

HOW TO

SPRECHEN SIE LGBT*IQ?

LEITFADEN FÜR
EINE GENDERINKLUSIVE
UND -GERECHTE
SPRACHE



*„Sprache ist nicht neutral,
nicht universal und nicht objektiv.
Sie bildet ab, was wir denken,
und sie formt bei ausreichender
Wiederholung unser Denken.“*

VANESSA VU

INHALT

GUTE GRÜNDE FÜR GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE.....	6
THEORETISCHER ÜBERBLICK: GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE.....	10
ANWENDUNG: GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE IM ECHTEN LEBEN.....	16
CHECKLISTE: AN ALLE(S) GEDACHT?	24
SHORT SUMMARY IN ENGLISH.....	26
LITERATURVERZEICHNIS	30
IMPRESSUM	31

DARUM GEHT ES

— Genderinklusives und -gerechtes Formulieren ist mittlerweile für viele eine zeitgemäße Art der Kommunikation. Spätestens seit dem Urteil des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) zur dritten Option vom 1. Januar 2019 ist dies für etliche Unternehmen selbstverständlich, führt aber dennoch zu manchen Herausforderungen.

— Mit dem vorliegenden Leitfaden wollen wir, die PROUT AT WORK-Foundation, Orientierungshilfen, praktische Tipps und Handlungsempfehlungen für die tägliche Kommunikation in Unternehmen zur Verfügung stellen. Neben Beispielen zur genderinklusiven und -gerechten Sprach- und Bildgestaltung finden Sie auch Argumente, Vorteile sowie Hinweise auf wissenschaftliche Studien.

— Inklusiv und gerecht ist für uns eine Kommunikation, die Unterschiedlichkeiten von Menschen und ihre Vielfalt in Wort und Bild sichtbar macht. Sie spiegelt die Lebensrealität aller Menschen wider und bietet gleichzeitig Identifikationsmöglichkeiten. Sie überwindet stereotype Rollenbilder und setzt sich aktiv gegen Ausgrenzung durch.

— Nach unserer Erfahrung fördert das aktive Nutzen genderinklusive und -gerechter Sprache die Akzeptanz der Vielfalt. Auch Studien zeigen, langfristig führt diese zu einem größeren Commitment und zu nachhaltigeren Leistungen Ihrer Mitarbeiter_innen.

GUTE GRÜNDE FÜR GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE

Das sprachliche Einschließen aller Menschen schafft völlig neue Möglichkeiten, Potentiale auszuschöpfen. So kreiert Sprache Chancen und formt letztendlich unsere Wirklichkeit.

SPRACHE BESTIMMT UNSER DENKEN UND BEWUSSTSEIN

Wird ausschließlich das generische Maskulinum (bspw. „ein Klient“) verwendet, führt das beim Gegenüber, unabhängig vom eigenen Geschlecht, konkret zu Gedanken an einen Mann. Das heißt: Häufig werden zwar alle Geschlechter mitgemeint, aber selten so verstanden. Die Welt wird und wirkt dadurch männlicher als sie ist.

Sprache prägt also unsere Wahrnehmung und schafft Realität. Werden etwa in Stellenanzeigen ausschließlich die männlichen oder weiblichen Bezeichnungen (bspw. Ingenieur bzw. Krankenschwester) genannt, sind diese Berufsfelder weniger attraktiv für andere Geschlechter.¹

Diesen Effekt fand man bereits bei Kindern: Durch genderinklusive und -gerechte Ausschreibungen wurden sonst „typisch männliche“ Berufe von allen Geschlechtern als erreichbarer eingeschätzt. Zudem steigerten sich so das berufliche Interesse und die Selbstwirksamkeitserwartung bei den Sechs- bis Zwölfjährigen.² Sie waren in diesem Fall also mehr davon überzeugt, auch schwierige Herausforderungen aus eigener Kraft bewältigen zu können.

ÜBEN LOHNT SICH. AUCH GEGEN WIDERSTÄNDE.

Vergegenwärtigen Sie sich, dass es keine Rechtfertigung gibt, einzelne Personengruppen auszublenden oder geringzuschätzen und somit zu diskriminieren. Sprachliche Abwertungen sind keine Kleinigkeit. Sie schaffen Realitäten. Und haben einen hohen Preis – für Individuen genauso wie für Unternehmen und die Gesellschaft. Inklusive und gerechte Sprache für alle Geschlechter bringt viele Vorteile und ist ein wichtiger Baustein auf dem Weg zu mehr Chancengleichheit.

1_ Gaucher, Friesen und Kay (2011); Stout und Dasgupta (2011); Weisgram, Bigler und Liben (2010)
2_ Vervecken und Hannover (2015); Vervecken, Hannover und Wolter (2013)



PROS & KONTRAS

DENKANSTÖSSE & HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Genderinklusive und -gerechte Sprache fördert aktiv die Gleichstellung aller Geschlechter und ist ein wesentlicher Faktor für ein diskriminierungsfreies Miteinander. Nur zwei von vielen guten Gründen ...

Dennoch werden Sie immer wieder auf Gegenstimmen treffen. Seit ca. 40 Jahren zeigt sich ein relativ stabiles Argumentationsmuster wider politischer Sprachveränderungen. Deshalb möchten wir Ihnen Gegenargumente, Denkanstöße und Handlungsempfehlungen an die Hand geben.

„Genderinklusive und -gerechte Sprache ist zu lang und unökonomisch, zu umständlich und kompliziert.“

PRO

Die Frage ist erstmal berechtigt. Wichtige Kriterien beispielweise für die Lesbarkeit von Texten sind Einfachheit, Kürze und Prägnanz. Genderinklusive und -gerechte Sprache kann durchaus kompliziert sein – wenn man sie kompliziert macht. Etwa der Satz „Die_der Kandidat_in, die_der sich auf die Position bewirbt ...“ ist wirklich nicht einfach. Doch es geht auch einfacher: „Die Kandidat_innen, die sich auf die Positionen bewerben, ...“.

Die Richtlinien für eine genderinklusive und -gerechte Sprache erlauben auch kreative Lösungen. Wählt man geeignete Formen, bleibt der Lesefluss ungestört. Natürlich ist etwas Übung nötig, aber: lieber umprogrammieren als diskriminieren. Die Zeit ist auf jeden Fall reif.

„Genderinklusive und -gerechte Sprache ist unnatürlich.“

PRO

Was ist denn die Natur der Sprache? Ist sie nicht von Menschen gemacht und damit immer in Bewegung? Denken wir nur an den immer selbstverständlicheren Gebrauch von Anglizismen. Menschen sind Gewohnheitstiere – und mit ein bisschen Übung und Regelmäßigkeit wird Neues und Ungewohntes für uns schnell natürlich.

„Genderinklusive und -gerechte Sprache ist schwer verständlich.“

PRO

Eben nicht. Gerade ihre Verständlichkeit wurde durch etliche sozial- und sprachwissenschaftliche Studien belegt.³ Die subjektive Beurteilung der Verständlichkeit geschlechtergerechter Sprachformen wird bei allen Studien als hoch beurteilt.⁴ Auch objektiv, also auf Basis der Erinnerungsleistung, konnte eine schwierige Verständlichkeit von genderinklusive Texten nicht nachgewiesen werden.⁵ Beispielsweise sollten drei verschiedenen Gruppen drei sprachliche Versionen (generisches Maskulinum, Beidnennung und Binnen-I) von Packungsbeilagen eines Medikaments lesen, anschließend wurden Erinnerungsleistung und Verständlichkeit überprüft. Sie waren im Ergebnis für alle Versionen gleich gut.

„Es sind doch sowieso alle Geschlechter mitgemeint.“

PRO

Wirklich? Man bedenke noch einmal den Effekt „generisches Maskulinum = Mann“ und die negativen Auswirkungen (Stichwort Stellenanzeigen, geringere Attraktivität und Selbstwirksamkeitserwartungen für andere Geschlechter). Grundschulkinder verstehen das generische Maskulinum per se nicht, für sie sind in dem Fall ganz klar nur männliche Vertreter der bezeichneten Gruppe gemeint.⁶ So lernen wir von Kindesbeinen an, dass unsere Welt männlich dominiert wird.

Interessant sind auch Reaktionen von Männern auf das generische Femininum: Der Vorschlag, alle Formen weiblich zu halten und dabei die Männer mitzudenken, wird als männerdiskriminierende Sprachrealisation wahrgenommen. Immer wieder erfrischend, so ein Perspektivwechsel: Unsichtbar will nämlich niemand gemacht werden ...

„So viel Veränderung für so wenige Menschen.“

PRO

Die Annahme, dass die Gruppe der LGBT*IQ Bevölkerung sehr klein sei und somit kaum Gehör finden müsse, ist vielleicht naheliegend, aber realitätsfern. Tatsächlich wurde in einer jüngsten Studie die Größe der LGBT*IQ-Bevölkerung in den USA auf rund 4,1 % geschätzt.⁷ Zum Vergleich machen Muslime, eine weitere Minderheit mit einem hohen Risiko diskriminiert zu werden, 0,8 % der US-Bevölkerung aus. Die LGBT*IQ-Bevölkerung stellt also eine buchstäblich beachtliche Größe dar. Sie nicht zu erwähnen und dadurch unsichtbar zu machen und zu diskriminieren, geht einher mit höheren Kosten im Bereich Gesundheit und Arbeit⁸.

3_ Braun, Oelkers, Rogalski, Bosak und Sczesny (2007); Rothmund und Christmann (2002); Steiger und Irmen (2007)
4_ Demarmels und Schaffner (2011)
5_ Braun et al. (2007)

6_ Switzer (1990)
7_ Gates (2017)
8_ Zusammenfassung der wirtschaftlichen und gesundheitlichen Folgen siehe: tinyurl.com/OECD-org

THEORETISCHER ÜBERBLICK GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE

Genderinklusive und -gerechte Sprache führt zu einer genaueren Beschreibung, repräsentiert alle Geschlechter, wirkt Diskriminierung entgegen und trägt somit zur Eindeutigkeit bei.⁹

GENERISCHES MASKULINUM

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, dem generischen Maskulinum etwas entgegenzusetzen.¹⁰

MÖGLICHKEIT 1: NEUTRALISIEREN

Hierzu gehören genderneutrale Formulierungen wie: die Person, der Mensch, das Mitglied. Diese können geschlechtsspezifische Bezeichnungen ersetzen. Auch die Partizipialform im Plural gehört dazu, z.B. Mitarbeitende. Dennoch werden hier weiterhin vor allem männliche Personen assoziiert. Außerdem ist die Message fragwürdig: Durch den Akt des Neutralisierens finden

LGBT*IQ-Personen letztlich genauso wenig statt wie Frauen. Eine verschenkte Chance für gesellschaftliche Weiterentwicklung. In diesem Sinne ist dieser Ansatz pseudo-antidiskriminierend und wird von uns nicht empfohlen. Natürlich lässt er sich nicht immer vermeiden. Hierfür verweisen wir auf ein wirklich hilfreiches Genderwörterbuch: geschicktgendern.de/.

MÖGLICHKEIT 2: SICHTBARMACHEN

Folgende genderinklusive und -gerechte Sprachformen wurden vor allem in den letzten Jahren angewandt.¹¹

► AUFLÖSUNG DES GENERISCHEN MASKULINUMS

Sprachformen	Substantive Singular	Substantive Plural	Personalpronomen	Possessivpronomen	Fragepronomen
Beidnennung	Mitarbeiterin und Mitarbeiter	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	sie/er	ihre/seine	Welche? Wer?
Beidnennung mit Schrägstrich	Mitarbeiter/-in	Mitarbeiter/-innen	sie/er	ihre/seine	Welche? Wer?
Beidnennung mit Binnen-I	MitarbeiterIn	MitarbeiterInnen	sie	ihre ihrE	Welche? WelchE?

Bei diesen Formen wird von der Existenz von nur zwei klar bestimmbar Geschlechtern, Männern und Frauen, ausgegangen. Die Verwendung drückt demnach eine rein binäre Sicht auf Gender aus und überwindet sie nicht.

Dass dies nicht mehr tragbar ist, belegen auch aktuelle Forschungen zur Intergeschlechtlichkeit und Transidentität (mit ein Grund, weshalb es zu einer Erweiterung im Personenstandgesetz um die dritte Geschlechtskategorie kam).

9_ Überblick vieler empirischer Ergebnisse und Studien: tinyurl.com/geschlecht-sprache

10_ Demarmels und Schaffner (2011)

11_ Vgl. hierzu auch Sprachleitfaden der Humboldt-Universität: feministisch-sprachhandeln.org/



GENDER*STERNCHEN UND GENDER_GAP SOWIE WEITERE FORMEN

Unter genderinklusive und -gerechter Sprache verstehen wir das Sichtbarmachen aller Geschlechter. Wir sind davon überzeugt, dass Sprache nur so eindeutig, repräsentativ und antidiskriminierend sein kann. Folgende zwei Formen sind derzeit die bekanntesten und bewährtesten:

► GENDER*STERNCHEN (STATISCH) UND GENDER_GAP (STATISCH) IM ÜBERBLICK

Sprachformen	Substantive Singular	Substantive Plural	Personal-pronomen	Possessiv-pronomen	Frage-pronomen
Gender*Sternchen	Mitarbeiterin*in	Mitarbeiter*innen	sie*er	ihre*seine	Welche*r?
Gender_Gap	Mitarbeiter_in	Mitarbeiter_innen	sie_er	ihre_seine	Welche_r?

Beide Formen lösen das generische Maskulinum ab – und beenden die Unsichtbarkeit weiblicher und inter* Personen sowie aller weiteren Personen, die sich nicht in binäre Geschlechternormen einordnen lassen wollen. Beide Formen sind soziolinguistische Marker, d.h. sie sind mit bestimmten sozialen Gruppen assoziiert (in diesem Fall mit der LGBT*IQ-Community).



GENDER*STERNCHEN

Das Gender*Sternchen, auch Asterisk genannt, ist der Programmiersprache entnommen und steht dort für eine Vielfalt möglicher Endungen, die auf einen Wortstamm folgen können. In unserer Handhabung findet das *Sternchen vor allem Anwendung in Kombination mit den Begriffen trans* und inter*. Diese stehen als Sammelbegriffe für diverse (Selbst)Bezeichnungen wie transgender, transident, intergeschlechtlich und trans- bzw. intersexuell.

DIE PROUT AT WORK EMPFEHLUNG

GENDER_GAP

Der Gender_Gap¹² folgt in unseren Augen einer eigenen Symbolik und geht über die reine Vielfalt an (Selbst)Bezeichnungen hinaus. Er verbindet wortwörtlich die männliche und weibliche Form zu einem Kontinuum. Der Unterstrich steht für den Raum zwischen den Ankern „weiblich“ und „männlich“ und ergänzt die bisherige Geschlechterbinarität um die vielfältigen Ausdrucksmöglichkeiten, die mit Geschlecht einhergehen. Er weist also auf altbekannte Normen hin und darüber hinaus: „Die Grenze mit ihrer unsichtbaren Bevölkerung wird zum Ort, indem die beengenden Schranken der Zweigeschlechtlichkeit [...] auseinander geschoben werden, um dem verleugneten Anderen Platz zu machen [...]“¹³.

Letztendlich verhindert der Gender_Gap, dass die rein maskuline Form falsche oder unvollständige Informationen über eine Person vermittelt. Vielmehr zeichnet er ein ganzheitliches und wertschätzendes Bild unserer Gesellschaft.

WEITERE FORMEN

Mittlerweile wurden noch progressivere Formen entwickelt, die in folgender Tabelle aufgezeigt werden.

Einen Komplettüberblick aller möglichen Sprachformen gibt der Sprachleitfaden der AG Feministisch Sprachhandeln der Humboldt-Universität zu Berlin, 2014.

► WEITERE GENDERINKLUSIVE SPRACHFORMEN IM ÜBERBLICK

Sprachformen	Substantive Singular	Substantive Plural	Personal-pronomen	Possessiv-pronomen	Frage-pronomen
x-Form	Mitarbeitx	Mitarbeitxs	x	xs	Wex?
-Form	Mitarbeit	Mitarbeit**	*		We*?
Dynamischer Unterstrich	Mi_tarbeiterin	Mi_tarbeiterinnen	s_ier	ihr_e	We_lche?
Wortstamm-unterstrich	Mit_arbeiterin	Mit_arbeiterinnen	s_ier	ihr_e	Welch_e?
Generisches Femininum	Mitarbeiterin	Mitarbeiterinnen	sie	ihre	Welche?
a-Form	Mitarbeita	Mitarbeitas	sie	ihre	Welche?

12_ Dieser geht zurück auf einen Vorschlag des Philosophen Steffen Kitty Herrmann (2007)

13_ Herrmann (2007), S. 196





**DIE PROUT AT WORK
EMPFEHLUNG**

All diese Formen sind wunderbare Beispiele dafür, dass Sprache sich stets im Wandel befindet und gender-inklusive und -gerechte Sprache kreative Lösungen erlaubt. In unseren Augen gibt es hier kein Richtig oder Falsch, jedoch empfehlen wir die Verwendung des statischen Gender_Gaps.

Auch wollen wir darauf hinweisen, dass gendersensible Sprachformen allein einen Text, eine Rede usw. noch nicht genderinklusiv und -gerecht machen. Darüber hinaus gilt es, stereotypisierende und diskriminierende Darstellungen und Beschreibungen zu vermeiden und alle Geschlechter, seien es Frauen, Männer, trans* und inter* Personen in ihrer realen Vielfalt sichtbar zu machen.

► **DER STATISCHE GENDER_GAP AUF EINEN BLICK**

Ohne Gender_Gap	Mit Gender_Gap
Nur weil es im Vorfeld kein Coming Out gab, bedeutet dies nicht, dass der Empfänger der Glückwünsche zur Eheschließung heterosexuell ist.	Nur weil es im Vorfeld kein Coming Out gab, bedeutet dies nicht, dass die_der Empfänger_in der Glückwünsche zur Eheschließung heterosexuell ist.
Wenn der Mitarbeiter im Unternehmen offen mit der eigenen sexuellen Orientierung umgeht, sollte die Ansprache dieser Haltung angepasst werden.	Wenn die_der Mitarbeiter_in im Unternehmen offen mit der eigenen sexuellen Orientierung umgeht, sollte die Ansprache dieser Haltung angepasst werden.
Bei bisexuellen Personen liegt die Verschlossenheit deutlich höher: 55,5 % geben an, „mit keinem“ oder „mit wenigen“ Kollegen über ihre sexuelle Orientierung zu sprechen.	Bei bisexuellen Personen liegt die Verschlossenheit deutlich höher: 55,5 % geben an, „mit keiner_keinem“ oder „mit wenigen“ Kolleg_innen über ihre sexuelle Orientierung zu sprechen.
Die Mehrzahl der Flugbegleiter ist weiblich.	Die Mehrzahl der Flugbegleiter_innen ist weiblich.

PRONOMEN

Auch gibt es grammatikalische Bereiche, die noch eine männliche Dominanz widerspiegeln oder nach sich ziehen, wie z.B. die Pronomina: **wer, niemand, jemand**¹⁴: Zunächst scheinen diese Pronomen geschlechtsneutral zu sein, sie ziehen aber in Nebensätzen bzw. bei der Verwendung weiterer Pronomen immer männliche Formen nach sich. Hier gibt es jedoch Möglichkeiten der Umformulierung bzw. der Umschreibung:

Das unbestimmte Pronomen **man**: Das Pronomen „man“ ist ein Sonderfall. Gesprochen und gehört ist es mit dem „Mann“ identisch. Und genau hier liegen auch die sprachgeschichtliche Wurzel und die dementsprechend männliche Assoziation. Häufig kann es jedoch ganz einfach durch ich, du, wir, sie oder mensch ersetzt werden.

► **ALTERNATIVEN ZU: WER NIEMAND JEMAND**

X	✓
Wer noch etwas bestellen möchte, der soll sich bitte melden.	Wer noch etwas bestellen möchte, melde sich bitte.
Niemand darf wegen seiner Herkunft benachteiligt werden.	Keine_r darf wegen ihrer_seiner Herkunft benachteiligt werden.
Hat gestern jemand seine Unterlagen vergessen?	Hat gestern eine_r ihre_seine Unterlagen vergessen?

► **ALTERNATIVEN ZU: MAN**

X	✓
Man sollte sich mehr Gedanken machen.	Wir sollten uns mehr Gedanken machen.
Wie kann man sich am besten auf eine Karriere vorbereiten?	Wie kann mensch sich am besten auf eine Karriere vorbereiten?

14_ Vgl. hierzu auch Leitfaden der Universität zu Köln: tinyurl.com/leitfaden-uni-koeln



ANWENDUNG GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE IM ECHTEN LEBEN

Achten Sie bei der Einführung einer genderinklusive und -gerechten Schreibweise darauf, alle bestehenden Kommunikationsmittel zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Darunter fallen auch Betriebsvereinbarungen und andere Medien firmenbezogener schriftlicher Kommunikation wie Intranet, Newsletter, Einladungen etc. ^[1]

INDIVIDUELLE KOMMUNIKATION

Das Wichtigste beim Gebrauch genderinklusive und -gerechter Sprache ist das Angebot, Personen mit dem Pronomen anzuschreiben, mit dem sie sich identifizieren.

SCHRIFTLICHE ANREDE

In der schriftlichen Ansprache bei unbekannter oder offener Geschlechtszugehörigkeit empfehlen wir zunächst eine neutrale Anrede. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass ein Name keinen eindeutigen Hinweis auf das Geschlecht gibt.

X	✓
Liebe Kollegen,	Liebe Kolleg_innen,
Sehr geehrte Frau (Nachname),	Guten Tag (Vor-, u. Nachname),
Sehr geehrter Herr (Nachname),	Sehr geehrte_r (Vor-, u. Nachname),
Prof.	Prof_in
Dr.	Dr_in
Dipl.-Ing.	Dipl.-Ing_in

Ergänzend könnte als Standard in der E-Mail-Signatur der Hinweis mitgeführt werden, dass Sie gerne eine Auskunft dazu hätten, mit welchem Pronomen Ihre Kontaktperson in Zukunft angesprochen werden möchte. Beispiel:

Wer sind Sie – und wenn ja, wie?

Wir wollen's wissen: Verraten Sie uns Ihre bevorzugte Anrede und Ihr Personalpronomen? Fein – bis dahin bleiben wir bei der inklusiven Nennung von Vor- und Nachname.

ODER

Wie darf ich Sie ansprechen?

Wir bei (Firmenname) wollen Menschen mit der von ihnen bevorzugten Anrede ansprechen. Im ersten E-Mail-Kontakt benutze ich daher die inklusive Form „Guten Tag/Sehr geehrte_r Vorname und Name“. Wie darf ich Sie in Zukunft ansprechen?

Des Weiteren empfehlen wir, dass Sie alle (!) Mitarbeiter_innen dazu ermutigen, ihre gewünschte Anrede bzw. ihr Pronomen in die E-Mail-Signatur aufzunehmen. Wird dies konsequent von ausnahmslos allen Mitarbeiter_innen praktiziert, ist das ein effektives Mittel gegen Stigmatisierung. Weiterhin fördern Sie dadurch das Selbstbestimmungsrecht und schaffen ein Klima der Inklusion. Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter_innen dafür, die jeweiligen Pronomen zu beachten und zu respektieren.

Hier einige Beispiele:

> *Freundliche Grüße*

> *Herr (Vorname) (Nachname)*

> *Frau (Vorname) (Nachname)*

> *Profex (Vorname) (Nachname)*

> *Drex (Vorname) (Nachname)*

> *(Vorname) (Nachname) (er/ihm etc.)*

> *(Vorname) (Nachname) (sie/ihr etc.)*

PERSÖNLICHE INTERAKTION

Im direkten Austausch ist ein derartiges Vorantasten schon schwieriger. Umso wichtiger ist das Signal ans Gegenüber: Fühlen Sie sich frei, Sie selbst zu sein!

Um den Gender_Gap auch in der gesprochenen Kommunikation umzusetzen, empfehlen wir den sogenannten „glottalen Stopp“: An der Stelle des Gender_Gaps wird beim Sprechen des Wortes eine sehr kurze Pause eingelegt, z. B. [kolleg](pause)innen]. So werden auch mündlich alle Geschlechter einbezogen.

[1]

Um LGBT*IQ zu schreiben hilft auch ein allgemeiner Überblick zum Thema! Lesen Sie unseren HOW TO Nr. 4: LGBT*IQ für Einsteiger



ANREDE IM HR-SYSTEM

Da im Personenstandsregister neben der Bezeichnung ‚weiblich‘ und ‚männlich‘ auch die Bezeichnung ‚divers‘ und ‚keine Angabe‘ möglich ist, empfehlen wir, die Anrede in Ihren Systemen nicht mehr als Pflichtfeld zu führen. Zudem empfehlen wir, die Auswahlmöglichkeiten wie folgt zu erweitern:

- > *Lieber Herr (Nachname)*
- > *Lieber (Vorname)*
- > *Liebe Frau (Nachname)*
- > *Liebe (Vorname)*
- > *Liebe_r (Vorname) (Nachname)*
- > *Liebe_r (Vorname)*
- > *Sehr geehrter Herr (Nachname)*
- > *Sehr geehrter Herr (Vorname) (Nachname)*
- > *Sehr geehrte Frau (Nachname)*
- > *Sehr geehrte Frau (Vorname) (Nachname)*
- > *Sehr geehrte_r (Vorname) (Nachname)*
- > *Sehr geehrte_r (Vorname)*
- > *Guten Tag (Vorname) (Nachname)*
- > *Guten Tag (Vorname)*
- > *Sehr geehrte Menschen*
- > *Liebe Menschen*

Auch Ihre Kund_innenformulare möchten wir Ihnen in diesem Zusammenhang ins Gedächtnis rufen. Sie sind die Tür zu Ihrem Unternehmen und Ihren Angeboten. Durch eine genderinklusive und -gerechte Ansprache signalisieren Sie Ihren Kund_innen, dass Sie sie in ihrem Persönlichkeitsrecht respektieren und Ihr Unternehmen die Vielfalt unserer Gesellschaft anerkennt.

ARBEITSVERTRÄGE

Bei der Formulierung von Arbeitsverträgen ist eine Umstellung auf den Gender_Gap oder eine alternative genderinklusive Schriftsprache rechtlich zwar nicht zwingend, dennoch raten wir sie an. Die von PROUT AT WORK als Pro-bono-Projekt in Auftrag gegebene juristische Stellungnahme der internationalen Kanzlei CMS Hasche Sigle kommt hier zu dem Ergebnis: „Es ist zulässig, in Texten zu Stellenausschreibungen und Arbeitsverträgen vollständig auf den sog. Gender_Gap umzustellen. [...] In individuellen Arbeitsverträgen [...] kann für eine inklusive Ansprache aller Mitarbeiter_innen mit dem Gender_Gap gearbeitet werden“.

Diese Umstellung verdeutlicht Ihr Commitment für Diversity – und die Umsetzung ist mit weniger Aufwand verbunden als es scheinen mag.

DEFINITION DER VERTRAGSPARTEIEN

Jeder Arbeitsvertrag wird eingeleitet mit einer Definition der Vertragsparteien: Unternehmen und einzustellende Person. Mit dem Vermerk „nachstehend XXX genannt“ wird die jeweilige Bezeichnung beider Parteien im weiteren Vertragsverlauf definiert.

Die gewählten Bezeichnungen sind in der Regel der Name des Unternehmens und der Platzhalter „Arbeitnehmer“. Hier bietet sich bereits der erste Ansatzpunkt: Wählen Sie die genderinklusive Schreibweise „Arbeitnehmer_in“.

GENDERINKLUSIVE UND -GERECHTE SPRACHE, SUKZESSIVE ANPASSUNG DER VERTRÄGE

Wenden Sie die eben beschriebene genderinklusive Bezeichnung auf den restlichen Vertrag an und prüfen Sie darüber hinaus auf korrekte Genderformen (vgl. hierzu Tabelle auf Seite 12). Die neu aufgesetzten Verträge können Sie dann nach und nach bei Neuanstellungen anwenden. Eine rückwirkende Umstellung sollten Sie nur vornehmen, wenn ein_e Arbeitnehmer_in dies ausdrücklich verlangt.

PERSONALAUSWAHL UND -BEURTEILUNG

Grundsätzlich kann die Personalauswahl und -beurteilung in sieben Schritten erfolgen: Anforderungsprofil, Ansprache und Stellenanzeigen, Sichtung schriftlicher Unterlagen, Arbeitsprobe, Interview, Entscheidung, Beförderung bzw. Personalbeurteilung. Jeder dieser Schritte sollte genderinklusiv und -gerecht erfolgen. [2]

ANFORDERUNGSPROFIL

Dieser Grundstein Ihres Personalauswahlprozesses umfasst alle tätigkeitsspezifischen und -unspezifischen Eigenschaften, Fähigkeiten, Kenntnisse und Verhaltensweisen, die ein Mensch zur erfolgreichen Bewältigung der Aufgaben in einer Position benötigt. Sie können in jedem Schritt darauf zurückgreifen, um zu beurteilen, ob eine Person fachlich und persönlich auf die Position passt.

Bevor Sie eine offene Position ausschreiben, erstellen Sie ein klares Profil der nötigen fachlichen und persönlichen Kompetenzen. Formulieren Sie die Anforderungen so konkret wie möglich und vermeiden Sie schwer messbare Begriffe wie „Kommunikationstalent“. Bestimmen Sie eher, welches konkretes Verhalten die zukünftigen Stelleninhaber_innen zeigen müssen, z. B. „effektiv und zielgruppenorientiert Vorträge inner- und außerhalb des Unternehmens halten“. Beschreiben Sie das Profil losgelöst vom Geschlecht, halten Sie es schriftlich fest und überprüfen Sie es zusammen mit anderen Beteiligten auf genderinklusive und -gerechte Sprache.

Folgend ein paar Formulierungsbeispiele für Profilbeschreibungen:

- Ihr Profil:
- > *Erfolgreich abgeschlossenes Studium in ...*
 - > *Solide Kenntnisse in ...*
 - > *Wünschenswerte Erfahrungen mit ...*
 - > ...

ANSPRACHE UND STELLENANZEIGEN

Die Rechnung ist einfach: Je inklusiver die Ansprache potentieller Bewerber_innen, desto größer der Talentpool, aus dem Sie auswählen können. Das hierfür wohl wichtigste Rekrutierungswerkzeug ist die Stellenausschreibung.

Die eigene Attraktivität steigern: Studien wie die Diversity Studie von Professional Difference¹⁵ zeigen, dass das Ansprechen von Diversity und Vielfalt – besonders der Gleichstellung von Menschen unabhängig ihrer sexuellen Orientierung oder Geschlechtsidentität – auch auf heterosexuelle Cis-Menschen attraktiver wirkt. Zum Verständnis: Cis-Menschen sind Personen, deren geschlechtliche Identität dem Geschlecht entspricht, das ihnen bei der Geburt zugeschrieben wurde.

Machen Sie sich zudem bewusst, dass es bei genderinklusive Stellenausschreibungen nicht nur darum geht, inter* und trans* Bewerber_innen mit anzusprechen, sondern die gesamte Bandbreite Mensch. So erhöhen Sie auch die Wahrscheinlichkeit, dass Frauen sich auf männerdominierte und Männer sich auf frauendominierte Stellen bewerben.

Rechtslage: Weiter vertritt das von PROUT AT WORK in Auftrag gegebene rechtliche Gutachten folgende Position: „Es ist zulässig, in Texten zu Stellenausschreibungen und Arbeitsverträgen vollständig auf den sog. ‚Gender-Gap‘ umzustellen. In Stellenausschreibungen ist es zudem rechtlich erforderlich, entweder Zusätze wie (m/w/divers), (gn) [...] oder geschlechtsunabhängige Bezeichnungen zu verwenden. Die Ausschreibung mit dem Zusatz (m/w) ist in Zukunft ebenso unzulässig wie die Verwendung des generischen Maskulinums.“ Mehr Empfehlungen für die Bezeichnungen der Klammer finden sich im weiteren Verlauf dieses Guides.

[2]

Eine ausführliche Beschreibung zu genderinklusive und -gerechter Personalauswahl finden Sie in unserem HOW TO Nr. 7: Die dritte Option unter proutatwork.de





Wie gestalten Sie eine Stellenanzeige? Leiten Sie die Inhalte der Stellenanzeige direkt aus dem Anforderungsprofil ab und halten Sie sich dabei an die genannte Empfehlung, sich auf das konkrete Verhalten ihrer Wunschbewerber_innen zu konzentrieren. Prüfen Sie dann auf eine geschlechterinklusive und -gerechte Sprache. Beachten Sie dabei die Forderungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG), welches Diskriminierung jeglicher Art verbietet. Verzichten Sie also auf Aussagen wie „junges, dynamisches Team sucht ...“.

JOBTITEL

Erweiterung der Genderklammer (m/w) und Ablöse des Generischen Maskulinums: Ändern Sie den Fokus bei der Formulierung des Jobtitels auf die Funktion oder die Vergabe einer Stelle. Diese erlaubt den Titel unabhängig vom Geschlecht zu formulieren. Entsprechend könnte die Stelle des „IT-Entwicklers (m/w)“ in Zukunft so ausgeschrieben werden (fett gedruckte Alternativen werden von PROUT AT WORK empfohlen):

- > **Person zur IT-Entwicklung (m/w/divers)**¹⁶
- > **Person zur IT-Entwicklung (m/w/i/t)**
- > **Person zur IT-Entwicklung**
(alle Geschlechter willkommen)
- > **Person zur IT-Entwicklung (m/w/x)**
- > **Person zur IT-Entwicklung (gn)***
- > **Stelle in der IT-Entwicklung zu besetzen**
(m/w/divers)
- > **Stelle in der IT-Entwicklung zu besetzen (m/w/i/t)**
- > **Stelle in der IT-Entwicklung zu besetzen**
(alle Geschlechter willkommen)
- > **Stelle in der IT-Entwicklung zu besetzen (m/w/x)**
- > **Stelle in der IT-Entwicklung zu besetzen (gn)**

Sonderfälle: Gewisse Berufsbezeichnungen, z. B. für Ausbildungsberufe, sind von der Industrie- und Handelskammer festgelegt und erschweren eine genderinklusive und -gerechte Schreibweise. Denken Sie etwa an die Bezeichnungen „Restaurantfachmann/-fachfrau“ oder „Koch/Köchin“. Lassen Sie sich hier nicht entmutigen. Sollten Sie auf diese Herausforderungen stoßen, so wenden Sie sich aktiv mit Verbesserungsvorschlägen an die IHK und tragen so zu einer Veränderung bei. Seien Sie Vorreiter!

Wir machen den Anfang mit drei Verbesserungsvorschlägen:

X	✓
Restaurantfachmann/-fachfrau	Restaurantfachkraft
Kaufmann/-frau im Einzelhandel	Fachkraft im Einzelhandel

Wenn Sie als Unternehmen eine **personalisierte** Form bevorzugen, die zudem Personen jeden Geschlechts anspricht, empfehlen wir neben der entsprechend sorgfältigen Beschreibung der Funktion einen Jobtitel in genderinklusive Sprache, beispielsweise:

- > **IT-Entwickler_in gesucht**
- > **IT-Entwickler*in gesucht**

16_ Im Gesetzentwurf der Bundesregierung wird die Bezeichnung „divers“ eingeführt. Wir raten von der Abkürzung „d“ ab, da dies international als Abkürzung für „disabled“ (= Menschen mit Behinderung) steht. Dabei handelt es sich schlichtweg um eine andere Facette von Diversity als Intersexualität.

*_ gn steht für geschlechtsneutral

JOBBÖRSEN

Es zeigte sich, dass Stellenausschreibungen bei einigen bekannten und häufig genutzten Jobbörsen nicht gefunden werden, wenn der Jobtitel in genderbewusster Schriftsprache ausgeschrieben ist. Als suchende Person sieht man sich häufig damit konfrontiert, dass in genderbewusster Schriftsprache formulierte Suchanfragen in die rein weibliche Form abgeändert werden oder zu keinem Resultat führen.

Sprechen Sie diesen Sachverhalt bei zukünftigen Verhandlungen mit Jobportalen und Headhuntern an, damit genderbewusste Sprache Ihnen nicht zum Nachteil gereicht.

ORGANISATIONSBESCHREIBUNG UND DIVERSITY-HINWEIS

Selbstdarstellung: Die Art und Weise, wie sich ein Unternehmen in der Stellenanzeige präsentiert, bestimmt häufig, ob sich potentielle Bewerber_innen angesprochen fühlen oder nicht. Maskulin formulierte Unternehmensbeschreibungen schrecken Bewerber_innen nicht maskuliner Identität eher ab. Dementsprechend sollten Sie hierbei auf eine ausgeglichene Verwendung von männlich und weiblich konnotierten Begriffen achten:¹⁷



aktiv; ambitioniert;	bedächtig; bescheiden;
analytisch; direkt;	ehrlich; emotional;
dominant; durchsetzungsstark; ehrgeizig; entschlossen; Entscheidungen;	empathisch; engagiert; freundlich; fröhlich; kooperativ; leidenschaftlich;
Führung; herausfordernd;	loyal; sympathisch;
hierarchisch; individuell;	unterstützend; verlässlich;
kompetitiv; logisch;	verständnisvoll; Vertrauen;
objektiv; selbstbewusst;	warmherzig; zuverlässig;
Stärke/Kraft; überdurchschnittlich; unabhängig	zwischenmenschlich; zusammen/Team

Diversity-Hinweis: Schon heute heißen viele Unternehmen explizit alle Menschen als potentielle Mitarbeiter_innen willkommen. Wenn Sie intergeschlechtliche Menschen aktiv einladen wollen, sich zu bewerben, sollte Ihr Diversity-Hinweis um die folgend fett gedruckten Attribute ergänzt werden:

Bei [Firmenname] sehen und leben wir den Mehrwert von Vielfalt.

*Entsprechend dieser Philosophie wollen wir Sie unabhängig Ihres Alters, Ihres ethnischen Hintergrunds, Ihrer physischen und psychischen Fähigkeiten, **Ihrer geschlechtlichen Identität, Ihres geschlechtlichen Ausdrucks und/oder Ihrer geschlechtlichen Merkmale, Ihrer sexuellen Orientierung und Ihrer Religion/Weltanschauung herzlich dazu einladen, sich auf diese Stelle zu bewerben.***

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

17_ Folgende Begriffe sind entnommen aus Gaucher et al. (2011) sowie Horvath und Hentschel (2015).



DIVERSITÄT IN DER BILDSPRACHE

Neben dem schriftlichen und mündlichen Ausdruck liegt uns auch die Bildsprache am Herzen. Bilder sind in ihrer Wirkung extrem individuell. Dementsprechend ist es schwierig, Regeln für eine Bildsprache zu formulieren, die alle Menschen wertschätzend miteinbezieht. Wir legen dennoch nahe, darauf zu achten, dass die in Ihrem Unternehmen angestrebte und/oder gelebte Vielfalt sich auch optisch niederschlägt.

Nachfolgend finden Sie einige Tipps und Beispiele.

AUSGEWOGENHEIT

Achten Sie darauf, dass die Positionierung und Verteilung von sichtbar diversen Menschen gleichwertig ist, d. h. bilden Sie, wo möglich, Menschen unterschiedlicher Geschlechter, Menschen mit verschiedener ethnischer Herkunft, Menschen mit und ohne Behinderung sowie Personen unterschiedlichen Alters ab.

GLEICHRANGIGE DARSTELLUNG

Vermeiden Sie es, traditionelle Geschlechterrollen zu reproduzieren (z. B. Frauen in Zusammenhang mit Familie, Fürsorge, Emotionalität, Unterlegenheit; Männer in Zusammenhang mit Technik, Egoismus, beruflichem Erfolg). Das gleiche gilt für gängige Klischees und Stereotype, die vermeintlich hierarchische Haltungen widerspiegeln: z. B. die Abbildung einer stehenden, männlichen Person, die diktiert und einer sitzenden, weiblichen Person, die notiert.

Achten Sie dabei auch auf Kameraeinstellungen und reflektieren Sie folgende Punkte:

- > **Kleidung:** Wer trägt einen Anzug? Wer ist in Freizeitkleidung dargestellt?
- > **Haltung:** Wer sitzt? Wer steht? Wer lehnt sich an? Wer steht mit beiden Beinen fest am Boden?
- > **Blickrichtungen:** Schauen Personen auf oder herab? Sind sie auf Augenhöhe dargestellt?
- > **Anordnung:** Wer ist im Vordergrund, wer im Hintergrund?

ARBEITSSITUATIONEN

Auch bei der Darstellung beruflicher Situationen sollten gängige Klischees und Stereotype vermieden werden. In Pflegeberufen und Berufen des pädagogischen Bereichs gibt es nicht nur Krankenschwestern und Erzieherinnen – bilden Sie gezielt auch andere Geschlechter ab. Verfahren Sie genauso mit Berufen, die als männlich dominiert gelten, z. B. in technischen Bereichen. All dies gilt auch bei der Ansprache von Jugendlichen für Ausbildungsberufe.

FAMILIENBILDER

Viele Unternehmen legen Wert auf eine familienfreundliche Firmenpolitik. Die Angebote und Möglichkeiten, die frischgebackenen Eltern angepriesen werden, werden dabei oft optisch untermalt. Achten Sie dabei auf ein zeitgemäßes Rollenverständnis von Mutter und Vater und zeigen Sie unterschiedlichste Familienkonstellationen, wie z. B. Regenbogenfamilien. Auch die Formulierungen der Angebote sollten sich an Familien in allen Formen und Farben richten.

FLAGGE ZEIGEN

Wenn Sie Vielfalt in Ihrem Unternehmen aktiv fördern wollen, empfehlen wir das Verwenden von Regenbogen-, Bi-, Trans*- und Inter*-Flaggen, z. B. in der öffentlichen Darstellung auf Internetseiten oder in E-Mail-Signaturen. Studien zeigen, dass sich durch das Sichtbarmachen und somit Anerkennen der Bedürfnisse von LGBT*IQ Mitarbeiter_innen das Unternehmensklima verbessert. So steigert sich etwa das Bewusstsein von heterosexuellen Mitarbeiter_innen für die LGBT*IQ Community und entsprechende Vorurteile.¹⁸

18_ Auflistung aller Flaggen und ihrer Bedeutung unter: tinyurl.com/LGBTIQ-Flaggen

LEICHTE SPRACHE UND EINFACHE SPRACHE

Es gibt Menschen, denen schwere Texte Probleme bereiten. Speziell hierfür wurden geregelte Sprachen entwickelt: Leichte Sprache und Einfache Sprache. Leichte Sprache richtet sich an Menschen mit Lernbehinderung. Einfache Sprache adressiert Menschen, die zwar lesen können, aber Probleme haben, komplexere Texte zu verstehen.¹⁹

Grundsätzlich werden kurze, einfache Sätze gefordert, auf Fremdwörter wird verzichtet bzw. sie werden erklärt und Wortwiederholungen sind ausdrücklich erwünscht.²⁰ Die Umformulierung von Texten in Leichte Sprache und Einfache Sprache übernehmen Vereine, die sich hierauf spezialisiert haben. Eine Adresse an die Sie sich hierzu wenden können, ist das Netzwerk Diakonie gGmbH.²¹

(Wie) Lassen sich Leichte Sprache und Einfache Sprache mit genderinklusive und -gerechter Sprache vereinen? Es ist auf jeden Fall erstrebenswert, nicht eine Minderheit zu fördern und dabei eine andere Minderheit auszuschließen. Wir verweisen hier auf die Broschüre „Frau. Mann. Und noch viel mehr.“ vom Verein Leicht Lesen²², in der geschlechtliche Vielfalt und sexuelle Orientierung leicht verständlich erklärt werden, ebenso wie Gender_Gap und Co. Für Texte in Leichter Sprache oder Einfacher Sprache empfehlen wir analog zur vorher genannten Broschüre folgende Formulierung:

Es gibt viel mehr als Frau und Mann. Das wollen wir auch zeigen. Deshalb schreiben wir zum Beispiel: Mitarbeiter_innen. Der Unterstrich steht für alle Menschen, die sich nicht als Frau oder Mann verstehen. Im Wort Mitarbeiter_innen stecken also alle Menschen drinnen, egal wie sie sich bezeichnen oder fühlen.

Weiterhin schlagen wir auch neutrale Formulierungen vor, z. B. „alle, die in unserer Firma arbeiten“. Dies sollten Sie mit Bildern unterstreichen, die Menschen in ihrer Vielfalt zeigen.

19_ Dworski (2014)

20_ Tipps und Regeln finden Sie in der Broschüre vom Netzwerk Leichte Sprache (2014).

21_ Mehr Informationen unter: netzwerk-diakonie.de/

22_ Erhältlich unter: undnochvielmehr.com/



CHECKLISTE AN ALLE(S) GEDACHT?

Haben Sie
geschlechterinklusiv
und -gerecht
formuliert?

ALLGEMEIN

- In Ihren Formulierungen machen Sie alle Geschlechter, seien es Frauen, Männer, trans* und inter* Personen in ihrer realen Vielfalt sichtbar.
- Sie verwenden den Gender_Gap oder den Gender*Stern.
- Sie formulieren Sätze mit den Pronomina wer, niemand, jemand, man erfolgreich um, da diese nicht genderinklusiv und -gerecht sind.
- In Ihrer schriftlichen Kommunikation achten Sie bei unbekannter oder offener Geschlechtszugehörigkeit auf den Gebrauch von genderinklusiven Anreden und Titeln.
- Sie fragen in Ihrer E-Mail Signatur nach der jeweils gewünschten Ansprache und verweisen auf den Diversity-Zusatz Ihres Unternehmens. Weiterhin erweitern Sie Ihre Signatur um Ihr gewünschtes Pronomen.
- Im HR-System sind die Anreden kein Pflichtfeld mehr. Zusätzlich erweitern Sie die Anreden um die auf Seite 18 vorgeschlagenen Erweiterungen. Auch Ihre Kund_innenformulare sind entsprechend angepasst.

PERSONALAUSWAHL UND -BEURTEILUNG

- Sie formulieren Ihr Anforderungsprofil so konkret wie möglich und losgelöst vom Geschlecht. Sie überprüfen es zusammen mit anderen Beteiligten auf genderinklusive und -gerechte Sprache.
- Ihre Stellenanzeigen sind mit genderinklusiven Titeln und Funktionsbezeichnungen formuliert. Bei der Unternehmensbeschreibung achten Sie auf eine Symmetrie zwischen weiblich und männlich konnotierten Begriffen. Sie erweitern Ihren Diversity-Hinweis um die Zusätze der geschlechtlichen Identität, des geschlechtlichen Ausdrucks und/oder der geschlechtlichen Merkmale.

WEITERES

- Sie vermeiden in Ihren Bildmaterialien Klischees und Stereotype. Sie achten auf Ausgewogenheit, gleichrangige Darstellung und zeigen Flagge.
- Beim Verwenden Leichter Sprache oder Einfacher Sprache erklären Sie den Gender_Gap und wechseln diesen mit neutralen Formulierungen ab.
- Auch in Fremdsprachen achten Sie auf die Verwendung einer genderinklusiven und -gerechten Sprache.

SHORT SUMMARY IN ENGLISH

GENDER-INCLUSIVE AND -FAIR LANGUAGE

Language shapes our reality. This simple fact applies to English as well. Compared to German, using gender-inclusive and gender-fair language in English is easier, since fewer adaptations are required. However, there are still many ways to signalize inclusiveness when speaking and writing in English. Everyone deserves to be treated with appreciation in everyday interactions, including how we address them or talk about them. Preferences regarding language and pronouns should be respected. Always keep in mind that people with non-binary gender identities may feel uncomfortable when being referred to using gendered language.

The following suggestions are based on guidelines on gender-inclusive language by our PROUTEMPLOYER ROBERT BOSCH GmbH²³, the European Parliament²⁴, UNESCO²⁵, the University of Oxford, the National Council of Teachers of English²⁶ and the Vienna University of Economics and Business²⁷.

PERSONAL COMMUNICATION

- > Try not to draw attention to any apparent discrepancy between a person's 'male' name and 'female' appearance or vice versa.
- > Be aware of your choice of words, try not to highlight gender; for instance, use someone's full name if possible
- > As the host of a public event,
 - _ Welcome people using 'Colleagues and guests' or similar
 - _ Do not identify a person's gender when taking questions. Try to describe them, such as 'the person in the back with the green coat'. If you know their name, use that instead.
- > On the phone
 - _ Try not to make assumptions about gender based on the pitch of someone's voice
 - _ Use the caller's name rather than gendered terms such as 'sir' or 'madam'
- > In meetings: ask people to state their preferred personal pronoun for accurate minutes

23_ BOSCH GmbH: Mit ALLEN sprechen. Gendergerechte Sprache – leicht gemacht!

24_ Available at tinyurl.com/european-parlament

25_ Available at tinyurl.com/UNSECO-guidelines

26_ See tinyurl.com/genderfair-use

27_ Available at tinyurl.com/university-vienna





WRITTEN COMMUNICATION

USE GENDER-NEUTRAL PRONOUNS

X	✓
her/his	their, them, the
she/he	them, they
her/him	person's name

USE GENDER-INCLUSIVE GREETINGS

- > Dear (given name) (surname),
- > Good morning (given name) (surname),
- > Good afternoon (given name) (surname),
- > Dear Colleagues,
- > Dear Team,
- > Dear Associate,

USE GENDER-NEUTRAL TERMS

X	✓
man	person, individual
mankind	people, humankind
spokesman	spokesperson
chairman	chair, chairperson, coordinator
businessman	business manager, executive, head of firm, representative
manpower	staff, labor force, employees, workers, human resources
committee of wise men	committee/panel of advisors
man-made	machine-made, synthetic

WHEN ADDRESSING A WOMAN, USE 'MS.' INSTEAD OF 'MRS.' OR 'MISS'

Women are often addressed on the basis of their marital status (Miss for unmarried women, Mrs. for married women). It's better to use the more inclusive form Ms. when referring to women.

PASSIVE VOICE, FIRST AND SECOND PERSON ("I" AND "YOU") OR SIMPLY THEY/THEIR AS A SINGULAR PRONOUN.

X	✓
He should to go to his manager.	You should to go to your manager.
She needs to present this to her supervisor.	They need to present this to their supervisor.
Does each employee have his own advisor?	Does each employee have their own advisor?
She forgot to sign on the second page.	The second page needs to be signed as well.
He needs to do this by Friday.	This needs to be done by Friday.

CUSTOMIZE YOUR E-MAIL SIGNATURE AND INDICATE HOW YOU WOULD LIKE TO BE ADDRESSED

- > Please let me know how I may address you.
- In recognition of diversity at (company's name), I will continue to use gender-inclusive language unless you indicate a preference.*
- > Best regards, **Mr.** (given name) (surname)
- > Best regards, **Ms.** (given name) (surname)
- > Best regards, (given name) (surname) **(he/him)**
- > Best regards, (given name) (surname) **(she/her)**
- > Best regards, (given name) (surname) **(they/them)**

AVOID GENDER-SPECIFIC JOB TITLES

X	✓
fireman	firefighter
mailman	mail carrier, postal worker
steward/stewardess	flight attendant



LITERATURVERZEICHNIS

- Adida, C. L., Laitin, D. D. & Valfort, M.-A. (2016): Why Muslim integration fails in Christian-heritage societies: Harvard University Press.
- AG Feministisch Sprachhandeln der Humboldt-Universität zu Berlin (2014): Was tun? Sprachhandeln – aber wie? W_ortungen statt Tatenlosigkeit. <http://feministisch-sprachhandeln.org/>
- BOSCH GmbH: Mit ALLEN sprechen. Gendergerechte Sprache – leicht gemacht!
- Braun, F., Oelkers, S., Rogalski, K., Bosak, J. & Sczesny, S. (2007): „Aus Gründen der Verständlichkeit ...“: Der Einfluss generisch maskuliner und alternativer Personenbezeichnungen auf die kognitive Verarbeitung von Texten. *Psychologische Rundschau*, 58(3), 183–189.
- Braun, F., Sczesny, S. & Stahlberg, D. (2005): Cognitive effects of masculine generics in German: An overview of empirical findings. *Communications*, 30(1), 1–21. <https://doi.org/10.1515/comm.2005.30.1.1>
- Burmasova, S. (2010): Empirische Untersuchung der Anglizismen im Deutschen am Material der Zeitung Die WELT (Jahrgänge 1994 und 2004) (Bamberger Beiträge zur Linguistik, Bd. 2). Zugl.: Bamberg, Univ., Diss., 2009. Bamberg: Univ. of Bamberg Press. www.opus-bayern.de/uni-bamberg/volltexte/2010/244
- Demarmels, S. & Schaffner, D. (2011): Gendersensitive Sprache in Unternehmenstexten. In S. Demarmels & W. Kesselheim (Hrsg.), *Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln* (S. 98–120). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94041-0_7
- Desprez-Bouanchaud, A., Doolaee, J. & Ruprecht, L. (UNESCO, Hrsg.; 1999): *Guidelines on gender-neutral language*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000114950>
- Die Gleichstellungsbeauftragte der Universität zu Köln V.i.S.d.P., Annelene Gäckle (Hrsg.; 2017): *ÜberzeugENDERe Sprache. Leitfaden für eine geschlechtersensible und inklusive Sprache*. Verfügbar unter: tinyurl.com/ueberzeugende-sprache
- Dworski, A. (Netzwerk Leichte Sprache, Hrsg.; 2014): *Was ist Leichte Sprache? Presseinformation des Vereins Netzwerk Leichte Sprache*. Verfügbar unter: tinyurl.com/leichte-sprache-presse
- European Parliament (2018): *Gender-Neutral Language in the European Parliament*. Verfügbar unter: tinyurl.com/european-parliament
- Evans, N. J. (2002): The impact of an LGBT safe zone project on campus climate. *Journal of College Student Development*, 43(4), 522–539.
- Gabriel, U. & Mellenberger, F. (2004): Exchanging the generic masculine for gender-balanced forms-the impact of context valence. *Swiss Journal of Psychology*, 63(4), 273–278. <https://doi.org/10.1024/1421-0185.63.4.273>
- Gates, G. (2017, 1. Januar): In US, more adults identifying as LGBT, Gallup. Verfügbar unter: tinyurl.com/lgbt-identification
- Gaucher, D., Friesen, J. & Kay, A. C. (2011): Evidence that gendered wording in job advertisements exists and sustains gender inequality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(1), 109. <https://doi.org/10.1037/a0022530>
- Groeben, N. (1982): *Leserpsychologie: Textverständnis – Textverständlichkeit*. Münster: Aschendorff.
- Heise, E. (2000): Sind Frauen mitgemeint? Eine empirische Untersuchung zum Verständnis des generischen Maskulinums und seiner Alternativen. *Sprache & Kognition*, 19(1-2), 3–13. <https://doi.org/10.1024//0253-4533.19.12.3>
- Herrmann, S. K. (2007): Performing the Gap: queere Gestalten und geschlechtliche Aneignung. In A.G. Gender-Killer (Hrsg.), *Das gute Leben: linke Perspektiven auf einen besseren Alltag* (S. 195–203). Münster: Unrast.
- Hornsby, E. E. (2006): Using policy to drive organizational change. In R. J. Hill (Hrsg.), *New directions for adult and continuing education* (Bd. 2006, S. 73–83). San Francisco, CA: Jossey-Bass. <https://doi.org/10.1002/ace.238>
- Hornscheidt, L. (2012): *feministische w_orte: ein lern-, denk-und handlungsbuch zu sprache und diskriminierung, gender studies und feministischer linguistik*. Frankfurt am Main: Brandes & Apsel Verlag.
- Hornscheidt, L., *Charta der Vielfalt* (Mitarbeiter; 2018, 22. November): Vortrag im Expert*innen-Lab „Fehlen uns die Worte? Mit Sprache Realität schaffen“. Diversity Konferenz 2018. Verfügbar unter: tinyurl.com/charta-konferenz
- Horvath, L. & Hentschel, T. (2015): Passende Talente ansprechen – Rekrutierung und Gestaltung von Stellenanzeigen. In C. Peus, S. Braun, T. Hentschel & D. Frey (Hrsg.), *Personalauswahl in der Wissenschaft – Evidenzbasierte Methoden und Impulse für die Praxis* (S. 65–82). Springer-Verlag.
- Internationales EU-Forschungsprojekt "The Initial Training Network – Language, Cognition, and Gender (ITN LCG)", zum Zusammenhang von Sprache und Geschlecht in der Wahrnehmung, Verfügbar unter: tinyurl.com/cordis-factsheet
- Langer, I., Schulz von Thun, F. & Tausch, R. (1974): *Verständlichkeit in Schule, Verwaltung, Politik und Wissenschaft*. München: Reinhardt.
- Lydtin, S. & Hofbauer, C. (Wirtschaftsuniversität Wien, Hrsg.; 2017): *Fair und inklusiv in Sprache und Bild. Ein Leitfaden für die WU* (2. Aufl.). Verfügbar unter: tinyurl.com/sprach-bild-leitfaden
- National Council of Teachers of English (2015): *Guidelines for Gender-Fair Use of Language*. www2.ncte.org/statement/genderfairuseoflang/
- Netzwerk Leichte Sprache (2014): *Leichte Sprache. Ein Ratgeber* (Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Hrsg.). Zarbock, Frankfurt (Main). Verfügbar unter: tinyurl.com/ratgeber-leichte-sprache
- Pew Research Center (2011): *The Future of the Global Muslim Population*. Verfügbar unter: <https://tinyurl.com/prc-muslims>
- Prittitz-Schlögl, F. (2012): *Diversity und Arbeitgeberattraktivität*. Verfügbar unter: tinyurl.com/arbeitgeberattraktivitaet
- Rothmund, J. & Christmann, U. (2002): Auf der Suche nach einem geschlechtergerechten Sprachgebrauch. *Muttersprache*, 112(2), 115–135.
- Stahlberg, D. & Sczesny, S. (2001): Effekte des generischen Maskulinums und alternativer Sprachformen auf den gedanklichen Einbezug von Frauen. *Psychologische Rundschau*, 52(3), 131–140. <https://doi.org/10.1026//0033-3042.52.3.131>
- Steiger, V. & Irmen, L. (2007): Zur Akzeptanz und psychologischen Wirkung generisch maskuliner Personenbezeichnungen und deren Alternativen in juristischen Texten. *Psychologische Rundschau*, 58(3), 190–200.
- Stout, J. G. & Dasgupta, N. (2011): When he doesn't mean you: Gender-exclusive language as ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(6), 757–769.
- Switzer, J. Y. (1990): The impact of generic word choices: An empirical investigation of age-and sex-related differences. *Sex Roles*, 22(1-2), 69–82.
- University of Oxford (Caroline Moughton Equality and Diversity Unit, Hrsg.; 2018): *Transgender Guidance*. Verfügbar unter: tinyurl.com/transgender-guide
- Valfort, M.-A. (2017): *LGBTI in OECD Countries: A Review* (OECD Social, Employment and Migration Working Papers, Bd. 198). Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/d5d49711-en>
- Verein Leicht Lesen: *Frau. Mann. Und noch viel mehr*. Verfügbar unter: undnochielmehr.com/
- Vervecken, D. & Hannover, B. (2015): Yes I can! Effects of gender fair job descriptions on children's perceptions of job status, job difficulty, and vocational self-efficacy. *Social Psychology*, 46(2), 76–92. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000229>
- Vervecken, D., Hannover, B. & Wolter, I. (2013): Changing (S)expectations. How gender fair job descriptions impact children's perceptions and interest regarding traditionally male occupations. *Journal of Vocational Behavior*, 82(3), 208–220. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.01.008>
- Vu, V. (ZEIT ONLINE, Hrsg.; 2018, 13. März): Die Frau ist nicht der Rede wert. Verfügbar unter: tinyurl.com/sparkassenurteil
- Webster, J. R., Adams, G. A., Maranto, C. L., Sawyer, K. & Thoroughgood, C. (2018): Workplace contextual supports for LGBT employees: A review, meta-analysis, and agenda for future research. *Human Resource Management*, 57(1), 193–210. <https://doi.org/10.1002/hrm.21873>
- Weisgram, E. S., Bigler, R. S. & Liben, L. S. (2010): Gender, values, and occupational interests among children, adolescents, and adults. *Child Development*, 81(3), 778–796.
- Welpel, I. M., Peus, C., Braun, S., Brosi, P., Shaugnessy, B., Tanja, H. et al. (Hrsg.): *Sieben Schritte zur gender-sensitiven Personalauswahl und -beurteilung. Handreichung für EntscheidungsträgerInnen in Wirtschaft und Wissenschaft*. Verfügbar unter: tinyurl.com/personalauswahl-welpel
- Wikipedia contributors (Wikipedia The Free Encyclopedia, Hrsg.; 2019, 20. Februar): *LGBT symbols*. Verfügbar unter: tinyurl.com/LGBTIQ-Flaggen

IMPRESSUM

Herausgeber

PROUT AT WORK-Foundation, Dantestraße 29, 80367 München, www.proutatwork.de

V.i.S.d.P.: Albert Kehrer, Vorstandsvorsitzender (Adresse siehe oben)

PROUT AT WORK ist eine eingetragene Wort-/Bildmarke (Deutsches Patent- und Markenamt Register-Nr.: 30 2014 055 885)

Konzept und Redaktion

PROUT AT WORK-Foundation

Albert Kehrer – Diversity | Coaching | Networking

Autor: Fabian Müller

Redaktion und Text: Sandra Hachmann, München

Gestaltung: Liane Zimmermann // Komplizenwerk, München

Korrektur, Satz, Reinzeichnung: Markus Keller

Bildnachweis: Titel, Seite 2/3: jason leung/headway by unsplash

Urheberrecht: Der Leitfaden einschließlich aller seiner Bestandteile wie Texte und Bilder ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung unzulässig. Eine entgeltliche Weitergabe der Inhalte an Dritte ist nicht gestattet.

Inspired by:



PROUT AT WORK-Foundation

+49 89 9228 6199

info@proutatwork.de

proutatwork.de

facebook.com/proutatwork