

In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Tinka Beller

Gendergerechte Sprache

GABAL

Tinka Beller

30 Minuten

Gendergerechte Sprache

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Foto der Autorin: Stefan Bungert, Hamburg
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2019 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit
schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle
Angaben ohne Gewähr. Weder die Autorin noch der Verlag können
für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch
gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86936-917-4

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- *Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.*
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Gleichberechtigung und Sprache – wie hängt dies zusammen?	9
Hegemoniale Männlichkeit und ihre Folgen	10
Berufe und Gender	18
Die Wirkung der Medien und Stereotype	30
Gendergerechtigkeit in der Erziehung	35
2. Diskriminierung durch Sprache	41
Mittelbare und unmittelbare Diskriminierung	42
Auf der Suche nach angemessenen Begriffen	45
Wie viel Gender verträgt der Sprachgebrauch?	51
3. Gendergerechte Sprache in der Praxis	55
Warum das generische Maskulinum keine Lösung ist	56
Alternativen zum generischen Maskulinum	65
Besondere Herausforderungen und Tipps	73
Gendergerechte Sprache – Pro und Kontra	79

Fast Reader	89
Die Autorin	93
Weiterführende Literatur	94
Register	96

Vorwort

„Jeder isst, so viel er kann, nur nicht seinen Nebenmann!“ Dieser Reim ist in vielen Kindertagesstätten der Höhepunkt vor dem gemeinsamen Essen. Mir gefällt der zweite Teil besonders gut: „Und nimmt man es ganz genau, auch nicht seine Nebenfrau!“ Denn so sichtbar wie in diesem Vers sind Mädchen bzw. Frauen längst nicht in allen Bereichen.

„In diesem Text wird der Einfachheit bzw. besseren Lesbarkeit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.“ Noch immer ist diese oder eine ähnliche Anmerkung, die sogenannte Legaldefinition, vielen Texten vorangestellt. Was hier übersehen wird: Gleichberechtigung findet auf allen Ebenen statt. Gesprochene und geschriebene Sprache bilden die Realität ab. Tatsächliche Gleichberechtigung erfordert also eine Sichtbarkeit beider Geschlechter.*

Die (fast) ausschließliche Verwendung der männlichen Form – das sogenannte generische Maskulinum – ist auch heute noch die Norm. Fast 50 Prozent der Bevöl-

* 2017 wurde ein neues Gesetz zur Feststellung des Personenstands verabschiedet. Neben der bisher zwingend erforderlichen Einordnung des Geschlechts in „männlich“ oder „weiblich“ gibt es seitdem die Möglichkeit, ein sogenanntes „drittes Geschlecht“ zu wählen. Im Folgenden beschränke ich mich hauptsächlich auf die Kategorien „männlich/weiblich“, da die Komplexität der Thematik der Berücksichtigung weiterer Geschlechter den Rahmen dieses Buchs übersteigen würde.

kerung sind nur „mitgemeint“. Sprache bedeutet Macht. Und durch Sprache entstehen Bilder. Welche Bilder entstehen, solange in den Medien von „Ärzten und Krankenschwestern“, „Polizisten im Einsatz“ oder „Piloten und Flugbegleiterinnen“ berichtet wird? Welche Möglichkeiten gibt es, sowohl verbal als auch schriftlich Männer und Frauen anzusprechen, ohne eine Hierarchie bzw. Wertung zu vermitteln? Gibt es Alternativen zu der Schreibweise „Leserinnen und Leser“?

Dieses Buch dient als Hilfestellung für den Erstkontakt mit dem Thema gendergerechte Sprache. Es soll ein Bewusstsein für die Problematik schaffen – aber keine sprachwissenschaftliche Analyse darstellen. Durch die momentan begrenzten Möglichkeiten der deutschen Sprache kann das dritte Geschlecht noch nicht vollständig und angemessen in den Sprachgebrauch integriert werden. Daher bezieht sich dieses Buch auf die Implementierung gendergerechter Sprache im Hinblick auf die Gleichstellung von Männern und Frauen. Als Frau formuliere ich persönliche Erlebnisse aus meiner, das heißt weiblicher Sicht. Selbstverständlich sind männliche Leser stets mitangesprochen!

Tinka Beller



30 MINUTEN

**Was bedeutet hegemoniale
Männlichkeit?**

Seite 10

**Wie unterscheiden sich
„Männerberufe“ und
„Frauenberufe“?**

Seite 18

**Geht Erziehung auch ganz ohne
Gender?**

Seite 35

1. Gleichberechtigung und Sprache – wie hängt dies zusammen?

Für den jetzigen Stand der Gleichberechtigung war die sogenannte „erste Frauenbewegung“ unverzichtbar. Errungenschaften wie zum Beispiel das Wahlrecht für Frauen sind weder von allein entstanden noch kamen Männer auf die Idee, dass sich da etwas ändern müsste. Frauen sind für diese Rechte, teilweise gegen große Widerstände, aktiv geworden und haben sich letztlich durchgesetzt.

Welchen Einfluss Sprache auf Wahrnehmung hat, lässt sich in diesem Zusammenhang gut am Wahlrecht der Schweiz erkennen: Erst 1971, also vor weniger als 50 Jahren, wurde es Frauen dort ermöglicht, zu wählen. Begründet wurde die Ablehnung des Frauenwahlrechts bis dahin mit folgender Formulierung in der Verfassung: „Stimmberechtigt ist jeder Schweizer, der das zwanzigste Altersjahr zurückgelegt hat (...)“. Demnach war es nur folgerichtig und konsequent, dass nur „Schweizer“ wählen durften, aber keine „Schweizerinnen“. Schon hier ist die **Relevanz gendergerechter Sprache** abzusehen.

1.1 Hegemoniale Männlichkeit und ihre Folgen

Für die jüngere Generation, das heißt für all diejenigen, die mit „Selbstverständlichkeiten“ aufgewachsen sind wie dem Frauenwahlrecht oder der Tatsache, dass Frauen autonom ein Bankkonto eröffnen oder einen Arbeitsvertrag unterzeichnen dürfen (ohne die bis 1977 in Deutschland nötige Unterschrift des Ehemannes), mag sich der Wunsch nach einer gleichberechtigten Sprache „gestrig“ oder „total übertrieben“ anhören. Vielleicht hilft hier ein Blick auf die Realität: **Frauen sind – auch in Deutschland – noch weit davon entfernt, Männern gegenüber gleichberechtigt zu sein.**

Gleichberechtigung bezieht sich definitiv auf mehr Bereiche als nur auf die Themen Berufstätigkeit und Gehalt. Doch gerade hier gibt es besonders viel Handlungsbedarf. Das macht eine Studie der AllBright Stiftung, die sich für mehr Diversität einsetzt, deutlich: Demnach gab es 2017 in deutschen Aufsichtsräten mehr Männer, die Thomas oder Michael heißen (49 Personen), als Frauen insgesamt (46 Personen). **Aufsichtsräte** waren zum Zeitpunkt der Studie **zu 93 Prozent männlich** und ähnelten sich auch im Hinblick auf das Alter (im Durchschnitt 53 Jahre), die Herkunft (Westdeutschland) und die Ausbildung (71 Prozent Wirtschaftswissenschaftler oder Ingenieure). Hier sind Frauen in keiner Weise präsent, weder optisch noch sprachlich.

Was ist hegemoniale Männlichkeit?

„Hegemonie“ bedeutet Vorherrschaft oder Überlegenheit, „hegemoniale Männlichkeit“ bezeichnet also die **Überlegenheit des Männlichen bzw. der Männer**. Hier geht es nicht darum, ob Männer tatsächlich das überlegene Geschlecht sind, sondern um die Tatsache, dass sie aktuell eine **dominante soziale Position** innehaben. Die hegemoniale Männlichkeit ist aktuell noch die Norm in der Gesellschaft.

Im Vergleich zu einem Hegemonen, hier der Gruppe der weißen, heterosexuellen Männer, werden „die anderen“ viel weniger wahrgenommen. Grundlegend sind hierfür die verschiedenen Formen der Privilegierung. In der patriarchalischen, hegemonial männlichen und eurozentrischen Welt ist die Gruppe weißer, heterosexueller Cis-Männer am meisten privilegiert. (Unter „Cis-Mann“ bzw. „Cis-Frau“ werden Personen verstanden, bei denen Geschlechtsidentität und Geschlecht qua Geburt übereinstimmen. Das Gegenteil wird als „Transgender“ bezeichnet.) Das bedeutet, dass diese Menschen aufgrund ihrer Hautfarbe, ihrer sexuellen Identität und Orientierung und ihres Geschlechts keine Diskriminierung erfahren. Letztlich lassen sich durch eine derartige Analyse **Machtstrukturen** aufzeigen, die durchbrochen werden sollen. Die Einflussmöglichkeiten von Personen, die (zum Beispiel) qua Geschlecht abweichen, sind durch die dominante soziale Position von Männern sehr gering. Vereinfacht dargestellt werden alle, die dem Bild nicht entsprechen, als untergeordnet wahrgenommen.

Das Gesetz der Sympathie

Diese Prozesse laufen häufig unbewusst ab. Das, was wenn überhaupt nur als diffuses Gefühl wahrgenommen wird, lässt sich mit dem „Gesetz der Sympathie“ erklären. Ein Beispiel:

Eine Führungskraft, die eine Stellenbesetzung vorzunehmen hat, wird – wie jede andere Person auch – sehr viele Entscheidungen treffen. Neben den „harten Fakten“, wie einer geforderten Qualifikation oder Berufserfahrung, spielen viele weitere Faktoren eine Rolle, die nicht logisch zu erklären sind. Wesentlich ist zum Beispiel, ob uns unser Gegenüber sympathisch ist. Diesen Personen vertrauen wir eher, wir halten sie für kompetent und zweifeln seltener an dem, was sie uns mitteilen.

Doch was trägt dazu bei, ob uns jemand sympathisch oder unsympathisch ist? **Ein wesentlicher Faktor für Sympathie ist Ähnlichkeit.** Jemand, der uns ähnlich ist, kann ja nicht so verkehrt sein, suggeriert uns unser Gehirn. Ähnlichkeit kann in vielen Details erkannt werden. Sprechen Sie dieselbe Sprache wie Ihr Gegenüber? Haben Sie einen ähnlichen Bildungsstand? Oder gleiche Interessen? Während einige dieser Details sich erst später erschließen, gibt es Ähnlichkeiten, die sich auf den sprichwörtlichen ersten Blick erkennen lassen: Ist Ihr Gegenüber männlich oder weiblich? Und schon haben Sie eine Menge, was Sie miteinander verbindet – oder auch nicht.

Das, was uns bekannt ist, erscheint uns sympathischer als Unbekanntes. Unbekanntes ist eher befremdlich

und wird eher als trennend wahrgenommen. So wird auch klar, warum es in bestimmten Positionen immer noch zu sogenannten „Reproduktionen“ kommt: Die Führungskraft, die eine neue Stelle besetzt, lässt – unbewusst – den Faktor Geschlecht als Sympthiemerkmal in ihre Bewertung einfließen. Das gleiche Geschlecht bedeutet viel Ähnlichkeit und damit einen Sympthievorsprung gegenüber „den anderen“, also (in den meisten Fällen) allen, die nicht männlich sind.

Wichtig ist es, zu verstehen, dass diese Prozesse nicht bewusst steuerbar sind, sondern sich im Unterbewusstsein abspielen. Assoziationen und Wahrnehmungen lassen sich nicht abschalten, das Gehirn funktioniert immer. Deswegen ist es notwendig, gendgerechte Begriffe bewusst zu verwenden, damit auch sie „normal“ werden und im Sprachgebrauch präsent sind. Dieser Prozess nimmt Zeit in Anspruch: Auch das Sprachzentrum im Gehirn präferiert Bekanntes.

Stand der Dinge: Sprache ist männlich

Das (generische) Maskulinum bzw. die Verwendung der männlichen Form in der Sprache ist aktuell die Norm (mehr zu dieser sprachlichen Problematik in Kap. 3.1). Das Weibliche ist die Abweichung von der Norm, das „Nicht-Normale“. Das bedeutet eine Asymmetrie im Sprachgebrauch. Alles, was männlich ist, ist präsenter, weil es häufiger erwähnt oder geschrieben wird. Alles, was weiblich ist, ist zunächst „anders“ und muss gegebenenfalls noch erläutert werden. Das ist

problematisch, weil das, was wir häufiger hören, sehen oder lesen, unsere Gedanken stärker prägt als das, was wir seltener hören oder seltener vor Augen haben.

Es gibt viele Beispiele für diese unterschiedliche Wahrnehmung von Männern und Frauen und die Art, wie sich diese auf sprachlicher Ebene niederschlägt. Führende Politikerinnen wie Angela Merkel oder Ursula von der Leyen wurden die ersten Jahre ihrer politischen Tätigkeit in Fernsehberichten und Reportagen beispielsweise explizit als „Frau Merkel“ bzw. „Frau von der Leyen“ tituiert. Der Ursprung dieser Formulierung war keineswegs Höflichkeit, wie man vielleicht vermuten könnte, sondern das Verdeutlichen ihres „Andersseins“. Niemand wäre auf die Idee gekommen, die jeweils männlichen Vorgänger als „Herr Kohl“ oder „Herr de Maizière“ zu bezeichnen. Falls den Namen etwas vorangestellt wurde, dann höchstens das jeweilige Amt, also „Kanzler Kohl“ oder „Verteidigungsminister de Maizière“, jedoch nie „Herr“ – dass es sich um Männer handelte, war einfach so selbstverständlich, dass es nicht extra erwähnt werden musste.

Eine „Mitgemeinte“ wehrt sich

Auch wenn das eben beschriebene Beispiel verdeutlicht, dass sogar Spitzenpolitikerinnen sprachlich anders behandelt werden, und die vorher genannten Zahlen, Daten und Fakten zeigen, dass Frauen generell in Führungspositionen unterrepräsentiert sind, ist die Wahrnehmung häufig eine andere. Besonders in der

Diskussion um Gleichstellung in der Sprache kommt häufig das Argument: „Frauen sind gleichberechtigt, das muss man nicht extra erwähnen!“ Auf den Vorwurf, dass gendersensible Sprache unverständlich und schwer lesbar sei, folgt fast reflexartig folgende Aussage: „Diesen ganzen Gender-Terrorismus braucht man gar nicht, weil Frauen natürlich mitgemeint sind!“ Wie so oft ist hier „gut gemeint“ das Gegenteil von „gut gemacht“, denn das generische Maskulinum bzw. das **„Mitmeinen“ ist definitiv keine Lösung**, um die Sichtbarkeit verschiedener Personengruppen zu erreichen (vgl. Kap. 3.1).

Gegen die Tatsache, „mitgemeint“ zu werden, setzte sich Marlies Krämer, eine Kundin der Sparkasse, zur Wehr. Mit ihrer **Klage im Jahr 2018** wollte sie erreichen, dass Banken ihre weibliche Kundschaft im Schriftverkehr als „Kontoinhaberin“ bzw. „Kundin“ ansprechen müssen.

Mit einem ähnlichen Ansinnen war Krämer Jahre zuvor bereits erfolgreich: Ihr bzw. ihrer Klage ist es zu verdanken, dass in den Wetterberichten die „Hochs“ nicht mehr ausschließlich männliche und die Tiefs nicht mehr ausschließlich weibliche Namen tragen. Die pragmatische Lösung: Es werden abwechselnd Frauen- bzw. Männernamen verwendet, es gibt das „Hoch Maria“ ebenso wie das „Tief Britta“ oder das „Hoch Giovanni“ und das „Tief Michael“. Bei großem Interesse kann so eine Wetterfront quasi „gekauft“ werden, wobei Hochs teurer sind als Tiefs.