

AUF DEM WEG ZU EINER GENDERGERECHTEN SPRACHE



Texte zu gendern, ist längst kein Nischenthema mehr. Für viele Medien und Institutionen stellt sich nicht mehr die Frage, ob geschlechtssensibel formuliert werden soll, sondern wie. Denn die Möglichkeiten und Lösungsansätze sind vielfältig. Auch die TMBW hat sich auf den Weg zu einer geschlechtergerechten Sprache gemacht. Sie folgt dabei einem Ansatz, der ohne Genderstern und Co. auskommt.

Als kürzlich der traditionsreiche Dudenverlag bestätigte, dass in der Online-Ausgabe von Deutschlands bekanntestem Wörterbuch künftig gendert werden soll, kochten die Emotionen noch einmal hoch. Schließlich wird die Debatte um Sprache und Gender seit Jahren kontrovers geführt. Dabei setzt sich immer mehr die Erkenntnis durch, dass die ausschließliche Nutzung des generischen Maskulinums – also der männlichen Form als sprachlichem Standard – mit einer diskriminierungsfreien Sprache nicht zu vereinbaren sei. Wer regelmäßig den Deutschlandfunk hört oder abends Claus Kleber im »heute-journal« zusieht, hat sich in-

zwischen daran gewöhnt, dass selbst in der gesprochenen Sprache gendert wird. Dort ist immer häufiger von Hörer*innen oder Zuschauer*innen die Rede, der Genderstern als Mini-Pause mitgesprochen. Gerade der Genderstern ist es aber, der sich zum Zankapfel der Debatte entwickelt hat. Vor allem in der Schriftsprache tun sich viele weiterhin schwer mit den unterschiedlichen Schreibweisen, die neben dem männlichen und weiblichen Geschlecht auch weitere geschlechtliche Identitäten einschließen sollen. Entsprechend sind sie in den allermeisten Schriftmedien bislang eher die Ausnahme. Was aber nicht heißt, dass diese Medien auf eine geschlechtssensible Sprache ausdrücklich verzichten (siehe unten). Der Dudenverlag rechtfertigte seine Entscheidung damit, dass man sich am allgemeinen Sprachgebrauch orientiere. Das generische Maskulinum werde immer häufiger als nicht mehr zeitgemäß empfunden. Inzwischen finden die Leserinnen und Leser des Online-Dudens daher nicht nur den Eintrag »Arzt«, sondern auch die »Ärztin«. Neben rund 12.000 weiteren Personen- und Berufsbezeichnungen.

Sprache im Wandel

»Sprache unterliegt einem ständigen Wandel, das ist seit Jahrhunderten so und davon ist auch die Reisebranche nicht ausgenommen«, betont Andreas Braun, Geschäftsführer der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW). »Wir sprechen in unserer Kommunikation selbstverständlich alle Geschlechter an und möchten das künftig auch in unserer Sprache berücksichtigen.« Daher habe sich die TMBW mit Beginn des neuen Jahres auf den Weg gemacht, eine gendergerechte Sprache in der gesamten Unternehmenskommunikation zu etablieren.

Für alle Textgattungen des Unternehmens eine passende und geschlechtssensible Sprachregelung zu entwickeln, ist eine komplexe Herausforderung. »Unsere Zielsetzung war schnell definiert, der passende Weg musste aber erst gefunden werden«, sagt Martin Knauer, der bei der TMBW die Stabsstelle Kommunikation & Koordination leitet. Beiträge auf der Webseite folgen anderen Regeln als Pressemitteilungen oder gar Social-Media-Texte. So seien Genderstern, Binnen-I oder Gendergap etwa in Presstexten nicht zielführend, weil die Mehrheit der Schriftmedien auf diese weiterhin verzichtet. Außerdem griffen diese am stärksten in Schriftbild und Lesefluss ein.

Jenseits von Genderstern und Co. gibt es jedoch längst andere Möglichkeiten, eine geschlechtergerechte Sprache umzusetzen. Die TMBW hat sich daher entschieden, dem Ansatz der »genderleichten« Sprache zu folgen. Das Prinzip wurde vom Journalistinnenbund entwickelt und setzt weniger auf starre Regeln als auf einen kreativen Umgang mit Sprache. »Mit der genderleichten Sprache haben wir uns sicherlich nicht für die einfachste Lösung entschieden, mit ihr kommt einiges an Textarbeit auf uns zu«, so Knauer. »Sie ist aus unserer Sicht aber der beste Weg, um Gendergerechtigkeit und Lesbarkeit in Einklang zu bringen.«

Die Grundprinzipien der genderleichten Sprache

Hinter dem Projekt »Genderleicht« stehen Medienschaffende, die sich für mehr Gendersensibilität im Journalismus engagieren. Sie setzen dabei nicht auf konkrete Vorschriften, sondern auf gleichermaßen praxistaugliche und sprachlich elegante Lösungen. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass auch ohne Wortzusätze wie Binnen-I, Stern oder Unterstrich, die der deutschen Grammatik fremd seien, geschlechtergerechte Sprache funktionieren kann. »Mit einer Prise Kreativität funktioniert das in sachlichen Texten ganz

VORSCHLÄGE FÜR GESCHLECHTSNEUTRALE BEGRIFFE IM TOURISMUS

- Anbieter → Anbietende
- Backpacker → Rucksackreisende
- Besucher → Besuchende, Gäste, Publikum
- Besuchermagnet → Publikumsmagnet, Besuchsmagnet
- Destinationsmanager → Destinationsmanagement
- Frühbucher → Schnellentschlossene
- Feinschmecker/Genießer → Genussmenschen
- Gastgeber → Gastgebende
- Interessent(en) → Interessierte, Neugierige
- Produzent(en) → Produzierende, Produktionsteams
- Radfahrer → Radfahrende
- Reiseführer/Reiseleiter → Reiseleitung
- Reiseveranstalter → Reiseveranstaltende
- Stadtführer → Guides
- Selbstversorger → Reisende mit Selbstversorgung
- Touristen, Urlauber → Reisende, Gäste
- Touristiker → Tourismus-Verantwortliche
- Tourismusexperte → Tourismusfachkraft
- Touristische Leistungsträger → Touristische Unternehmen
- Wanderer → Wandernde

TIPP:

Kostenloses digitales Gender-Wörterbuch, das die Suche nach geschlechtsneutralen Begriffen erleichtert:

geschichtgendern.de

gut«, schreiben dazu die Autorinnen von »Genderleicht« auf der gleichnamigen Webseite. Ganz ohne Kreativität und sprachliche Flexibilität kommt dieser Lösungsansatz nicht aus. Ein paar einfache Grundsätze können aber dabei helfen, Texte auch ohne Eingriffe in die deutsche Grammatik relativ einfach zu gendern.

Nennung beider Geschlechter

»Keine Scheu vor Doppelnennungen«, lautet eine der wichtigsten Empfehlungen von »Genderleicht«. Wer am Beginn eines Textes die männliche und weibliche Form benutzt, muss dies nicht über die gesamte Länge des Textes beibehalten. Auch ständige Doppelnennungen können schließlich den Lesefluss stören. Wird hingegen eine bestimmte Person beschrieben, deren Geschlecht



bekannt ist, soll die entsprechende Form verwendet werden. »Seien Sie konkret«, lautet hier die entsprechende Empfehlung.

Bei vielen Medien ist dies inzwischen gängige Praxis oder wird zumindest angestrebt. Exemplarisch hierfür stehen die »Spiegel-Standards«, in denen sich das Hamburger Nachrichtenmagazin 2020 eigene Regeln auferlegt hat. Darin formuliert die Redaktion nicht nur den Anspruch, sprachlich beide Geschlechter abzubil-

den. Als zentralen Ansatz beschreibt sie die Nennung beider Geschlechter: »Zum Beispiel, indem bei der ersten Nennung oder am Anfang eines Textes sowohl die männliche als auch die weibliche Form benutzt wird (...). Nach Möglichkeit sollten beide Varianten auch im Laufe des Textes oder Beitrags vorkommen.«

Verwendung geschlechtsneutraler Begriffe

Auf eine »rein männliche Formulierung« will man beim Spiegel außerdem zugunsten einer geschlechtsneutralen Variante verzichten. Auch dies entspricht dem Lösungsansatz der genderleichten Sprache. Geschlechtsneutrale Oberbegriffe sollen dabei bevorzugt zum Einsatz kommen. Wer über Mitarbeiter schreiben möchte, kann sie auch Beschäftigte nennen. Expertinnen und Spezialisten lassen sich neutraler als Fachkräfte bezeichnen. Zuhörer oder Leserinnen können als Publikum zusammengefasst werden. Eine kleine Auswahl wichtiger touristischer Begriffe samt ihrer geschlechtsneutralen Alternativen zeigt der Infokasten auf Seite 37. Was in der Theorie einfach klingt, kann sich in der Schreibpraxis als durchaus knifflig erweisen. Nicht immer lassen sich geschlechtsneutrale Begriffe finden, nicht in jedem Fall klingen sie auch elegant. Hier gilt es im Einzelfall abzuwägen. Manchmal kann es helfen, in einem Gender-Wörterbuch nachzuschlagen (siehe ebenfalls Kasten auf Seite 37). Und letztlich ist auch hier ein kreativer Umgang mit Sprache gefordert. Eine Ausnahme bilden hingegen Eigennamen, die in aller Regel nicht verändert werden sollten. Touristische Beispiele aus Baden-Württemberg sind etwa die Biosphärenparkgeber oder die Heckengäuköche. Hier bietet sich die weibliche Form allenfalls dann an, wenn im

LITERATUR-TIPPS

Im Dudenverlag sind zwei Handbücher zu den Themen Gendern und geschlechtergerechte Sprache erschienen.



Zum Einstieg:
Gabriele Diewald und Anja Steinhauer: Richtig gendern. Wie Sie angemessen und verständlich schreiben, Berlin (Dudenverlag) 2017, 120 Seiten, 12 € (ISBN: 978-3-411-74357-5)



Zur Vertiefung:
Gabriele Diewald und Anja Steinhauer: Handbuch geschlechtergerechte Sprache. Wie Sie angemessen und verständlich gendern, Berlin (Dudenverlag) 2020, 256 Seiten, 22 € (ISBN: 978-3-411-74517-3)

Text eine konkrete Gastgeberin oder Köchin beschrieben wird. Als Oberbegriff wird der Eigenname dagegen beibehalten.

Partizipien anstelle von Personenbezeichnungen

Eine weitere Möglichkeit, die weibliche oder männliche Form zu vermeiden, sind Partizip-Konstruktionen. Studenten als Studierende anzusprechen oder Professorinnen als Lehrende, ist längst gängige Praxis. Die Beispiele zeigen, wie schnell sich der Einsatz von Partizipien durchsetzen kann. Als die neuen Begriffe an den Hochschulen eingeführt wurden, kamen sie vielen noch befremdlich vor. Heute gelten sie als sprachlicher Standard.

Auch im Tourismus muss die Partizipien-Welt nicht gänzlich neu erfunden werden. Touristen werden schon länger bevorzugt als Reisende bezeichnet. Nicht nur wegen der geschlechtlichen Neutralität. Auch weil es besser klingt, Touristen sind ja bekanntlich immer die anderen. Besucher als Besuchende zu bezeichnen, wird vermutlich kaum Irritationen auslösen. Radfahrende und Wandernde klingen hingegen noch etwas fremd. Ob auch sie zur Gewohnheit werden, muss sich erst noch erweisen.

Relativsätze statt Personalisierung

Dabei bietet die deutsche Sprache viele weitere Möglichkeiten, Personalisierungen zu umgehen. Wer weder von Wandernden noch von Wanderinnen und Wanderern schreiben möchte, kann diese auch als Gäste, die gerne wandern, benennen. »Wer gerne wandert, findet bei uns zertifizierte Wege« sagt das gleiche aus wie »Wanderer finden bei uns zertifizierte Wege«, nur eben gendergerecht formuliert.

Auch wer den manchmal etwas sperrigen Begriff Touristiker umgehen möchte und die neutrale Alternative Tourismus-Verantwortliche ebenfalls unpassend findet, kann sich mit Relativsätzen behelfen: »Alle, die im Tourismus beschäftigt sind« oder »Fachleute, die in der Reisebranche arbeiten«, hier sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt.

Durchbrechen von Rollenklischees

Mit etwas Fantasie lassen sich beim genderleichten Formulieren auch tradierte Rollenklischees hinterfragen und durchbrechen. Ein Klassiker der sprachlichen Diskriminierung sind die Chefärzte und Krankenschwestern. Wer gendergerecht formulieren und vielleicht noch ein Augenzwinkern einsetzen möchte, schreibt lieber von Chefärztinnen und Pflegern. Die »Genderleicht«-Autorinnen beschreiben das Prinzip als Doppelnennung mit Überraschungseffekt.

Auf die Reisebranche übertragen, eröffnen sich hier viele Einsatzmöglichkeiten. Hoteldirektorinnen und Gastronomen, Reiseleiterinnen und Gästeführer, Winzerinnen und Bierbrauer, die Reihe ließe sich endlos

fortführen. Wer diesen Text aufmerksam liest, wird diesen Baustein des Genderns an der einen oder anderen Stelle entdecken.

Die sprachlichen Möglichkeiten des Genderns ohne Genderstern sind vielfältig und wer in die Methode tiefer einsteigen möchte, findet im Internet umfangreiche Ratschläge. Entscheidend ist, dass der »Genderleicht«-Ansatz eine Vielzahl an Bausteinen anbietet, die beim Schreiben helfen können. Nicht für jeden Text und für alle Schreibenden sind die gleichen Bausteine geeignet. So lässt sich beim Texten ein gewisses Maß an Freiheit bewahren. Und ganz wichtig: Bei einer entsprechenden Zielgruppe kann auch mal der Einsatz des Gendersterns sinnvoll und angebracht sein. Die Methode ist vor allem eines nicht: dogmatisch festgelegt.

Wandel bei der internen Kommunikation

Ausgangs- und Schwerpunkt aller Überlegungen der TMBW zur geschlechtergerechten Sprache ist die externe Kommunikation. Im Fokus stehen entsprechend Texte für die Webseite, für Broschüren oder Pressemitteilungen, die künftig gendersensibel verfasst werden sollen. »Das heißt nicht, dass nun alle bestehenden Texte überarbeitet werden müssen«, so Martin Knauer, »wir gehen diesen Prozess behutsam und Schritt für Schritt an.«

Gleichwohl soll die Umsetzung vom gesamten Unternehmen gelebt und verinnerlicht werden. Daher wirkt sich der angestrebte Weg auch auf die interne Kommunikation aus. »Wir werden sicherlich keine Sprachpolizei einführen, die in E-Mails oder internen Texten jeden Satz auf den Kopf stellt, das wäre völlig kontraproduktiv«, so TMBW-Chef Andreas Braun. »Aber wir streben auch hier an, nach und nach geschlechtergerecht zu formulieren.« Mit Begriffen wie dem »Mitarbeitendengespräch« soll daher auch in der internen Kommunikation sensibilisiert und ein Bewusstsein für das Thema geschaffen werden.

INFORMATIONEN

Der von der TMBW angestrebte Ansatz einer gendergerechten Sprache folgt den Prinzipien des Projekts »Genderleicht«, das vom Journalistinnenbund initiiert und vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert wurde:

genderleicht.de

Ein sehr informatives Themendossier »Gender« hat das Magazin »Pressesprecher« zusammengestellt:

pressesprecher.com/dossier/gender