, sind nun genderneutral „Personentage“ (PT) geworden.

Dadurch dass alle Mitarbeiterinnen hinsichtlich der Thematik sensibilisiert werden (im Rahmen eines Lunch & Learn), hätte das Team auch das Know-How, Textinhalte aller Produktionen auf gendergerechte Sprache zu prüfen. Würden hier Textinhalte auftauchen, die gar nicht mehr vertretbar sind, können diese intern im Team besprochen und ggf. der Kunde dahingehend informiert werden.

Konsolidierung der Ergebnisse und Ausblick

In der kommunikativen Praxis werden im Moment sehr vielfältige Varianten des gendergerechten Formulierens angewendet. Neben traditionellen Optionen finden sich auch unkonventionelle und noch nicht legitimierte Lösungen. Wir befinden uns in einer Situation des sprachlichen Wandels, der gesellschaftlichen Wandel abbildet.

Wir nehmen uns als Organisation in diesem Status quo der Aufgabe an, zumindest eine entsprechende Absicht zum Gendern erkennen zu lassen und werden die gesellschaftlichen Entwicklungen diesbezüglich beobachten und entsprechend in unserer Unternehmenspraxis anpassen.