



Gendergerechte Sprache– Themen, Trends und keine Shitstorms.

**Dr. Simone Burel @TH Deggendorf,
5. April 2022**

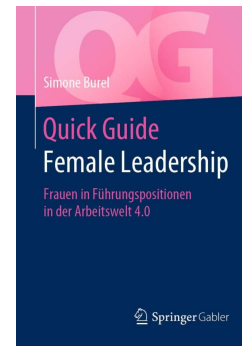


Dr. Simone Burel

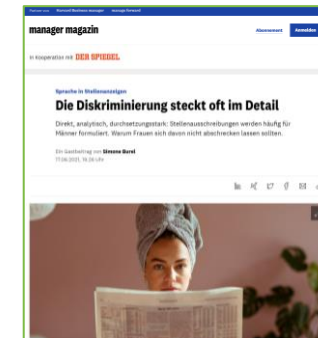
- Geschäftsführerin der LUB GmbH
- Fachbuchautorin & Herausgeberin der Reihe „Sprache & Wirtschaft“
- Kolumnistin beim Human Resources Manager



Burel, Simone (2021):
Sprache denkt (fe)male.



Burel, Simone (2020):
Female Leadership.



[Sprache in Stellenanzeigen: Die Diskriminierung steckt oft im Detail.](#)
Quelle: Der Spiegel, manager magazin



[7 Gedanken zu gendergerechten Stellenanzeigen.](#)
Quelle: Human Resources Manager



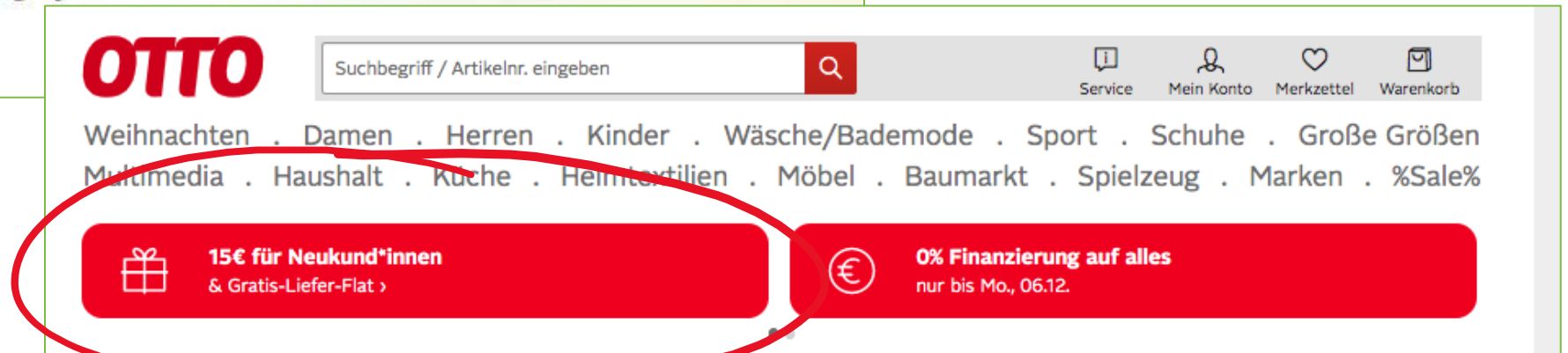
Umfrage


OTTO claimt *Fairness* und wird Marktführerin.





Daten & Fakten

Die Otto Group ist eine weltweit agierende Handels- und Dienstleistungsgruppe mit rund 52.000 Mitarbeiter*innen und einem Umsatz von 14,3 Milliarden Euro. Mit 30 wesentlichen Unternehmensgruppen ist sie in mehr als 30 Ländern Europas, Nord- und Südamerikas und Asiens präsent. Die Otto Group gehört mit einem Onlineumsatz von 8,1 Milliarden Euro zu den weltweit größten Onlinehändlern.


otto group




OTTO Suchbegriff / Artikelnr. eingeben 

Service  Mein Konto  Merkzettel  Warenkorb 

Weihnachten . Damen . Herren . Kinder . Wäsche/Bademode . Sport . Schuhe . Große Größen
Multimedia . Haushalt . Küche . Heimtextilien . Möbel . Baumarkt . Spielzeug . Marken . %Sale%

 **15€ für Neukund*innen**
& Gratis-Liefer-Flat >

 **0% Finanzierung auf alles**
nur bis Mo., 06.12.

Quelle: Otto

AUDI nutzt den Gender Gap.

☰ SPIEGEL Wirtschaft

Gendergerechte Sprache

Audi-Mitarbeiter werden zu »Audianer_innen«

»Vorsprung beginnt im Kopf«: Unter diesem Motto empfiehlt Audi laut der »Augsburger Allgemeinen« seinen Mitarbeitern, ab sofort gendergerechte Sprache zu verwenden. Der Mutterkonzern Volkswagen prüft ähnliche Schritte.

02.03.2021, 09.10 Uhr

FA.Z. EXKLUSIV

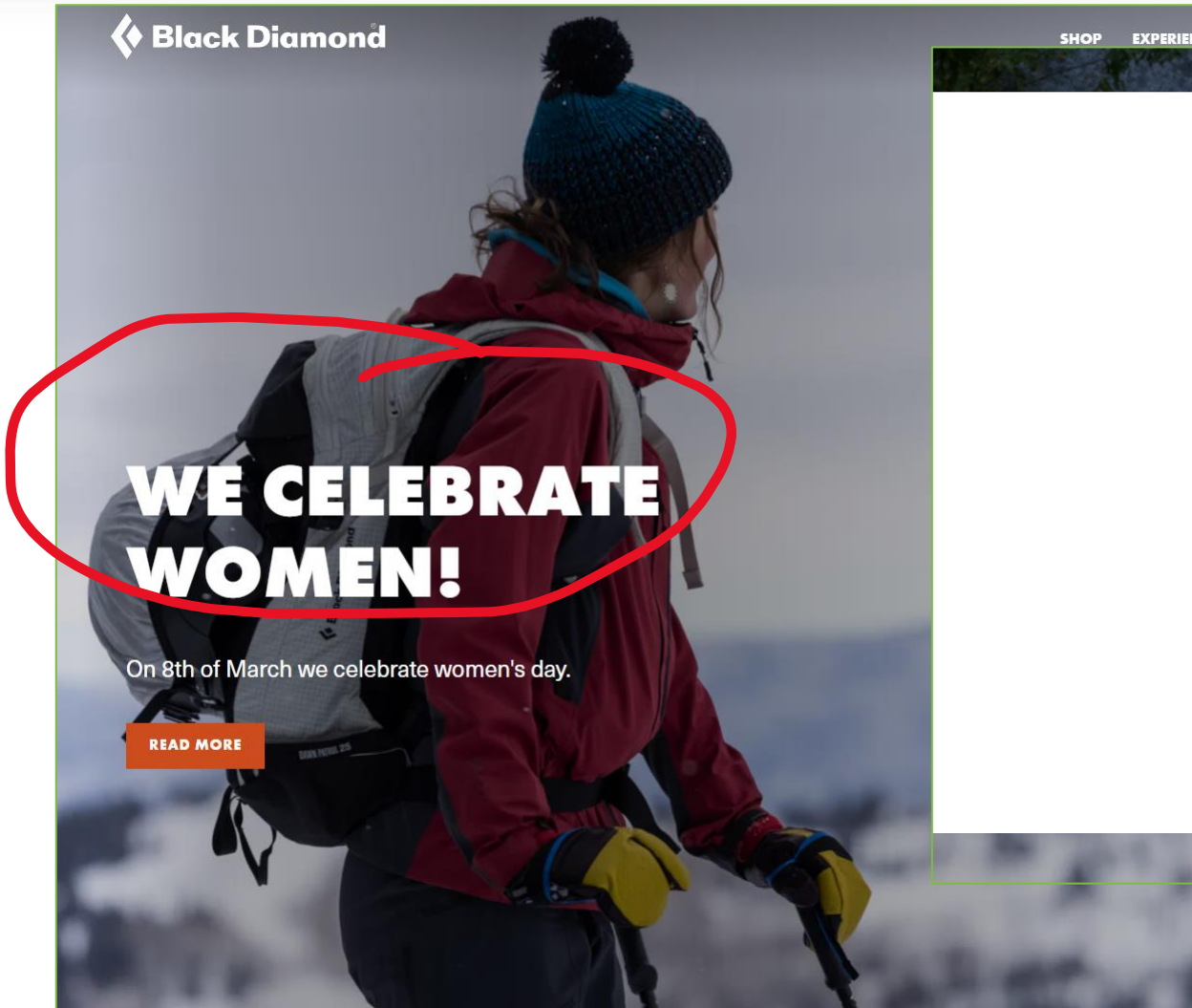
Mehrheit der Dax-Konzerne setzt auf Gendersprache

VON GUSTAV THEILE, FRANKFURT - AKTUALISIERT AM 25.03.2021 - 07:07



16 der 30 Dax-Konzerne gendern oder wollen das in Zukunft tun. Das ist das Ergebnis einer F.A.Z.-Umfrage. Warum tun sie das?

Quelle: SPIEGEL / Audi /
FAZ



Black Diamond

WE CELEBRATE WOMEN!

On 8th of March we celebrate women's day.

READ MORE

SHOP EXPERIEN

Hier bei Black Diamond dreht sich alles ums Klettern und Skifahren. Wir machen die gleichen Erfahrungen in Fels, Eis und Schnee wie du, und diese Erfahrungen motivieren uns, die bestmögliche Ausrüstung für eine weltweite Gemeinschaft von Menschen zu entwickeln, die diese Leidenschaft für's Klettern und Skifahren teilen.

Was in einer kleinen Hinterhofwerkstatt begann, hat sich zu einem globalen Unternehmen mit Zweigstellen auf drei Kontinenten entwickelt. Black Diamond ist nicht nur ein Unternehmen für alle Kletter- und Skibegeisterten, sondern steht für den Geist dieser Sportarten, für ihre Werte und Ziele, ihre Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Seit 1957 hat unsere Ausrüstung mit ihrem innovativen Design immer wieder in verschiedensten Bereichen den Maßstab gesetzt. Dies ist zum einen das Ergebnis von Engagement, Hingabe und Sorgfalt eines **globalen Teams** von Menschen. Es hängt aber auch damit zusammen, dass alle unsere **Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen** selbst begeistert klettern und skifahren.

Wir sind ein Unternehmen aus **kletterbegeisterten Menschen**. Das ist es, was uns ausmacht. Wir haben große Visionen von dem, was sein könnte, und hinterfragen stets das Bestehende. Aus diesem Grunde ist die Verwirklichung von Black Diamond ein Prozess, der niemals enden wird. Das Unternehmen ist heute dank der vielen Menschen hier in den USA und bei Black Diamond Europe engagierter denn je. Die grenzenlose Energie und das praktische Engagement unserer Teams haben rund um den Globus eine vielversprechende Zukunft für alle Kletter- und Skibegeisterten geschaffen.

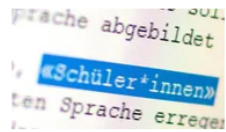
Quelle: Black Diamond

SPIEGEL ist sich noch nicht sicher.

Liebe Leser, ~~Leserinnen~~,
liebe LeserInnen,
liebe Leser_innen,
liebe Leser:innen,
liebe Leser*innen,
...
liebe Lesende

Gesellschaft Diskriminiert die deutsche Sprache Frauen und soziale Minderheiten? Um das Gendersternchen und andere neue Formen hat ein Kulturkampf begonnen. Behörden, Firmen und auch der Duden schaffen Fakten, obwohl es für den Wandel keine Mehrheit gibt.

Quelle: SPIEGEL



Hochschulen

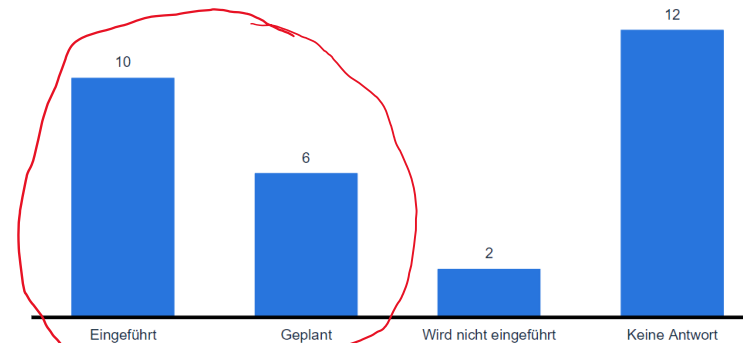
Gendergerechte Sprache an Hochschulen auf dem Vormarsch

8. November 2021, 15:50 Uhr / Aktualisiert am 8. November 2021, 15:58 Uhr / Quelle: dpa /

Stuttgart (dpa/lsw) - An den Hochschulen im Land soll eine geschlechtergerechte Sprache Einzug halten. Dazu hat die Landeskonferenz der Gleichstellungsbeauftragten an den wissenschaftlichen Hochschulen Leitlinien verabschiedet. «Sprache erzeugt Bilder im Kopf, und wir wollen diese Bilder so divers wie möglich halten, damit unsere Handlungen dieser Vielfalt gerecht werden», sagte die Sprecherin der Landeskonferenz, Birgid Langer, der Deutschen Presse-Agentur. Die Hochschulen sollen sich in ihrer internen und externen Kommunikation an den kürzlich verabschiedeten Empfehlungen orientieren. Für die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie die Studierenden sind die Vorschläge nicht verpflichtend.

Inklusive Sprache wird in (DAX-)Unternehmen immer präsenter

Die FAZ befragte im März 2021 18 der DAX-30-Unternehmen: „Wie stehen Sie als Unternehmen derzeit zum Einsatz inklusiver Sprache?“



Hinweis(e): Deutschland; Mitte März 2021; 18 DAX-Unternehmen gaben eine Antwort auf die Umfrage
Quelle(n): FAZ; Mediacampus der Hochschule Darmstadt; ID_1235488

statista



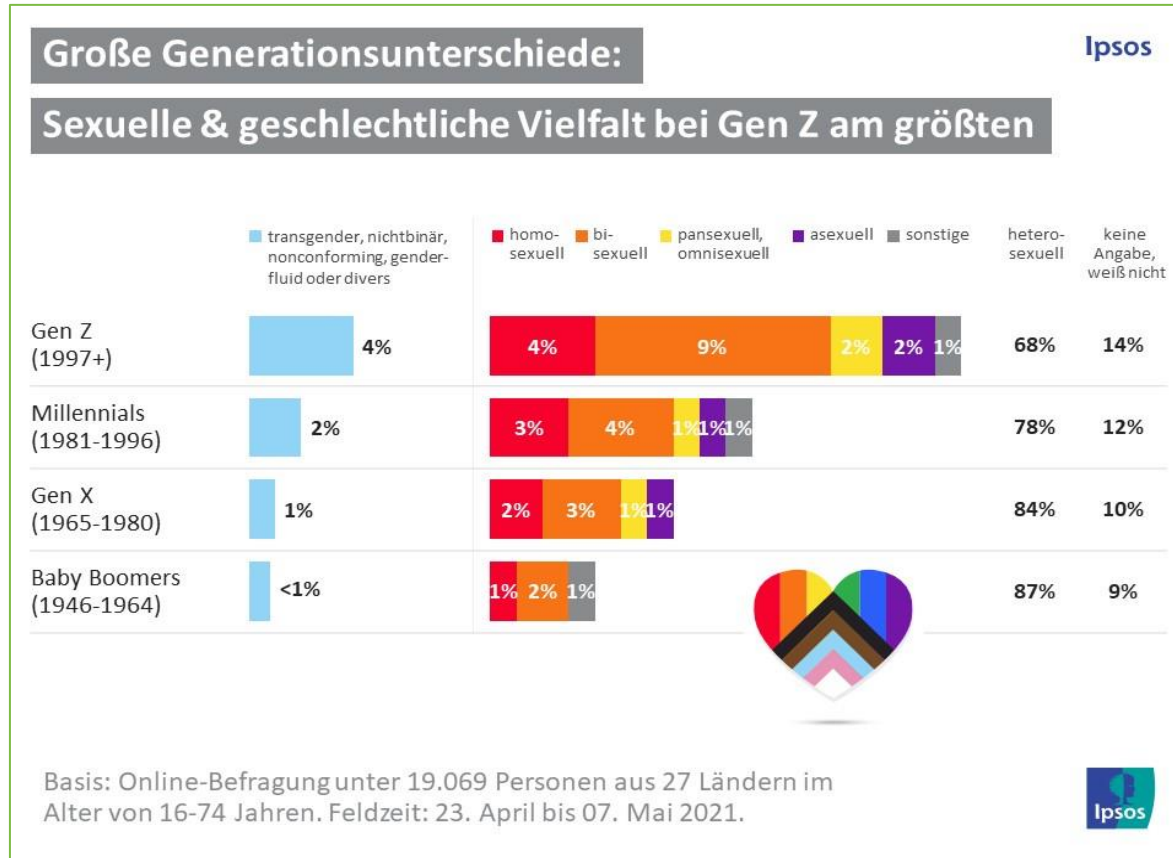
Zwei DAX-30-Unternehmen gaben an inklusive Sprache nicht in die Unternehmenskultur zu integrieren. Zehn der DAX-30-Unternehmen haben diese jedoch bereits eingeführt und wiederum sechs planten eine Einführung. Auch wenn der Fokus zumeist auf interne Kommunikation liegt, positionieren (DAX-)Unternehmen sind zunehmend öffentlich dazu.

Beispiele deutscher (DAX)-Unternehmen mit öffentlicher Positionierung zu inklusiver Sprache:



Quelle: Zeit Online / Welt

Jüngere Generation erwartet Gendergerechtigkeit.



- Junge Erwachsene sind in Bezug auf ihre Geschlechtsidentität **deutlich vielfältiger** als ältere Generationen.
- beinahe **jede:r Fünfte** (18%) der Gen Z identifiziert sich als schwul, lesbisch, bisexuell oder divers.
- **> 70 %** möchten lieber in einem diversen Unternehmen arbeiten
- **Reputationsrisiko:** Fehlendes Gendern lässt Unternehmen altmodisch und für jüngere Zielgruppen weniger attraktiv erscheinen.

Quelle: Ipsos 2021

Brüder Grimm genderten bereits!

D W D S Login

Startseite / Deutsches Wörterbuch (*DWB) / Eintrag zu »gästin«

Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm (¹DWB)

gästin

im ¹DWB suchen

gästin, gästin, f.

GÄSTIN, GÄSTIN, f.

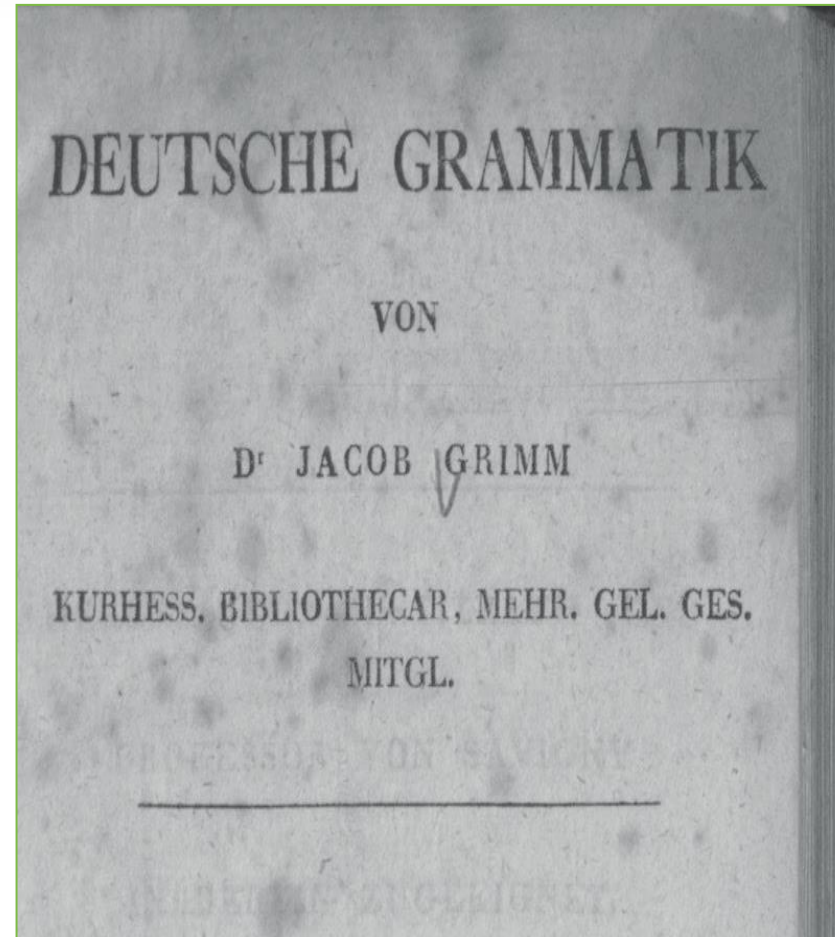
weiblicher gast, wenig gebraucht, doch schon ahd. keſtīn hospita GRAFF 4, 269, ziemlich oft mhd. gëstinne, gëstīn; s. dazu gast 11 in weiblichem gebrauch.

1) *eine fremde:*

her dächte, si ist ein gëstīn hī. BARTSCH *mitteld. ged.* s. 86;

das kein burger oder burgerin, gast oder gëstīn in diser stat Nuremberg .. peteln sol. *Nürnb. pol.* 316. 57, s. ↗ *gast 1 und 3, auch ein armew gëstinne und noch kärnt. gëstīn, ortsfremde mit einwohnerrecht, unter gast 1, c, β.*

2) *eine fremde als besuch, als willkommner gast:*



Quelle: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS)

DAS GENERISCHE MASKULINUM IST FIKTION

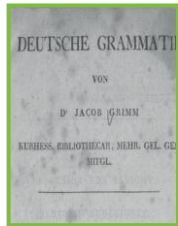
Das generische Maskulinum ist eine sprachliche Fiktion. Die meisten Wörter der deutschen Sprache sind maskulin, aber das Maskulinum ist eine sprachliche Fiktion, die die Realität nicht abbildet. In der Realität gibt es sowohl Männer als auch Frauen, aber die Sprache verwendet das Maskulinum als Standardform. Dies ist ein Beispiel für die Diskrepanz zwischen Sprache und Realität.

Quelle: Die Wirtschaftsfrau

Das generische Maskulinum ist Fiktion – zu meinem [Beitrag in der Wirtschaftsfrau](#)

(Gendergerechte) Sprache entwickelt sich.

1822



- Grimm'sche Grammatik kennt männliche und weibliche Formen

2005

„Angie“-Effekt
Berufsbezeichnung
angepasst



2020

- Variantenvielfalt (*, _, :, @)

2021

- Seit iOS 15 verwendet Siri gendergerechte Sprache



1972



Bundesinnenministerium verbietet Gebrauch von *Fräulein* in Bundesbehörden

2018

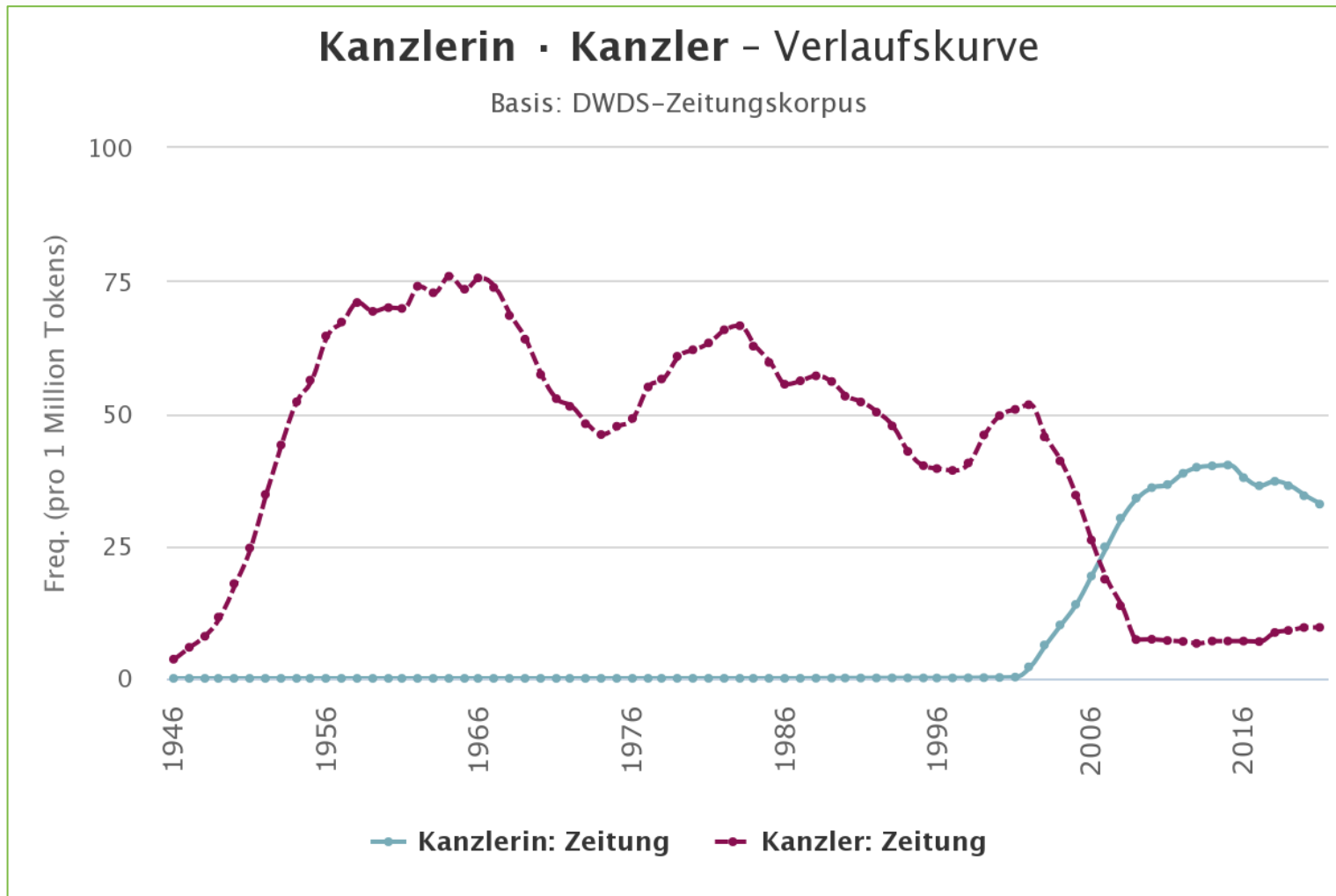


- Weibliche Anrede wird von Kundin eingeklagt
- Personenstandgesetz erlaubt die 3. Geschlechtsoption *divers*

2021

- Duden nimmt 17.000 weibliche Berufsbezeichnungen in Online-Version auf

Der „Angie-Effekt“



Das Lexem *Kanzlerin steigt seit Angela Merks Parteivorsitz 2000 in der Verwendung an.

Quelle: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS)

„Gender“ als Kategorie, die Sprache stark prägt.

Sechs **Diversity-Dimensionen** nennt das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (**AGG**):

- Geschlecht,
- sexuelle Orientierung,
- ethnische Herkunft,
- Alter,
- Behinderung und
- Religion/Weltanschauung.

Die **Charta der Vielfalt** hat 2021 soziale Herkunft als siebte Dimension ergänzt.



DAS Sprachwandelphänomen unserer Zeit!



Quelle: <https://www.gespraechswert.de>

Invisible-Hand-Phänomen:

Jede Einzelhandlung (jedes einzelne Sprechen) ist bewusst, aber niemand intendiert den gesamten Wandelprozess. Sprachwandel ist Ergebnis menschlichen Handelns, aber nicht die Durchführung eines menschlichen Plans!

Fragen, Unsicherheiten & Reaktanz.

Ich meine doch
alle, wenn ich
Mitarbeiter sage.

Frauen sind doch schon
gleichgestellt. Warum
kümmern wir uns nicht
um „wichtigere“
Probleme?

Ich als Frau fühle
mich nicht
ausgeschlossen,
wenn jemand mich
Chef nennt.

Brauchen wir das
Geschlecht „divers“ für so
eine kleine
Personengruppe
überhaupt? Lohnt sich
das, dafür die gesamte
Sprache umzustellen?

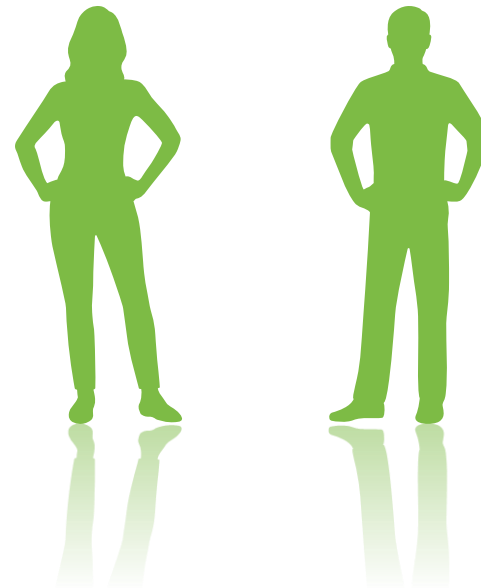
Gendergerechte Sprache
– das ist doch nur die
Meinung einer kleinen
Gruppe. Warum sollen das
plötzlich alle machen?

Reaktanz-Phänomen:

Sprache & Identität scheinbar bedroht.

Sprachpurismus:

Sprache darf sich nicht ändern.



Was macht Sprache mit uns?

*Die Sozialarbeiter liefen durch den Bahnhof.
Wegen des schönen Wetters trugen mehrere der Frauen keine Jacke.*

*Die Sozialarbeiter liefen durch den Bahnhof.
Wegen des schönen Wetters trugen mehrere der Frauen keine Jacke.*

- **Frage 1:** Ist der 2. Satz eine sinnvolle Fortsetzung des 1. Satzes?

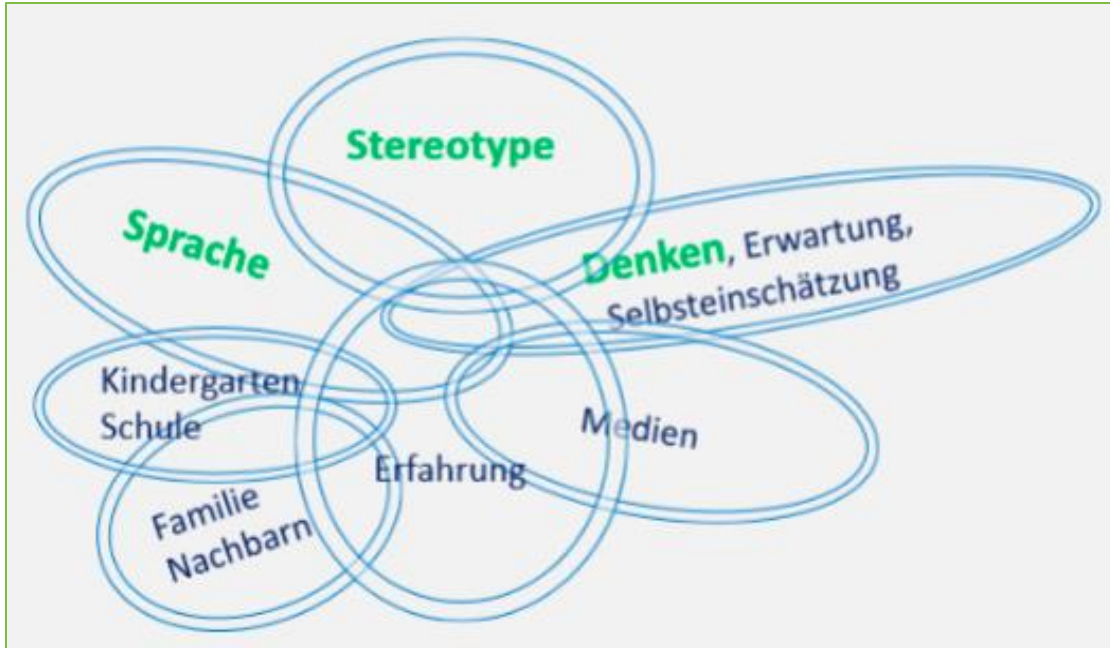
*Die Sozialarbeiter liefen durch den Bahnhof.
Wegen des schönen Wetters trugen mehrere der Frauen keine Jacke.*

- **Frage 1:** Ist der 2. Satz eine sinnvolle Fortsetzung des 1. Satzes?
- **Frage 2:** Wie sehen Ihre *Sozialarbeiter* aus?

Was macht Sprache mit uns?



Quelle: WA.de/Hamm-Mitte



- Sprache evoziert Bilder im Kopf (Konzepte)
- Sprache lenkt Aufmerksamkeit (auf das erste Wort)
- Sprache schafft Zusammenhänge (*Frau & Mutter*)

Sprachliche Folgen:

- Männliche Form (*Generisches Maskulinum*) wird von fast allen als *männlich* dekodiert
- Frauen & diverse Personen bleiben sprachlich-kognitiv unsichtbar.
- Es ist Interpretationssache, ob sie mitgemeint sind.

Außersprachliche Folgen:

- Sprachliche Asymmetrien zum Nachteil von Frauen bestimmen gesellschaftliche Asymmetrien mit
- Beispiele: Berufswahl, Identifikationsangebote, Beförderungen, Gender Gaps, Spitzenämter etc.
- Gendergerechte Sprache als ausgleichend

Studien mit erheblichen Nachteilen existieren nicht.

BAYERISCHE UNIVERSITÄTEN
Söder will Gender-Vorgaben prüfen lassen
AKTUALISIERT AM 15.09.2021 - 11:39



Studenten dürften keine schlechteren Noten bekommen
Prüfungsleistungen nicht genders, findet Markus Söder
Wissenschaftsminister soll daher nun prüfen, „was es da

AN HOCHSCHULEN
Bayerische Regierung will Gender* stoppen



Henning Lobin **DUDEN**



Wie die Neue Rechte die deutsche

Bestseller-Autorin Birgit Kelle: So irre ist der Gender-Wahn

Von Franz Rohleder ▾

München - Bestseller-Autorin Birgit Kelle rechnet in ihrem neuen Buch "Gender Gaga. Ideologie unseren Alltag erobern will" mit der Gender-Ideologie ab. Im Interview spricht sie über die Auswüchse - auch in München und bei der CSU.

Sie ist Stammgast in Talkshows, wenn es um die drei großen "F-Themen" geht: Familie, Feminismus. Die Publizistin und Bestseller-Autorin Birgit Kelle streitet für einen "neuen Frauen erlaubt, zugleich sexy und selbstständig zu sein - sowohl Karrierefrau als auch M

"Gendergaga" bei Audi: Autobauer bittet um geschlechtsneutrale Sprache - Twitter ruft zum Boykott auf

Audi möchte fortan auf geschlechtsneutrale Sprache setzen und rät seinen Angestellten zur Schreibweise "Audianer_innen". Auf Twitter entbrennt ein Shitstorm. Nutzer sprechen von "Gendergaga" und rufen zum Boykott des Autoherstellers auf.

- Diskussion ist emotionalisiert und nicht faktenbasiert, v.a. durch (rechte) Medien & den Verein deutscher Sprache (VDS)
- Generisches Maskulinum meint alle mit?
- Barriereunfreiheit (Screen Reader & Übersetzungs-Tools)?
- Längere Sätze & schlechteres Verstehen?

Quellen: Frankfurter Allgemeine 2021, Merkur 2021, news.de 2021, BILD 2021



Kund:innen: Viele Menschen fühlen sich durch gendergerechte Sprache eher angesprochen.

- Je besser gebildet und je höher das Haushalts-Nettoeinkommen, desto größer die Zustimmung zur Verwendung gendergerechter Sprache, gerade in grün-liberalem Umfeld. (infratest dimap 2021)



Mindset: Menschen denken offener über Geschlechterrollen, Arbeitskultur & Innovation nach.

- Unabhängig vom Geschlecht halten 56 % der Altersgruppe der 18-24-Jährigen eine gendergerechte Sprache für wichtig (Institut YouGov 2021).



Berufswahl: Kinder trauen sich mehr Berufe zu, wenn auch weibliche Formen genutzt werden.

- Beispiele sind technische Redakteurin, Elektrikerin, Installateurin. (Vervecken & Hannover 2015)



Bewerbungs-/Einstellungsverhalten: Frauen bewerben sich häufiger und werden als kompetenter eingeschätzt (und eher eingestellt).

- HR schätzte Frauen als weniger kompetent bei generischem Maskulinum ein (Think Manager, think male). (Horvath & Sczesny 2016; Hentschel & Horvath 2015; Gaucher, Friesen & Kay 2011; Burel/Spitzer/Tschürtz 2018)

Sprache als starker Hebel für Diversität.

- **Effektiv:** Sprache wirkt unterbewusst, lenkt über Assoziationen und unterschwellige Bedeutungen
- **Effizient:** 10.000 Wörter pro Tag – effizienter Weg, das Thema (Gender) Diversity zu positionieren
- **Kostengünstig:** Geringe laufende Kosten, Einsparung von zielgruppen-gerechtem Studiengangs-Marketing, Recruiting etc.



Quelle: Franziska Saur

➔ **Seit 2011 beginnen jedes Jahr mehr Frauen als Männer ein Hochschulstudium in Deutschland; Reputationsrisiken bei U40**

Noch kein Standard für gendergerechte Sprache ☹️

- Verständlichkeit
- Schnelles Erfassen
- Einheitlichkeit
- Übersetzbarkeit
- Vorlesbarkeit
- Rechtssicherheit

Es braucht von Organisationsseite 3 Dinge:

1. Faktenbasierte Impulse
2. Mehr Awareness für positive Auswirkungen
3. Einheitliche Richtlinien für mehr Klarheit

*Auf eine abschließende Empfehlung konnte sich der **Rat für Deutsche Rechtschreibung** bislang nicht verständigen. Auch die Frage nach der Einbeziehung von Personen der dritten Geschlechtsoptionen wurde offengelassen. Der Rat will die Entwicklung des Schreibgebrauchs zunächst weiter beobachten.*



Quelle: highdoc

Aktuelle DIN-Norm zur Anrede

Das Arbeitsgremium des *Deutschen Instituts für Normung* hat in seiner aktuellen Norm für den geschäftlichen Schriftverkehr, der **DIN 5008 (2020)**, gendergerechte Varianten der Anrede spezifiziert.



Quelle: Duden

Was bedeutet „gendergerechte Sprache“ (Burel 2020)?

- 1. Grammatisches Gendern:** Nicht-Verwendung von Wörtern oder Wortbestandteilen, die Menschen ausschließen (*Leser* → *Leser:in*)
- 2. Keine Gender-Stereotype in Wort & Bild (Gender Codes):** Nicht-Verwendung von stereotypisierenden Zuschreibungen (*Frauen als redselig, Männer als stark, Bilder mit Frauen in der Unterzahl etc.*)
- 3. Keine diskriminierenden Wörter:** Nicht-Verwendung von Wortbestandteilen, die negativ konnotiert sind (Abwertungen), Zusammensetzungen, Bilder & Sprichwörter (*Mädels, Putzfrau, Milchmädchenrechnung, Mannschaft, Manntage, Manpower, man*, guys, Freund & Helfer, harter Hund*)



Quelle: Der Spiegel

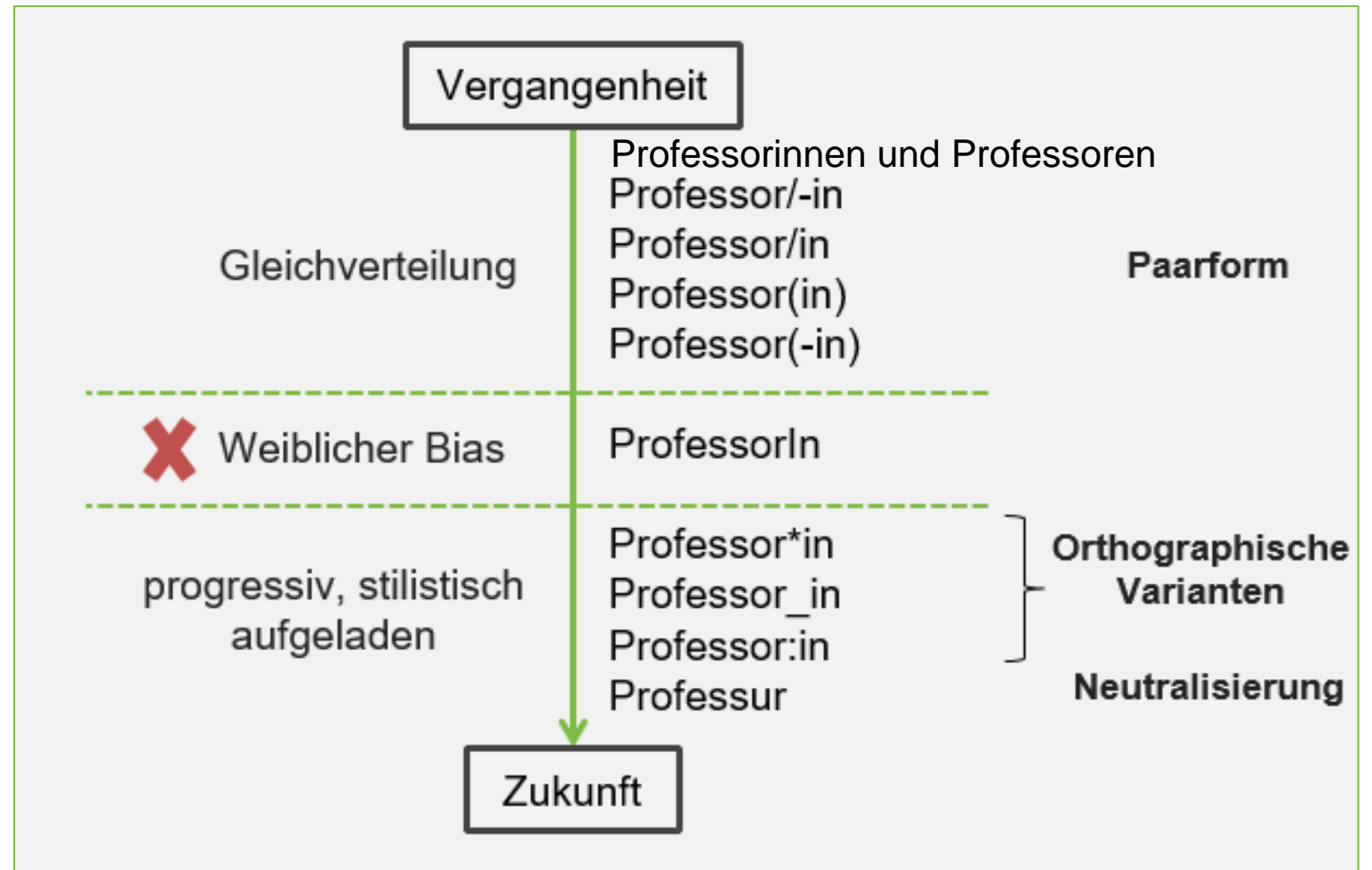
1. Initialphase

2. Diffusionsphase (Varianten)

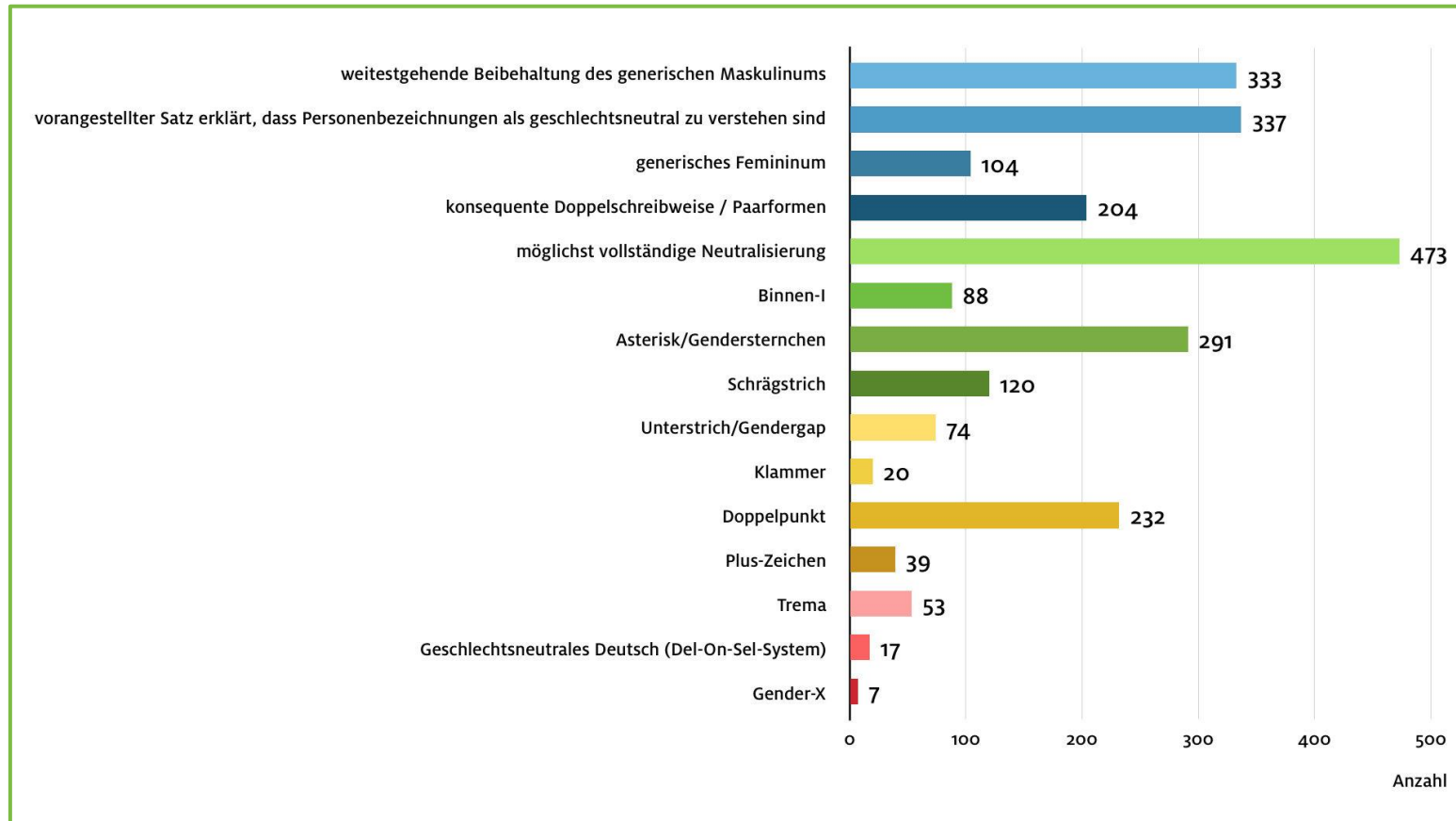
3a. Approbationsphase (neue Variante ersetzt die alte)

3b. eine Variante setzt sich gegenüber anderen durch

4. Normierungsphase (Aufnahme in Regelwerke)



Quelle: LUB



Quelle: DPA / Designtagebuch

Gender-Stereotype (Gender Codes).



Quelle: LUB

Stereotypenforschung (Gender Codes):

- Kimmel (2015) beschreibt **Stereotype als ein Bündel voraussetzender Annahmen**, die sich auf Fähigkeiten und Kompetenzen von Männern, Frauen und anderen beziehen, die im Alltag unvermeidbar und harmlos erscheinen, jedoch im beruflichen Kontext Probleme verursachen (*Think manager, think male*).



- Teamfähigkeit
- Kommunikationsgeschick
- Engagement
- Emotionalität



- Erfahrung
- Eigenmotivation
- Durchsetzungsvermögen
- Rationalität

Quelle: LUB

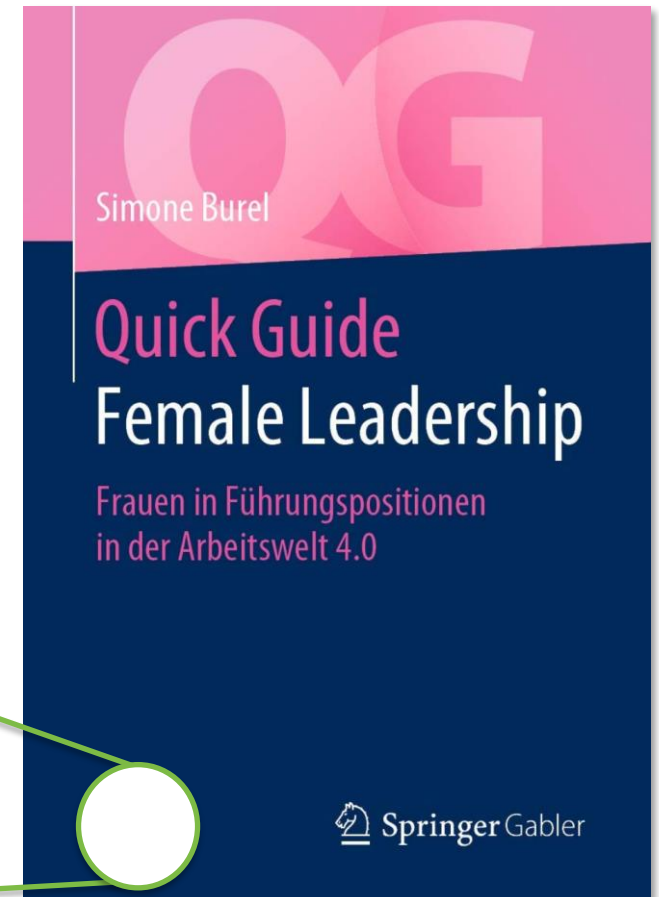
Diskriminierende Wörter.

Don't	Do
Milchmädchenrechnung	Irrtum
Not am Mann	Notlage, Engpass, Personal- mangel, auf Unterstützung angewiesen, dringender Bedarf an Mitarbeit
Von Mann zu Mann	Unter vier Augen
Ein Mann, ein Wort	Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Verlässlichkeit
Der kleine Mann auf der Straße	Der einfache Mensch auf der Straße
Übung macht den Meister	Fleiß, Vorbereitung ist alles
Otto Normalverbraucher	Durchschnittsmensch, Durchschnittsperson
Seinen Mann stehen	Sich bewähren
Meisterstück, Meisterwerk	Geniestreich
Der Kunde ist König	Der Mensch steht im Mittelpunkt
Mädchenname	Geburtsname
Schirmherrschaft, Schirmherr, Schirmherrin	Support, Repräsentanz, gefördert / unterstützt von
Mannschaft	Team
Manpower	Humanpower
Manntage	Arbeitstage, Personentage


Quelle: LUB

Was bedeutet die Theorie für die Praxis? (Burel 2020)

0. Sprachliche Touchpoints klären.
1. Generisches Maskulinum unbedingt vermeiden.
2. Einheitliche Form auf möglichst vielen Kanälen verwenden.
3. Wenn möglich, (auch) geschlechtsneutrale Formen wählen.
4. Frauen und andere Gruppen visuell sichtbar machen (in Icons & Bildern).
5. Barrierefreiheit, Footer & SEO mitdenken.



Wo sind Touchpoints gendergerechter Sprache?



BEWERBUNG

Inhalt
Hochschulzugangsberechtigung (HZB) | Garstudium

Hier geht es zur **ONLINE-BEWERBUNG**

Bewerbung für das Sommersemester

Zum Sommersemester ist für Bachelorstudierende lediglich eine Bewerbung in ein höheres Semester möglich. Für die meisten Masterstudienfächer besteht die Möglichkeit, sich auch für das 1. Semester zu bewerben. Grundsätzlich endet die Bewerbung am 15. Januar (Ausschlussfrist). Bis zu diesem Datum müssen alle erforderlichen Unterlagen an die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf eingegangen sein.

Derzeit ist für folgende Masterstudienfächer eine Bewerbung über den 15. Januar hinaus noch möglich:

International Management of Forest Industries	bis 28. Februar 2022
Umweltgenieurwesen	bis 28. Februar 2022

Bitte beachten Sie zusätzlich die weiteren Informationen zu den Zulassungsvoraussetzungen auf den jeweiligen Studiengangsseiten der Bachelor- und Masterstudienfächer.

Eine Bewerbung für das Wintersemester ist ab Anfang Mai 2022 möglich!

Bei Fragen zum Thema Bewerbung und zu den Studiengängen wenden Sie sich bitte an den **Student Service** oder an die zuständigen Ansprechpartner für **Zulassungsgesprächen**. Alternativ steht Ihnen für allgemeine Fragen die **Allgemeine Studienberatung** zur Verfügung.

Unternehmenskommunikation und HR/Personal

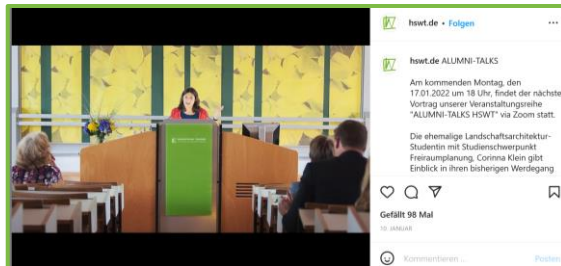
- Intranet, Pressemitteilungen, NL
- Social Media
- Broschüren
- Website
- Stellenausschreibungen

Vertrieb / Marketing

- Werbemittel
- Studiengangsmaterial
- Vorlagen
- Formulare

Stammdaten / IT

- Erhebung Stammdaten
- interne/externe Formulare



hswt.de • Folgen

hswt.de ALUMNI-TALKS

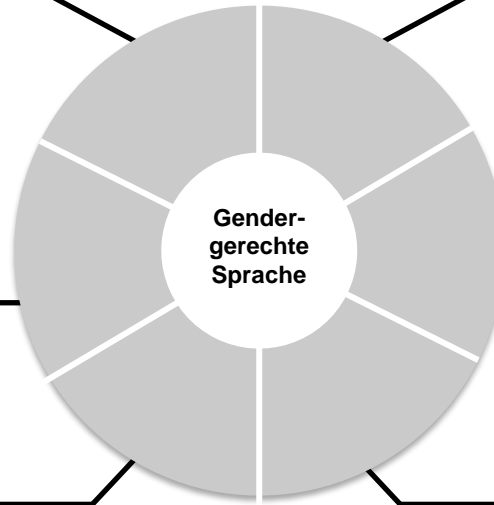
Am kommenden Montag, den 17.01.2022 um 18 Uhr, findet der nächste Vortrag unserer Veranstaltungsreihe "ALUMNI-TALKS HSWT" via Zoom statt.

Die ehemalige Landschaftsarchitekturstudentin mit Studienschwerpunkt Freiraumplanung, Cornelia Klein gibt Einblick in ihren bisherigen Werdegang.

Gefällt 98 Mal

10. JANUAR

Kommentare



Wissenschaftskommunikation

- Websites
- Anträge
- Leitfäden
- Lehrmaterial
- ...

Regelungen

- Verträge
- Richtlinien
- Arbeitsanweisungen
- Vordrucke

Bildsprache

- Fotos
- Icons/Grafiken

Applied Sciences for Life - In diesem Sinne verfügt die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf über ein einzigartiges, alle Lebensgrundlagen umfassendes Facherspektrum. Wir gehören zu den führenden Hochschulen für angewandte Lebenswissenschaften und grüne Technologien. Unsere Studierenden bilden wir zu verantwortungsvollen Fach- und Führungskräften aus, die optimal für den Berufsalltag vorbereitet sind. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der HSWT lehren und forschen an drei Standorten (Freising, Triesdorf, Straubing) zu gesellschaftlich bedeutsamen Fragestellungen wie nachhaltige Landnutzung, Klimawandel, Biodiversität, Lebensmitteltechnologie, Biotechnologie oder erneuerbare Energien.

Unser Campus Weihenstephan in Freising bietet vielfältige Möglichkeiten zur fachlichen Vernetzung mit weiteren, national und international renommierten Lehr- und Forschungseinrichtungen, verstärkt durch die Nähe zu München und die ausgezeichnete Verkehrsanbindung.

An der Fakultät Wald und Forstwirtschaft, Campus Weihenstephan, ist zum Sommersemester 2021 oder später eine

Professur für "Digital Forestry"
(Besoldungsgruppe W 2)

zu besetzen.



50 Jahre Applied Sciences for Life

Neuigkeiten

19.01.2022
Arbeitstitel der CSU Landtagsfraktion zu Besuch an der HSWT Weihenstephan - Sieben Mitglieder des Arbeitskreises "Wissenschaft und Kunst" der CSU-Fraktion im Bayerischen Landtag besichtigten Mitte Januar bei einem ganztägigen Termin an der HSWT die Moorforschungsanlage der Hochschule, den Neubau des Zentrums für Brau- und Getreidebiotechnologie sowie den Food-Startup-Inkubator (FSWI) der HSWT, Wissenschaftsminister ... mehr...

14.01.2022
Ein Baum für exzellente Lehre
Straubing | Weihenstephan - Vor Kurzem hat die Fachschwerpunktstelle der TUM Campus Straubing (TUACS) für Biotechnologie und Nachhaltigkeit den Preis für exzellente Lehrveranstaltungen an Prof. Dr. Dominik Grimm, Professor der Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, verliehen. Ihm wurde ein neues Lehr- und Forschungsgebäude, Nachhaltige Chemie am "Baum" ... mehr...

22.12.2021
Das Wintersemester 2021: Anerkennung für die Besten der HSWT
Die HSWT hat wie jedes Jahr im Rahmen des Dies academicus ihre besten Absolvent:innen sowie die beste Lehrperson und die beste forschende Person ausgezeichnet. Aufgrund der Coronapandemie musste der jährliche feierliche Rahmen entfallen. Die Ehrungen wurden den Ausgesprochenen jeweils einzeln übermittelt.

01.12.2021

Das sind wir...

FWIRREKATZENWIRTSCHAFT

UNIVERSITÄT MANNHEIM

Infos für ... | Fakultäten | Intranet | DE / EN

Studium | Forschung | Campus | Universität | Engagement

Universität Mannheim | Studium

Studium

Die Universität Mannheim bietet erstklassige und deutschsprachige Studiengänge. Zahlreiche Hochschulrankings bestätigen die Qualität der Lehre und die hervorragende Ausstattung der Semesterzeiten und 450 Partneruniversitäten öffnen auf

[mehr zur Bewerbung](#)

Newsletter für Studien

Wir informieren Sie über die Bewerbung, die Studienangebote und mehr. Melden Sie sich jetzt an.

[zur Anmeldung](#)

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK

Die Universitätsbibliothek versorgt Studierende, Forschende und Lehrende der Universität an vier Standorten mit Literatur und weiteren Medien – analog und digital. Sie bietet zudem Gruppen- und Einzel-Arbeitsplätze, Kurse, Tutorials sowie Schreibberatung an.

[mehr lesen](#)

Universität Konstanz

Referat für Gleichstellung, Familienförderung und Diversity

Gendergerechte und inklusive Sprache

Referat für Gleichstellung, Familienförderung und Diversity > Gleichstellung in Wissenschaft und Studium > Standards > Gendergerechte und inklusive Sprache

Aktuelles +

Gleichstellung in Wissenschaft und Studium -

Standards

- Gender Kodex
- Gleichstellungsplan
- Gendergerechte und inklusive Sprache
- Gleichstellungsmonitoring

Geschlechtergerechte Organisationsentwicklung

Konstanzia Programm, Mentoring und Förderungen

Netzwerke-Kooperationen

Publikationen und Links

Beratung

Team/Kontakt

Chancengleichheit im wissenschaftsunterstützenden Bereich +

Familienförderung +

Diversity +

Sicherheit auf dem Campus +

Team/Kontakt

fair sprechen - fair schreiben: gendergerecht, diskriminierungsfrei und inklusiv

Für eine gelingende Kommunikation ist es nicht wichtig, wie wir etwas meinen. Wichtig ist, was unser Gegenüber versteht.

Die Verwendung einer gendergerechten und diskriminierungsfreien Sprache fördert ein respektvolles und wertschätzendes Miteinander frei von Klischees und stereotypen Rollenbildern. Eine inklusive Sprache schließt alle Menschen ein, unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Religion, Alter, Befähigung oder sexueller Identität. Die Universität Konstanz versteht sich als geschlechtergerechte Hochschule, die Vielfalt begrüßt und Offenheit fördert.

Kontakt

Inés Eckerle M.A.
Beauftragte für Chancengleichheit
Tel.: +49 7531 88-4747

[E-Mail schreiben](#)

Inhaltsübersicht anzeigen

Veröffentlichungen der Universität

Die Universität Konstanz hat sich verpflichtet (siehe Gender Kodex Punkt 2) in allen Veröffentlichungen eine gendergerechte Sprache zu verwenden. Mit der Änderung des Personenstandsgegesetzes im Dezember 2018 wurde neben männlich oder weiblich die Option divers als dritter positiver Eintrag eingeführt. Im Newsletter EINBLICK Nr. 11 von 2019 erfahren Sie mehr zu dieser Änderung.

Let's talk about ... Start ins neue Semester und Semesterplanung

Vortragende Person/Vortragende Personen: Gerd Strobel, Zentrale Studienberatung, Universität Konstanz

15:00 - 16:00 Uhr

Quelle: Universität Mannheim & Universität Konstanz

UNIKASSEL
VERSITÄT
HOCHSCHUL
VERWALTUNG

AKTUELLES THEMEN ORGANISATION SCHNELLEINSTIEG

Gleichstellung, Familie und Diversity

Aktuelles und Veranstaltungen
Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte
Geschlechtergleichstellung
Qualifizierungsangebote
Family Welcome und Dual Career Service
Diversity

Varianten geschlechtergerechter Sprache

Es gibt eine Vielzahl verschiedener Varianten geschlechtergerechter Sprache, die sich grob in zwei Gruppen einteilen lassen:

1) Varianten, die Geschlecht sichtbar machen

Gender Star, Gender Gap und Gender Doppelpunkt

Der Gender Star bzw. Gender Gap ist mittlerweile weit verbreitet und stellt eine gute Möglichkeit dar, die Vielfalt von Geschlechtsidentitäten darzustellen. Das Sternchen bzw. der Unterstrich stehen als Symbol für Personen, die sich nicht in der binären Einteilung in Mann und Frau wiederfinden. Neuerdings wird der Gender Doppelpunkt immer häufiger verwendet.

Welches der Symbole verwendet wird, ist letztlich eine Frage der persönlichen Präferenz. Wichtig ist allerdings, dass das jeweils gewählte Symbol durchgängig verwendet wird.

In der gesprochenen Sprache wird anstelle des jeweiligen Symbols ein *glottal stop*, also eine kurze Sprechpause gemacht – ähnlich wie z.B. bei der Aussprache des Wortes „verreisen“ im Vergleich zum Wort „verreisen“.

Beispiele:

	Singular	Plural
Gender Star	der*die Mitarbeiter*in ein*e Mitarbeiter*in	die Mitarbeiter*innen
Gender Gap	der_ <u>die</u> Student_in ein_ <u>e</u> Student_in	die Student_innen
Gender Doppelpunkt	der:die Professor:in ein:e Professor:in	die Professor:innen

UNIKASSEL
VERSITÄT

UNIVERSITÄT STUDIUM FORSCHUNG INTERNATIONAL

Angebote für Studieninteressierte

Mehr lesen

Aktuelle Informationen der Universität Kassel zum Umgang mit dem Corona-Virus

Weiter

Schnelleinstieg für ...

- > Studieninteressierte
- > International students
- > Erstsemester
- > Studierende
- > Beschäftigte

Forschen für die Welt von morgen

- > Forschungsschwerpunkte
- > Wissenschaftliche Einrichtungen
- > Fachbereiche und Institute
- > Universitätsbibliothek
- > Wissens- und Technologietransfer

25.02.2022 | CAMPUS-MELDUNG
Zum Angriff auf die Ukraine >

Quelle: Uni Kassel

Ansprache an Hochschulen.

The screenshot shows the THD website homepage. At the top, the navigation menu includes 'Hochschule', 'Studieninteressierte', 'Studierende', 'Forschung', 'Weiterbildung', and 'Unter'. The main banner features a large crowd of people with the text 'STADT LAND FLUSS CAMPUS OPEN AIR' and 'VOM 16. BIS 19. JUNI 2022 WIRD DER CAMPUS DEGGENDORF ZUR PARTY'. Below this, a blue button says 'Mehr erfahren'. The main content area has a dark blue background with white text: 'STUDIERN & FORSCHEN AN DER INNOVATIV UND LEBENDIG. ENTDECKE DEINE HO'. Below this text is a row of seven colored dots. At the bottom, there are three small text links: '11.03.2022 | Informationen zum Erstsemestertag am 15.03.2022', '16.02.2022 | Aktuelle Informationen zu den Coronaregelungen', and '25.01.2022 | DGD-Teatext entfällt'. A small 'b' logo is in the bottom left corner.

Regionale Kooperationen, nationale und internationale Vernetzung, innovativ und lebendig.

Die Technische Hochschule Deggendorf gehört mit ihren elf Forschungscampus zu den aufstrebendsten Hochschulen im süddeutschen Raum. Das Fundament bilden die insgesamt acht Fakultäten für Wirtschaft, Technik, Gesundheit und Informatik deren Fokus auf praxisorientierter und zukunftsweisender Lehre, exzellenter Lehrqualität und angewandter Forschung auf höchstem Niveau liegt.

Der Fortschritt und das stetige Wachstum der Hochschule wären ohne die vielfältige Gemeinschaft undenkbar. Aktuell sind circa 150 Professorinnen und Professoren sowie etwa 550 wissenschaftliche und nichtwissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der THD beschäftigt.

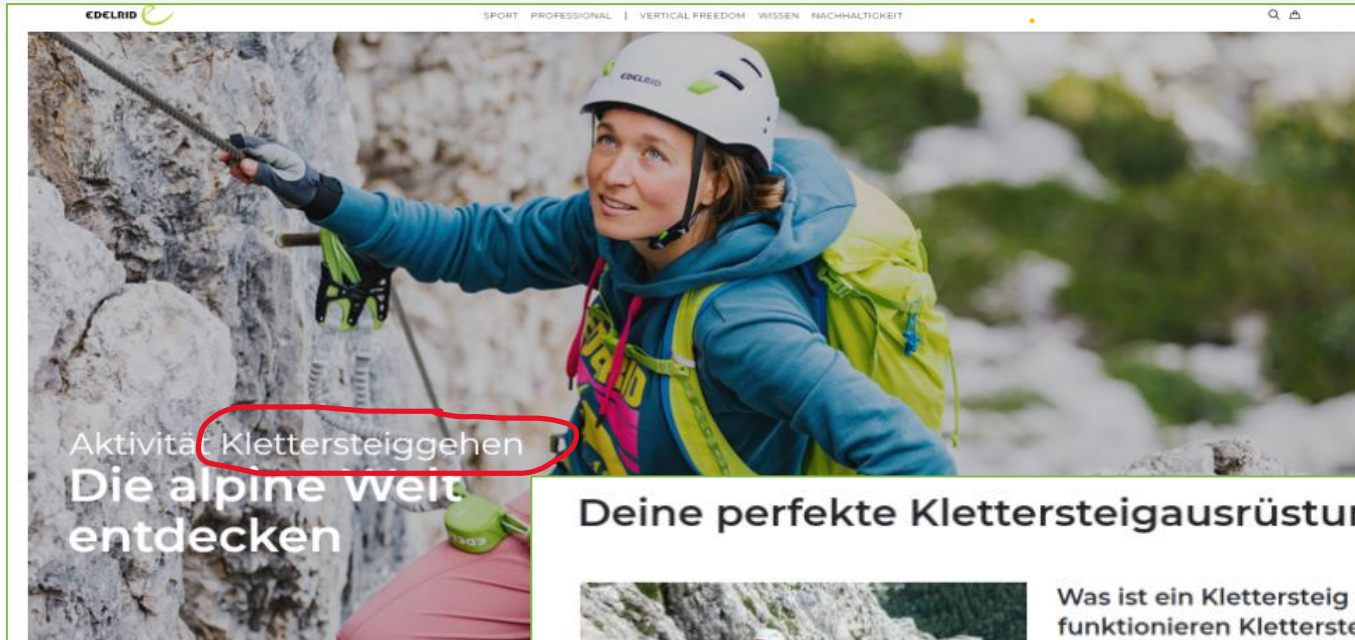
Als Arbeitgeber überzeugt die THD mit den attraktiven Konditionen des öffentlichen Dienstes sowie zahlreichen Benefits und vertritt wichtige Werte wie Toleranz, Integrität und Kollegialität. Nur wer sich gut aufgehoben fühlt, kann auch Höchstleistungen bringen. Das ist der Anspruch den die THD an sich selbst stellt.

The grid consists of four tiles:

- Top-left:** '878 MITARBEITER' with a map of Germany and 'AN 15 STANDORTEN'.
- Top-right:** A video player featuring a man speaking, with the text 'Menschen der THD | Werner Ranzinger' and 'Jetzt ansehen auf www.youtube.com'.
- Bottom-left:** 'DIE THD ALS ARBEITGEBER.' with 'UNTERNEHMENSKULTUR, BENEFITS & CO.' below it.
- Bottom-right:** 'ERASMUS+ PERSONALMOBILITÄT. FÜR HOCHSCHULANGEHÖRIGE' and 'BEWERBUNGSPORTAL. AKTUELL OFFENE STELLENANGEBOTE'.

Quelle: TH Deggendorf

- Paarform: *Professorinnen und Professoren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*
- Neutralisierung: *Studierende, Studieninteressierte, Hochschulangehörige*
- Gen. Mask.: *Mitarbeiter, Arbeitgeber*
- Geschlechtsabstrahierte Wörter: *Menschen*
- Gendergerechte Komposita: *Bewerbungsportal*



Deine perfekte Klettersteigausrüstung



Was ist ein Klettersteig und wie funktionieren Klettersteigtouren?

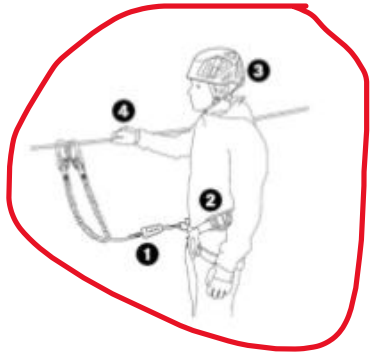
Du bist hoch oben im Gebirge und balancierst über eine wackelige Hängebrücke. Unter dir rauscht der tobende Wasserfall in den Abgrund und auf dem Weg zum Gipfel wartet eine steile Bergwand mit einzigartigen Felsformationen. Das ist eine **typische Klettersteigsituation**. Klettersteiggehen ist eine spannende Möglichkeit, sich selbstständig ohne aufwendige Sicherungstechnik in der alpinen Welt zu bewegen. **Ein Einstieg in die Vertikale und ein Riesenspaß**, gerade auch für Kinder. Klettersteige öffnen die Tür in ein Gelände, das ohne diese Eisenwege **un**erreichbar wäre.

Ein Klettersteig oder Via Ferrata ist ein mit **Drahtseilen gesicherter Weg** durch mehr oder weniger steiles oder ausgesetztes Gelände. Das Drahtseil ist je nach Schwierigkeitsgrad und Geländeform in unterschiedlichen Abständen mit dem **Fels verankert**. **Klettersteiggehenden** kann es, um sich mit dem **Klettersteigset** zu sichern und können sich daran festhalten oder hochziehen. Zusätzlich helfen **Metallen-Eisenstern und -stifte** sowie in den Fels gemeißelte Tritte und Griffe beim Einklimmen des Klettersteigs. Je nach Exposition weht einem da mal mehr oder weniger Höhenluft um die Nase.

Klettersteiggeher*innen

Quelle: Edelrid

Welche Klettersteigausrüstung brauche ich?



Die Komplettausrüstung fürs Klettersteiggehen – made by EDELRID

Um einen Klettersteig sicher begehen zu können, brauchst du die richtige Ausrüstung.

Die kletterspezifische Grundausrüstung besteht aus:

1. Klettersteigset (EN 958:2017)
2. Klettergurt (EN 12277-C)
3. Helm (EN 12492)
4. Handschuhe

Je nach Anforderungen und Schwierigkeit eines Klettersteiges empfehlen wir die Mitnahme von weiterer Sicherheitsausrüstung, die wir weiter unten erklären.

EDELRID Klettersteigsets



SPORTS
Cable Comfort VI
Klettersteigsets

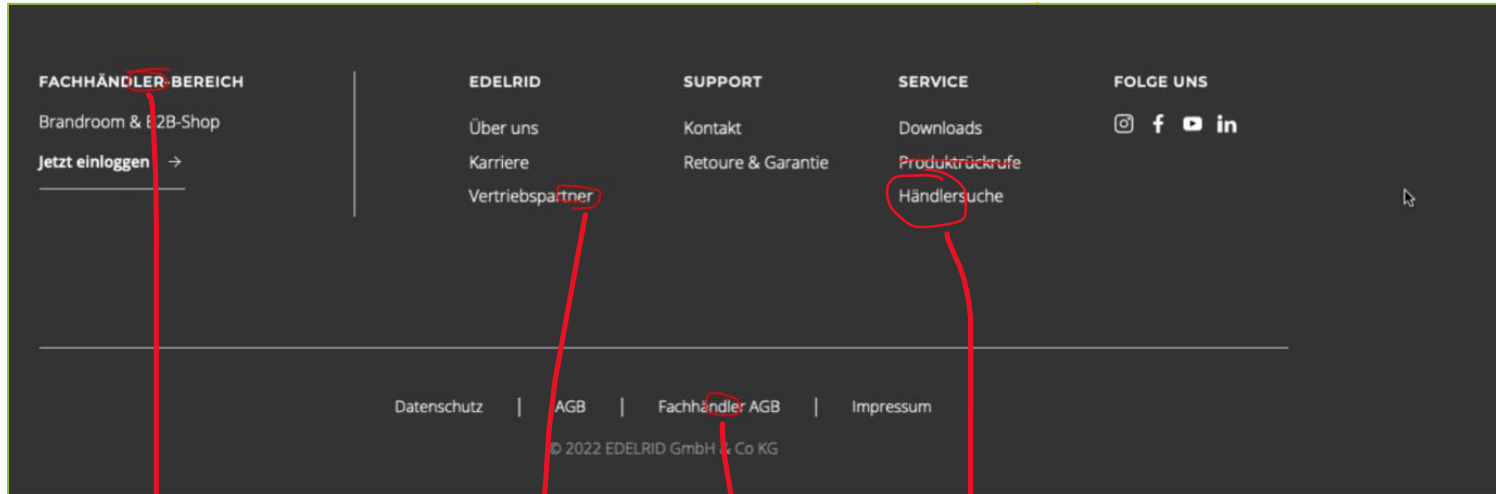
SPORTS
Cable Kit VI
Klettersteigsets

SPORTS
Cable Kit Lite VI
Klettersteigsets

SPORTS
Cable Kit Ultralite
Klettersteigsets

Quelle: Edelrid

Implementierung Gendergerechte Sprache @Edelrid.



Fachhandel

Vertrieb
international

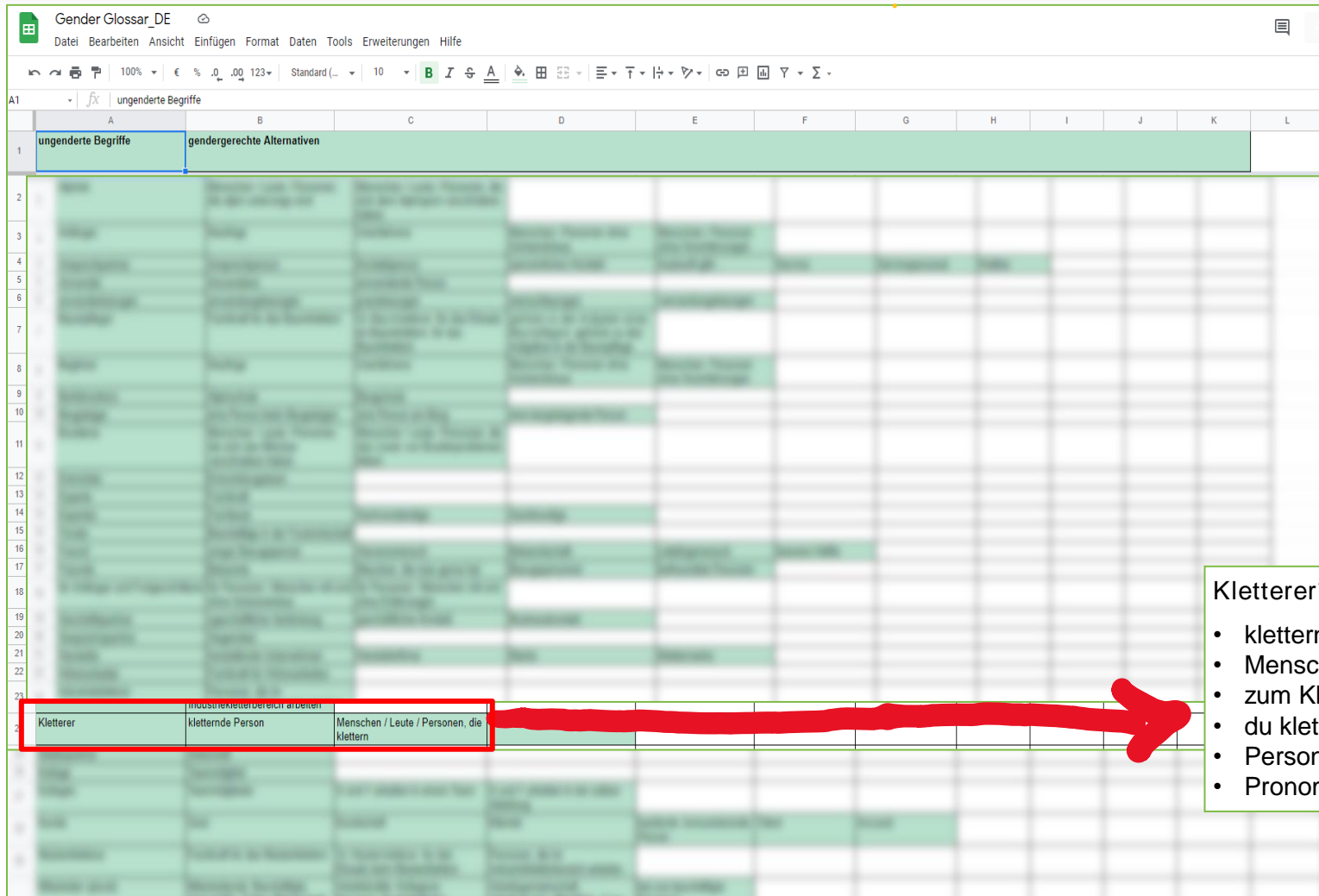
AGB
Fachhandel

Lokal kaufen

Umgang mit etablierten Begriffen möglichst standardisieren!

Quelle: Edelrid

Implementierung Gendergerechte Sprache @Edelrid.



ungenderte Begriffe	gendergerechte Alternativen
Kletterer	kletternde Person Menschen / Leute / Personen, die klettern

Kletterer*innen?

- kletternde Person (Adjektivierung)
- Menschen, die klettern / wer klettert / alle, die klettern (Relativsätze)
- zum Klettern gehen (Substantivierung)
- du kletterst (direkte Ansprache)
- Personen, Menschen, Team, Personal (geschlechtsneutrale Kollektiva)
- Pronomen; jeder, man, keiner wird zu alle, wir, niemand

Quelle: Edelrid

Implementierung Gendergerechte Sprache @Edelrid.

The screenshot shows a Google search for "klettergurt für frauen". The search bar contains the query, and the results are displayed as a grid of product listings. The first listing is for "Mammut Package für d..." priced at 65,00 €. The second is "Petzl Selena Klettergurt..." at 67,46 €. The third is "Edelrid Solaris II Klettergurt..." at 59,98 €. The fourth is "Edelrid Damen Jayne III..." at 64,95 €. The fifth is "Petzl Luna Damen..." at 66,38 €. Below the grid, there are three search results. The first is from "Bergfreunde" titled "Klettergurte für Frauen - Bergfreunde". The second is from "Bergzeit Shop" titled "Klettergurte für Damen | Bergzeit Shop". The third is from "Edelrid" titled "Autana Klettergurt für Damen Edelrid". A red arrow points to this result, and a red circle highlights the phrase "Klettergurt für Damen" in the title. Another red circle highlights the phrase "Kletterinnen und Alpinistinnen" in the description of the Edelrid result.

- Bei Wörtern in der männlichen Form gibt es aktuell (noch) ein sehr viel höheres Suchvolumen.
- Für den Google-Algorithmus müssen vor dem Stern Wortbestandteile stehen, die auch selbstständig bestehen könnten. Weicht der Wortstamm von der männlichen Form ab, wird diese nicht erkannt.
- Beispiel: Google versteht Leser*innen, aber nicht Kund*in. Bei anderen Anbietern sind noch nicht alle Auswirkungen bekannt.

Quelle: Edelrid

Wir haben die Top 30 Rankings bei Google (Stand April 2021, Standort Leipzig) zu den verschiedenen Schreibweisen von *Grafiker* hinsichtlich ihrer rankenden Begriffe untersucht.

Empfehlenswert für ein suchmaschinenoptimiertes Gendern von Frau und Mann ist **tasächlich die Paarform**. Das Binnen-I wird vom Algorithmus immer als die weibliche Begrifflichkeit gelesen. Der Schrägstrich wird größtenteils als die männliche Variante interpretiert. Beide Varianten verwehren Rankings zur jeweils anderen Geschlechtsbezeichnung des Berufes bzw. der Dienstleistung.

Bei der Wahl eines komplett inklusiven Schriftbildes für deine Texte empfehlen wir ganz klar das **Gendern mit Doppelpunkt**. Google interpretiert *Grafiker:in* sowohl als *Grafikerin* als auch *Grafiker*. *Grafiker_in* wird hingegen sehr häufig als die weibliche Form gelesen und die Variante mit Gender-Sternchen führt häufig zur Kategorisierung als männliche Schreibweise.

Schreibweise	Inklusivität			Ranking		
	m	w	d	m	w	d
Grafiker	✓	X	X	✓	X	X
Grafikerin	X	✓	X	X	✓	X
GrafikerIn	✓	✓	X	X	✓	X
Grafiker/in	✓	✓	X	✓	X	✓
Grafiker und Grafikerin	✓	✓	X	✓	✓	X
Grafiker:in	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Grafiker_in	✓	✓	✓	X	✓	✓
Grafiker*in	✓	✓	✓	✓	X	✓

Genderschreibweisen und ihre Rankingwahrscheinlichkeit

Der Klickstream Tipp

Um einerseits die Integration aller Geschlechter zu gewährleisten und andererseits keine Rankingnachteile bei Google und anderen Suchmaschinen zu erhalten, empfehlen wir das **Gendern mit Doppelpunkt**. Diese Schreibweise beinhaltet für Google sowohl das feminine als auch maskuline Geschlecht. Zudem werden durch die Inklusivität keine weiteren Geschlechtervarianten ausgeschlossen. Allerdings hat diese Genderschreibweise einen Nachteil, der dann zum tragen kommt, wenn die männlichen Begriffe nicht in ihrer Gänze im Wort vorkommt. Als Beispiel soll hier *Expert:in* dienen. Ungleich unseres Fallbeispiels von *Grafiker:in* (welches die männliche Variante *Grafiker* beinhaltet), kann *Expert:in* keine Rankings für *Experte* aufbauen. In einer solchen Konstellation empfehlen wir im Rahmen unserer [Online Marketing Beratung](#) immer einen ausgeglichenen Einsatz aller Geschlechterschreibweisen.

- Die Tabelle mit der Übersicht zeigt sehr gut, dass gendern mit Doppelpunkt SEO-technisch ideal ist.
- Auch der Gender Star schneidet nicht schlecht ab, da immer noch das größte Suchvolumen auf männliche Formen fällt.

Sprachleitfaden des DSGVO: Einheitlicher Auftritt mit Faktenbasis.

Allgemeine Erläuterungen zu gendersensibler Sprache

Gendersensible Sprache für die Sparkassen-Finanzgruppe

Um es gleich vorwegzunehmen: Die „richtige“ Form gibt es derzeit nicht. Auf eine abschließende Empfehlung, wie gendersensible Sprache genutzt wird, konnte sich der Rat für deutsche Rechtschreibung bislang nicht verständigen. Auch die Frage nach der sprachlichen Einbeziehung von Personen der dritten Geschlechtsoption wurde offengelassen. Der Rat will die Entwicklung des Schreibgebrauchs zunächst weiter beobachten. So steht jede Organisation am Ende selbst vor der Frage, ob sie *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Mitarbeiter*in, Mitarbeiter:in, Mitarbeiter_in* oder *Mitarbeitende* schreibt bzw. mündlich nutzt.

Auch wenn eine abschließende Empfehlung des Rats für deutsche Rechtschreibung aktuell noch aussteht, hat er Leitlinien veröffentlicht, die für den aktuellen Sprachgebrauch Orientierung bieten. Die Sparkassen-Finanzgruppe bezieht sich auf diese Leitlinien, sie bilden die konzeptionelle Grundlage für diesen Leitfaden.

Den aktuellen Empfehlungen des Rats für deutsche Rechtschreibung zufolge sollen (gendersensible) Texte:

- sachlich korrekt sein,
- verständlich und lesbar sein,
- vorlesbar sein (mit Blick auf die Altersentwicklung der Bevölkerung und die Tendenz in den Medien, Texte in vorlesbarer Form zur Verfügung zu stellen),
- Rechtssicherheit und Eindeutigkeit gewährleisten,
- übertragbar sein im Hinblick auf deutschsprachige Länder mit mehreren Amts- und Minderheitensprachen,
- für die Lesenden bzw. Hörenden die Möglichkeit zur Konzentration auf die wesentlichen Sachverhalte und Kerninformationen sicherstellen.

Für die Sparkassen-Finanzgruppe ist es wichtig, diese Regeln als Basis anzuerkennen, die wir je nach **Kanal**, in dem wir sprechen, und nach **Zielgruppe**, mit der wir sprechen, individuell ausgestalten können. In unseren Social-Media-Kanälen, in denen wir auf eine tendenziell jüngere und genderaffinere Zielgruppe treffen, ist beispiels-

weise eine andere Sprache gängig als in Geschäftsbriefen, die wir mit langjährigen Bestandskundinnen und -kunden austauschen. Dieser Realität müssen wir in unseren Leitlinien zusätzlich Rechnung tragen.

Daher haben wir folgende Entscheidung getroffen: **Wir verwenden gendersensible Sprache kanal- und zielgruppenabhängig.** Für eher traditionelle und stark schriftlich geprägte Kanäle und Formate verwenden wir andere Formen als für progressive Internetmedien, die stärker von einem dialogischen Austausch mit den Zielgruppen leben. Das heißt also:

- Bei eher traditionellen Kanälen und Formaten sprechen wir von *KundInnen und Kunden*, nutzen also die sogenannte Paarform.
- Bei eher progressiven Kanälen und Formaten sprechen wir von *Kund:innen* (eine orthographische Variante) oder suchen ein geschlechtsneutrales Äquivalenzwort wie *Kundschaft*. Solche Neutralisierungen kennen wir bereits vom Wort *Studierende* – sie sind jedoch nicht bei allen deutschen Wörtern grammatisch durchführbar (*mehr im Glossar* und unter *Leitlinie 2*)

„Wir verwenden gendersensible Sprache kanal- und zielgruppenabhängig.“



Was ist der Rat für deutsche Rechtschreibung?

Der Rat für deutsche Rechtschreibung, 2004 gegründet, ist ein zwischenstaatliches Gremium mit Vertretungen aus sieben deutschsprachigen Ländern und Regionen (Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein, Bozen-Südtirol, Belgien, Luxemburg). Die 41 Mitglieder des Rats haben zwei Aufgaben: Die Einheitlichkeit der Rechtschreibung bewahren sowie die Rechtschreibung weiterentwickeln. Der Rat gibt außerdem das amtliche Regelwerk für deutsche Rechtschreibung heraus. Dieses Regelwerk ist in Deutschland verbindlich für Schulen und Verwaltung und dient allen anderen (Firmen, Privatpersonen) als Orientierungshilfe mit Vorbildcharakter für eine einheitliche Rechtschreibung. Die Vorschläge für Änderungen gehen in die jeweiligen Länder. In Deutschland entscheiden die Kulturministerkonferenz für die Bundesländer und die Bundesbeauftragte für Kultur und Medien, ob die Vorschläge angenommen werden.



Geschlechterstereotype

Milchmädchenrechnung, Not am Mann, Mannschaft, der Kunde ist König, Übung macht den Meister – Wir haben bestimmte Bilder in unserem Kopf, wie die Welt unseres Erachtens zu funktionieren hat. Meist beruhen diese Einteilungen auf dichotomischen Denkmustern, z. B. oben-unten, vorne-hinten, heiß-kalt, schwarz-weiß, innen-außen, gut-schlecht, oder aber weiblich-männlich. Solche Stereotype schlagen sich z. B. in Redewendungen und bildhaften Ausdrücken wie *Not am Mann* nieder. Die Vorstellungen, wie Mann oder Frau zu sein haben und welche Eigenschaften wir ihnen mit Wörtern zuschreiben, beruhen auf jahrhundertalten Schemata, die sich gesellschaftlich herausgebildet haben. Heute sind solche Stereotype nicht mehr mit der gesellschaftlichen Realität vereinbar. Deshalb vermeiden wir die Verwendung solcher Stereotype. Neben der sprachlichen Ebene finden sich Stereotype häufig auch in Bildern und Icons. Wir wählen daher Bilder und Icons, die Frauen und andere Gruppen miteinschließen und nicht nur in Assistenzfunktionen zeigen.

Leitfaden zur
gendersensiblen
Sprache.

Stand: 15. März 2022

- Arbeiten entlang der 6 Empfehlungen des Dt. Rechtschreibrats
- Trennung nach Kanal & Zielgruppe
- Paarform ist offiziell konform mit der amtlichen deutschen Rechtschreibung
- Sonderzeichen Gender-Doppelpunkt als symbolisches Commitment
- Tipps und Formulierungshilfen
- Begleittexte zu wissenschaftlichen Faktenboxen & Studien
- Querverweise zu Studie und Glossar-Anbindung

Einheitlichkeit und Barrierefreiheit als Ziele!

Die sechs Leitlinien

Leitfaden zur gendersensiblen Sprache

Die folgenden sechs Leitlinien zur konkreten Umsetzung gendersensibler Sprache in der Sparkassen-Finanzgruppe lassen sich auf einen gemeinsamen Nenner bringen: Wir gehen respektvoll mit allen Geschlechtern um und verhalten uns kanal- wie zielgruppengerecht.

Wir haben daher versucht, möglichst konkrete und praktikable Lösungen für Ihren Sparkassen-Alltag zu suchen. Wir stehen als Sparkassen-Finanzgruppe für Gleichberechtigung, aber nicht für bestimmte Sprachverwendungen. Deshalb sind wir tolerant in der individuellen Ausgestaltung innerhalb der Leitlinien.

 **Finanzgruppe**
Deutscher Sparkassen-
und Giroverband

Leitlinie 1
Gendersensible Sprache statt
Generisches Maskulinum

Leitlinie 2
Gleichberechtigte Nennung der
Geschlechter durch etablierte
Varianten der gendersensiblen Sprache

Leitlinie 3
Zielgruppengerechte Ansprache je
nach Kanal und Format

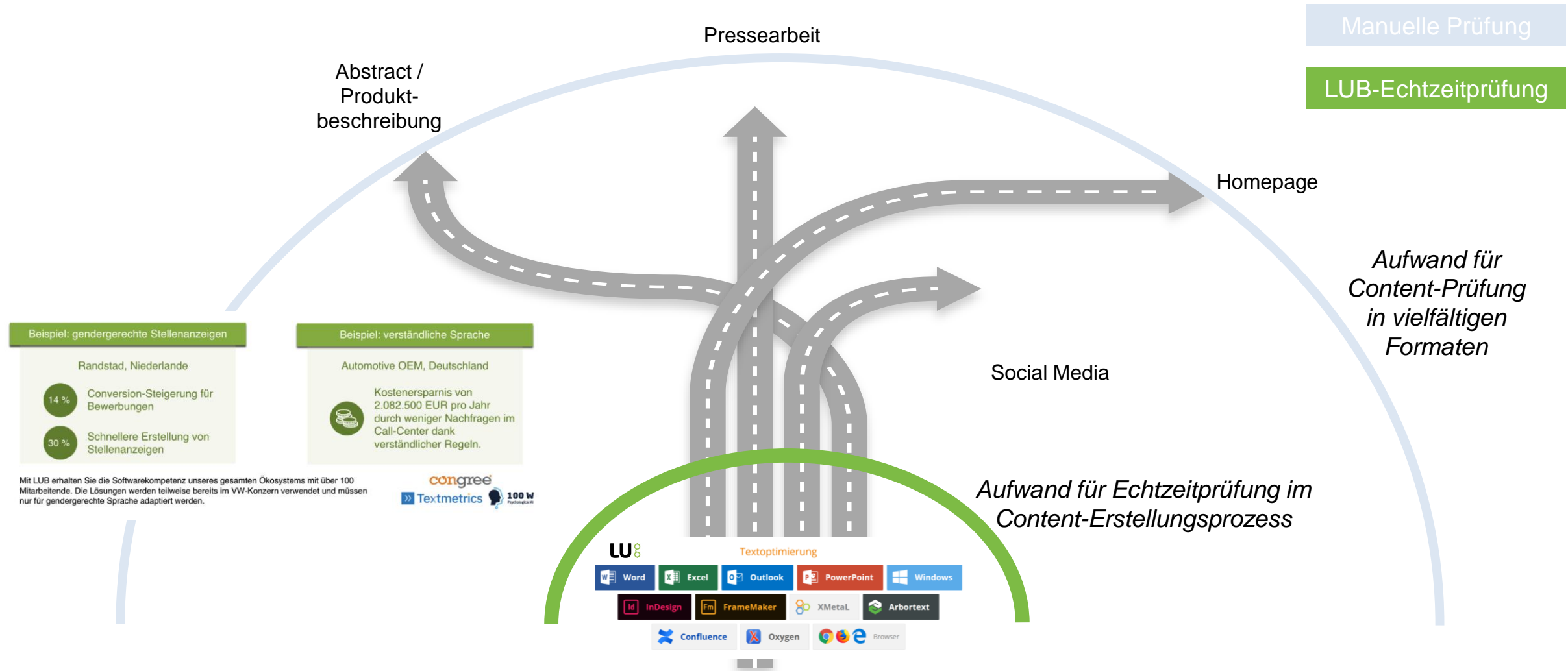
Leitlinie 4
Sachliche Korrektheit der Texte

Leitlinie 5
Anrede von Einzelpersonen

Leitlinie 6
Klischees und Geschlechterstereotype

Klicken Sie auf die
Schaltflächen, um
mehr zu erfahren!

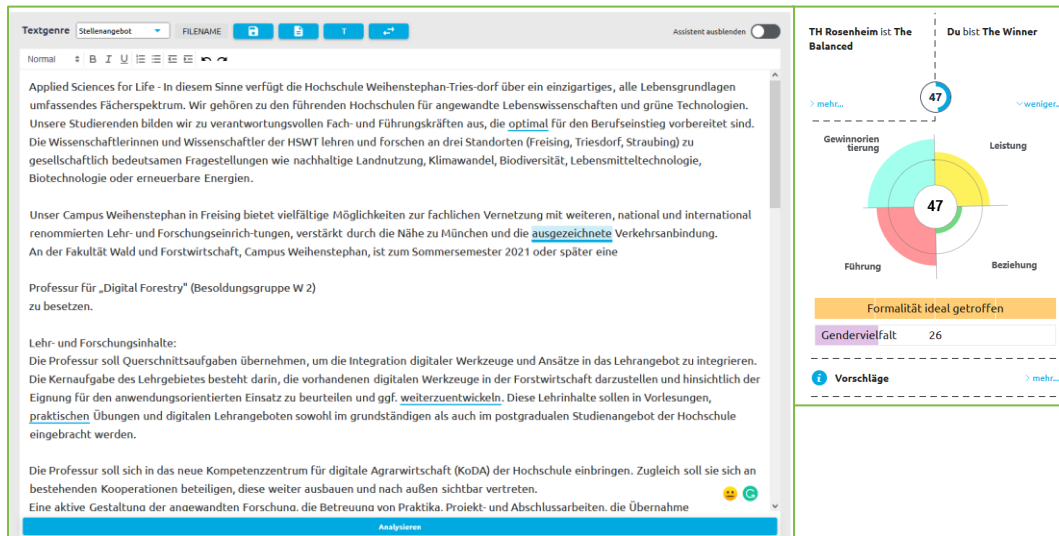
Arbeiten mit Gender-Software reduziert Zeitaufwand.



Software-gestützte Analysen geben Sicherheit.



In **100Worte** for Talents können zielgruppenspezifische psycholinguistische Profile für die Analyse verwendet werden.



Textgenre: Stellenangebot

Normal

Applied Sciences for Life - In diesem Sinne verfügt die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf über ein einzigartiges, alle Lebensgrundlagen umfassendes Fächerspektrum. Wir gehören zu den führenden Hochschulen für angewandte Lebenswissenschaften und grüne Technologien. Unsere Studierenden bilden wir zu verantwortungsvollen Fach- und Führungskräften aus, die optimal für den Berufseinstieg vorbereitet sind. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der HSWT lehren und forschen an drei Standorten (Freising, Triesdorf, Straubing) zu gesellschaftlich bedeutsamen Fragestellungen wie nachhaltige Landnutzung, Klimawandel, Biodiversität, Lebensmitteltechnologie, Biotechnologie oder erneuerbare Energien.

Unser Campus Weihenstephan in Freising bietet vielfältige Möglichkeiten zur fachlichen Vernetzung mit weiteren, national und international renommierten Lehr- und Forschungseinrichtungen, verstärkt durch die Nähe zu München und die ausgezeichnete Verkehrsanbindung. An der Fakultät Wald und Forstwirtschaft, Campus Weihenstephan, ist zum Sommersemester 2021 oder später eine

Professur für „Digital Forestry“ (Besoldungsgruppe W 2) zu besetzen.

Lehr- und Forschungsinhalte:
Die Professur soll Querschnittsaufgaben übernehmen, um die Integration digitaler Werkzeuge und Ansätze in das Lehrangebot zu integrieren. Die Kernaufgabe des Lehrgebietes besteht darin, die vorhandenen digitalen Werkzeuge in der Forstwirtschaft darzustellen und hinsichtlich der Eignung für den anwendungsorientierten Einsatz zu beurteilen und ggf. weiterzuentwickeln. Diese Lehrinhalte sollen in Vorlesungen, praktischen Übungen und digitalen Lehrangeboten sowohl im grundständigen als auch im postgradualen Studienangebot der Hochschule eingebracht werden.

Die Professur soll sich in das neue Kompetenzzentrum für digitale Agrarwirtschaft (KoDA) der Hochschule einbringen. Zugleich soll sie sich an bestehenden Kooperationen beteiligen, diese weiter ausbauen und nach außen sichtbar vertreten.
Eine aktive Gestaltung der angewandten Forschung, die Betreuung von Praktika, Projekt- und Abschlussarbeiten, die Übernahme

TH Rosenheim ist The Balanced Du bist The Winner

47

Gewinnorientierung Leistung Führung Beziehung

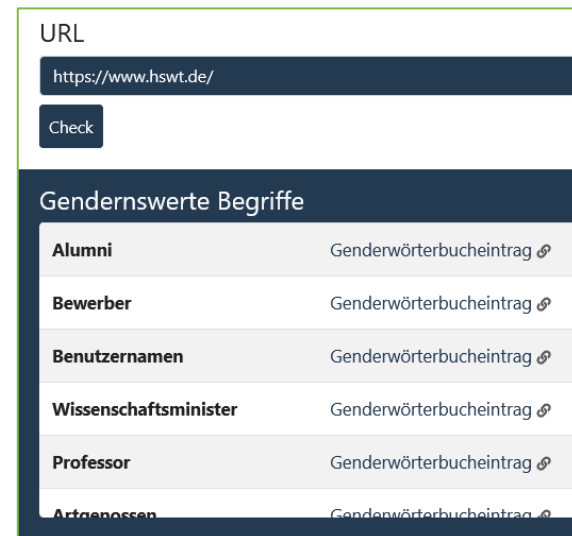
Formalität ideal getroffen

Gendervielfalt 26

Vorschläge



Die **Genderapp** beinhaltet ein Genderwörterbuch und kann Webseiten checken.



URL

<https://www.hswt.de/>

Check

Gendernswerte Begriffe

Alumni	Genderwörterbucheintrag
Bewerber	Genderwörterbucheintrag
Benutzernamen	Genderwörterbucheintrag
Wissenschaftsminister	Genderwörterbucheintrag
Professor	Genderwörterbucheintrag
Artgenossen	Genderwörterbucheintrag



Der **Gender Decoder** stammt von der TUM und untersucht Stellenanzeigen auf Gender Codes.

Agentische (stereotyp männliche) Wörter in dieser Anzeige

- führenden
- Führungskräften
- selbständigen
- ausführliche
- ausführliche
- direkt

Kommunale (stereotyp weibliche) Wörter in dieser Anzeige

- verantwortungsvollen
- besoldungsgruppe
- Kooperationen
- Betreuung
- Betreuung
- Kooperation
- unterstützen
- familienfreundliche
- familienfreundliche
- fördert

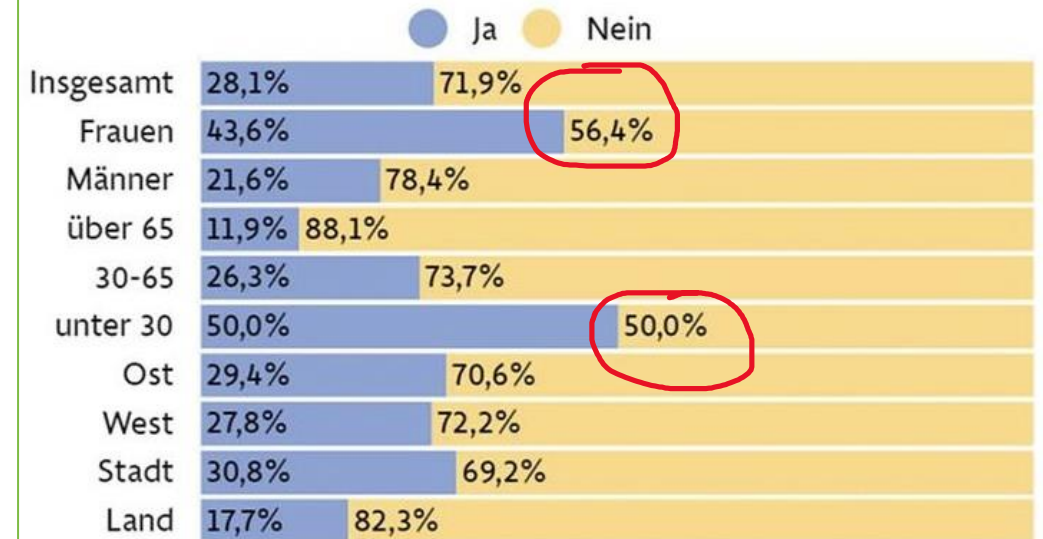
P.S. Verändert gendergerechte Sprache die Welt?

- Leider nicht allein. Gendergerechte Sprache ist eine Geisteshaltung hin zu mehr Gleichberechtigung.
- Es erscheint kaum möglich, sich dauerhaft glaubwürdig zu positionieren, ohne sprachliche Aktivitäten zu entfalten.
- Sprache ist ein Trampelpfad. Wir befinden uns mitten im erlebten Sprachwandel. Normen werden sich bilden.



Fazit: Mehr Toleranz und Dialog. Es entscheidet die kritische Masse, was sich durchsetzen wird und zur neuen Norm avanciert.

Sorgt Gendern für mehr Gerechtigkeit?



Das sagen die Befragten der Aktion „Deutschland spricht“

Quelle: FAZ 2021

LUB GmbH - Linguistische Unternehmensberatung
L9,11 // 68161 Mannheim

T 0621 // 181 506 88

M 0176 // 622 829 53

info@lub-mannheim.de

www.lub-mannheim.de

diversity company

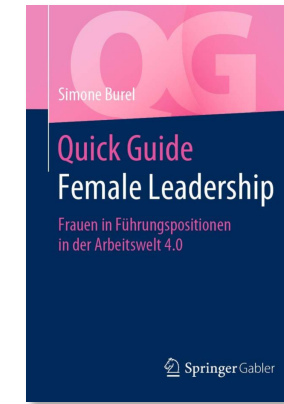
www.diversity-company.de

kontakt@diversity-company.de



Amtsgericht Mannheim HRB 732484

Geschäftsführerin: Dr. Simone Burel

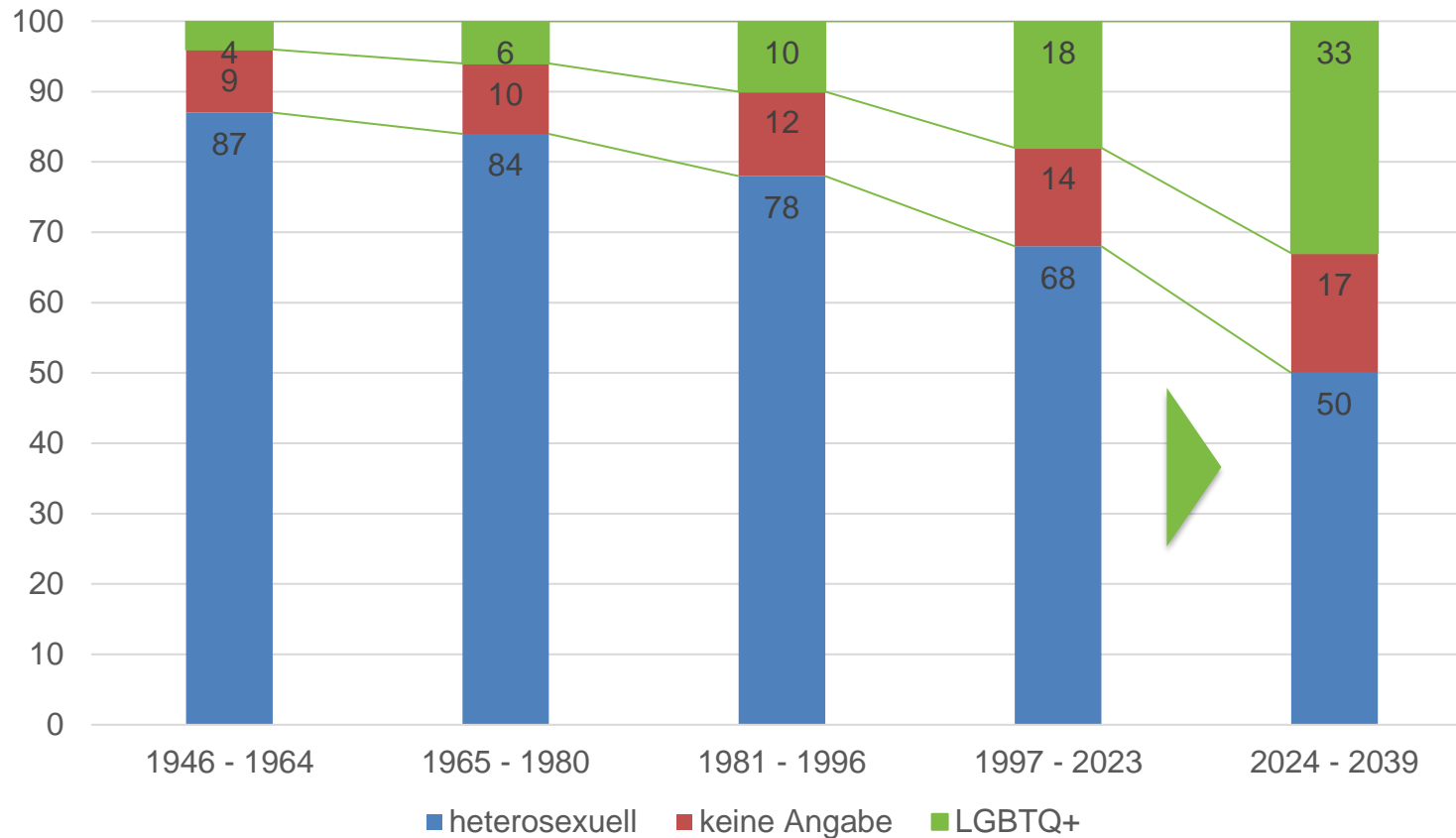


Aktuelle Veröffentlichungen:

- Burel, Simone (2021): Sprache denkt (fe)male. Intelligente Sprache für selbstbewusste und wertschätzende Kommunikation.
- Burel, Simone (2020): Female Leadership. Frauen in Führungspositionen in der Arbeitswelt 4.0.
- Burel, Simone und Ekkehard Felder (Hrsg.) (2021): Sprache und Wirtschaft.

Wie geht es weiter?

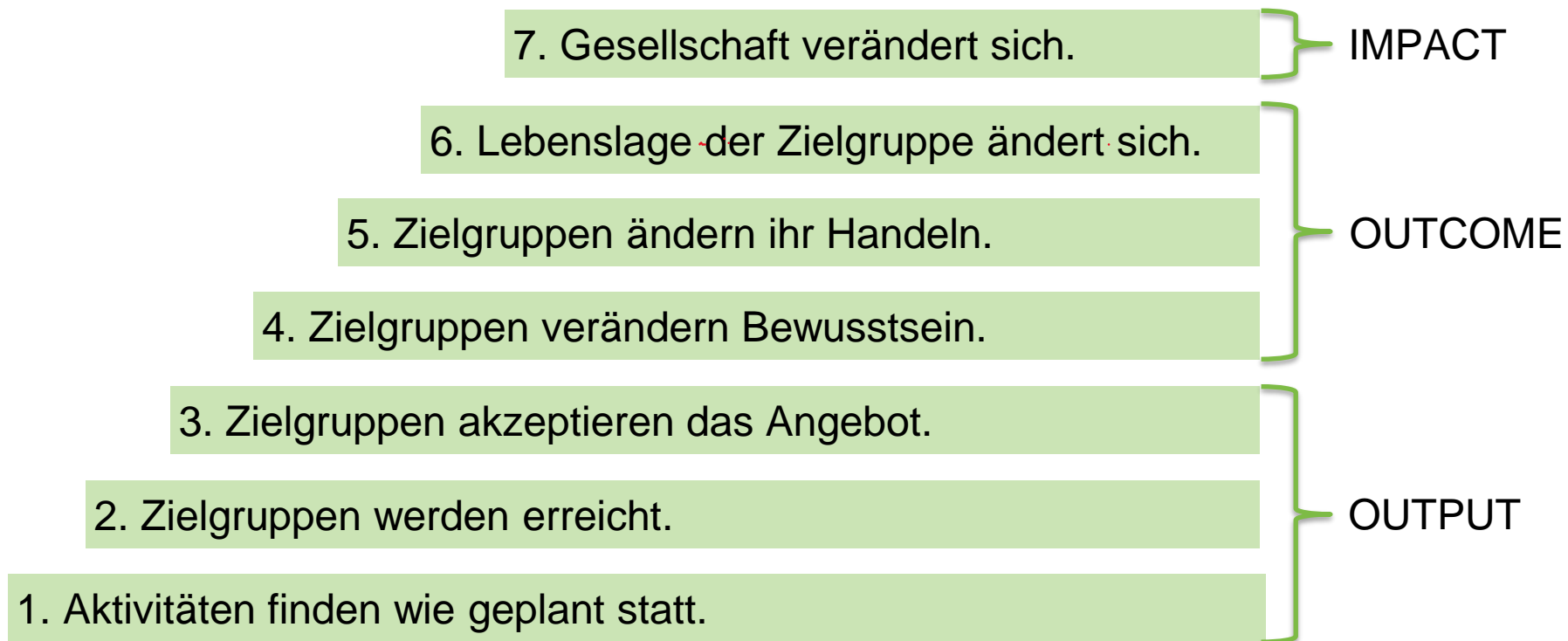
Geschlechtsidentitäten im Wandel der Generationen



- In der nächsten Generation könnte die heterosexuelle Positionierung in der Minderheit sein.
- **Reputationsrisiko:** Fehlendes Gendern lässt Unternehmen altmodisch und für jüngere Zielgruppen weniger attraktiv erscheinen.
- **Fazit:** Insbesondere für die jüngere Generation ist Gendern ein wichtiges Signal individualisierender Ansprache, Toleranz und Modernität.

Quelle: Ipsos 2021

Wie verändert sich Gesellschaft durch Sprache?





Recherche/Konzeption

- Werden nur Männer gefragt? Nur Frauen? Lässt sich das Spektrum erweitern?
- Verändert sich das Thema aus der Perspektive eines anderen Geschlechts?
- Unterscheiden sich die Fakten je nach Geschlecht? Kann das ein Thema sein?
- Gibt es wirklich nur männliche Experten?

Produktion/Texten

- Kommen alle Geschlechter gleichermaßen zu Wort?
- Ist es möglich Rollenstereotype und Geschlechterhierarchien aufzubrechen?
- Lassen sich geschlechtlich unterschiedliche Konsequenzen eines Themas darstellen?
- Ist die Expertise unabhängig vom Geschlecht?
- Erhalten alle Personen wertschätzende und gleichwertige sprachliche Bezeichnungen?
- In welcher Form soll gegendert werden? Was passt zum Medium und zur Zielgruppe?
- Gendersensibel texten: Wird deutlich, um welches Geschlecht es gerade geht?
- Wenn inhaltlich alle Geschlechter gemeint sind, ist die Textstelle geschlechtsneutral?
- Kommt das generische Maskulinum zum Einsatz oder ist es vermeidbar?

Redigieren/Abnahme

- Gibt der Beitrag die Vielfalt der Gesellschaft wieder?
- Sind Protagonist*innen und Protagonisten gleichermaßen vertreten?
- Wurde versucht, Personen anderen Geschlechts mit Fachwissen zu finden?
- Wiederholen Text und/oder Bild Rollenklischees? Geht es auch anders?
- Ist die Sprache gendersensibel, passt sie zum Medium und zur Zielgruppe?
- Stehen die männlichen Personenbezeichnungen tatsächlich nur für Männer?
- Sind Personenbezeichnungen und -beschreibungen wertschätzend getextet?
- Enthält der Text gendergerechte Formulierungen? Ist er flüssig und gut lesbar?

Quelle: Genderleicht

Vor- & Nachteile verschiedener Formen.

Genderform	Vorteile	Nachteile	Beispiele
Paarform	<ul style="list-style-type: none"> - Einfache Umsetzung - Bekannte Wörter - Folgt amtlicher Rechtschreibung 	<ul style="list-style-type: none"> - Binäres Geschlechtsmodell - Nicht alle Geschlechtsidentitäten werden repräsentiert 	<i>Professor und Professorin</i>
Gender Star	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbrechen des binären Geschlechtsmodells - alle Geschlechtsidentitäten - Im Plural für die Gruppenanrede geeignet, auch für eine einzelne Trans- /Intergeschlechtliche 	<ul style="list-style-type: none"> - Nicht Bestandteil der amtlichen Rechtschreibung - Nicht empfohlene Gender-Kurzform des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes - Komplexität steigt (<i>eine*n begeisterte*n Mitarbeiter*in</i>) 	<i>Mitarbeiter*innen Professor*in Kolleg*innen</i>
Gender Gap	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbrechen des binären Geschlechtsmodells - alle Geschlechtsidentitäten - Im Plural und Singular zu verwenden 	<ul style="list-style-type: none"> - Nicht Bestandteil der amtlichen Rechtschreibung - Nicht empfohlene Gender-Kurzform des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes - Komplexität steigt (<i>eine_n begeisterte_n Mitarbeiter_in</i>) 	<i>Mitarbeiter_innen Professor_in Kolleg_innen</i>
Doppelpunkt	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbrechen des binären Geschlechtsmodells - alle Geschlechtsidentitäten - Fügt sich unauffälliger ins Schriftbild ein als andere Genderzeichen (* oder _) - Doppelpunkt in Sprachgemeinschaft bereits bekannt - Im Plural und Singular zu verwenden 	<ul style="list-style-type: none"> - Nicht Bestandteil der amtlichen Rechtschreibung - Zusätzliche Funktion als Interpunktionszeichen kann zur Verwirrung führen - Nicht empfohlene Gender-Kurzform des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes - Komplexität steigt (<i>eine:n begeisterte:n Mitarbeiter:in</i>) 	<i>Mitarbeiter:innen Professor:in Kolleg:innen</i>
Neutralisierung	<ul style="list-style-type: none"> - Integriert alle Geschlechtsidentitäten - Folgt amtlicher Rechtschreibung - Barrierefrei für Blinde & Sehbehinderte - Hilfreiche digitale Wörterbücher 	<ul style="list-style-type: none"> - Im Singular nicht mehr neutral - Vielfalt von Geschlechtsidentitäten bleibt durch Partizipialkonstruktionen unsichtbar - Aussagen mit Partizipien werden als passiv gesehen 	<i>Mitarbeitende Professur Kollegium</i>

	No	Yes
Substantivierte Partizipien vom Verb ausgehend (Verben substantivieren) / Synonyme	Benutzer, Mitarbeiter	Mitarbeitende
Abstrakta & geschlechtsneutrale Ausdrücke (Tätigkeit statt Funktion nennen)	Leiter, Experten, Kollegen, Entwickler, Fachmann, Ansprechpartner	Leitung, Expertise, Kollegium, Entwicklung, Fachperson, Ansprechperson
Direkte Anrede mit Imperativ	Der Kunde muss das Formular unterschreiben.	Das Formular muss unterschrieben werden. // Kundschaft // Zielgruppe // etc.
Umformulierungsmittels Adjektiven	Rat eines Fachmannes. Fragen Sie Ihren Arzt oder Apotheker.	fachlicher Rat Fragen Sie ärztlichen Rat.
Indefinitpronomen umformulieren	Jeder, keiner, man	Alle, niemand „Man“ kann umgangssprachlich mit „wir“ ersetzt werden. Im Text kann „man“ ersetzt werden durch „die Hochschule“.

Frauen sind doch schon gleichgestellt. Warum kümmern wir uns nicht um „wichtigere“ Probleme?

Die Gleichstellung der Geschlechter ist zwar im Grundgesetz festgeschrieben, doch in der gesellschaftlichen Realität sind Frauen weiterhin strukturell benachteiligt (siehe z.B. Gender-Pay-Gap (18%) oder Frauenanteil in Führungspositionen). Sprache beeinflusst unser Denken und formt unsere Wirklichkeit. Gendergerechte Sprache ist also eine wichtige Stellschraube, um tatsächlich gelebte Gleichstellung zu erreichen.

Ich meine doch alle mit, wenn ich Mitarbeiter sage.

Mitgemeint ist nicht mitgedacht. In unseren Köpfen ruft die grammatisch männliche Form eher eine mentale Repräsentation von Männern hervor. Studien belegen, dass sich Frauen und nicht-binäre Menschen durch das sog. „generische Maskulinum“ nicht angesprochen fühlen.

Ich als Frau fühle mich nicht ausgeschlossen, wenn jemand mich Chef nennt.

Es ist völlig in Ordnung, wenn sich Menschen von der maskulinen Form nicht benachteiligt fühlen. Es sollten allerdings nicht allein diejenigen, die sich ohnehin angesprochen fühlen, darüber entscheiden, ob andere Personen(-gruppen) sich durch Sprachgebrauch diskriminiert oder ausgeschlossen fühlen. Es geht um strukturellen Wandel, nicht um individuelles Betroffensein!

Gendersensible Sprache – das ist doch nur die Meinung einer kleinen Gruppe. Warum sollen das plötzlich alle machen?

Insbesondere zwei Gruppen befürworten gendergerechte Sprache: Frauen und jüngere Generationen (ab U40, v.a. die „Gen Z“ U25).

Brauchen wir das Geschlecht „divers“ für so eine kleine Personengruppe überhaupt? Lohnt sich das, dafür die gesamte Sprache umzustellen?

Dem Meinungsforschungsinstitut Ipsos zufolge identifizieren sich 4% der Generation, die nach 1996 geboren wurde, nicht als männlich oder weiblich. Laut Schätzung des Ethikrats leben außerdem ca. 80.000 intergeschlechtliche Menschen in Deutschland. Für diese Menschen bedeutet die Umstellung der Sprache, akzeptiert und nicht ausgeschlossen zu werden.

- Burel, S; Spitzer D.; Tschürtz, D. (2018): Deutsche Stellenausschreibungen unterscheiden zwischen Mann und Frau: Wie geschlechtsspezifische Sprache die Ungleichheit zwischen den Geschlechtern verfestigt. Abrufbar unter: https://www.lub-mannheim.de/wp-content/uploads/Artikel_Genderbias-1.pdf.
- 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, 109-128.
- Horvath, L. K. (2015). Gender-Fair Language in the context of recruiting and evaluating leaders. In I. M. Welp, P. Brosi, L. Ritzenhöfer, & T. Schwarzmüller (Hrsg.), *Auswahl von Männern und Frauen als Führungskräfte: Perspektiven aus Wirtschaft, Wissenschaft, Medien und Politik* (S. 263–272). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Horvath, L. K., & Sczesny, S. (2016). Reducing women's lack of fit with leadership positions? Effects of the wording of job advertisements. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25, 316-328.
- Horvath, L. K. & Sczesny, S. (2014a). How to make leadership positions more attractive: The impact of gender-fair language in job advertisements. Unpublished manuscript.
- Horvath, L. K., & Sczesny, S. (2014b). Reducing the lack of fit for women in leadership: Can gender-fair language bring more women to the top? Unpublished manuscript.
- Hentschel, T., Braun, S., Peus, C. V. & Frey, D. (2014). Wording of advertisements influences women's intention to apply for career opportunities. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2014, No. 1, p. 15994). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Hentschel, T. & Horvath, L.K. (2015): Passende Talente ansprechen – Rekrutierung und Gestaltung von Stellenausschreibungen, in: Peus, C.; Braun, S.; Hentschel, T.; Frey, D. (Hg.): *Personalauswahl in der Wissenschaft. Evidenzbasierte Methoden und Impulse für die Praxis*, Berlin/Heidelberg: Springer, S. 65-82.
- Jobware (2016): Eyetracking-Studie. Leseverhalten bei Online-Stellenanzeigen.
- Konrad, A. M., Ritchie Jr, J. E., Lieb, P., & Corrigan, E. (2000). Sex differences and similarities in job attribute preferences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 126, 593–641.

Jobware (2016): Eyetracking-Studie. Leseverhalten bei Online-Stellenanzeigen.

Kienbaum (2016): Frauen in Führungspositionen. Auszug aus der Kienbaum-BDI-Studie zum Umgang mit dem Gesetz zur gleichberechtigten Teilhabe an Führungspositionen.

Lorentzen, E. (2017). Aktive Rekrutierung von Professorinnen als Gleichstellungsstrategie an deutschen Universitäten. Abgerufen unter https://www.hsosnabrueck.de/fileadmin/HSOS/Studium/Studienangebot/Studiengaenge/Masterstudiengaenge/WiSo/Hochschul_und_Wissenschaftsmanagement/Kolloquium/14/Lorentzen_Rekrutierung_von_Professorinnen_2017.pdf

Universität Bielefeld (2017): Wie Professorinnen gewinnen? https://www.uni-bielefeld.de/gender/uni.bi.Berufungsverfahren_doppelseiten_web.pdf

Universität Bochum (2010): Leitfaden Berufungsverfahren, <https://www.ruhr-uni-bochum.de/chancengleich/pdf/leitfaden-berufungsverfahren.pdf>

Universität Frankfurt (2017): Leitfaden Aktive Rekrutierung, https://www.uni-frankfurt.de/67831457/2017_03_30_Aktive-Rekrutierung_Endfassung.pdf

Universität Konstanz (2013). Empfehlungen zur Umsetzung der Aktiven Rekrutierung von Wissenschaftlerinnen in Berufungsverfahren an der Universität Konstanz. Abgerufen unter https://www.uni-konstanz.de/typo3temp/secure_downloads/57638/0/63d351d85ea956153b567c59090a6bf6c6ab0ff8/BM_Aktive_Rekrutierung_2014_final_inkl._anhang.pdf

Wille, L., & Derous, E. (2018). When job ads turn you down: How requirements in job ads may stop instead of attract highly qualified women. *Sex Roles*, 79, 464-475.

Woelki, M. & David, M. (2015). Aktive Rekrutierung von Wissenschaftlerinnen als Bestandteil eines wert schätzenden Berufungsmanagements an der Universität Konstanz. In *Personalauswahl in der Wissenschaft* (pp. 251-259). Springer, Berlin, Heidelberg.

Ein Diagramm zur Frage, Welches Genderzeichen wird verwendet und einer Antwort in prozentualer Verteilung in 60% für Asterisk, 30% keine Genderzeichen und 10% andere Genderzeichen.

Gebrauchstauglichkeit: Welches Genderzeichen wird verwendet?



Prozentuale Verteilung:
60% Asterisk, 30% kein
Genderzeichen und 10%
anderes Genderzeichen.

■ Asterisk ■ Kein Genderzeichen ■ Andere Genderzeichen

Abbildung 5: Auswertung Gebrauchstauglichkeit (Kuchendiagramm)



INTERVIEWFRAGEN UND FAKTOREN

Dimension	Faktoren	Frage
Awareness	Politische Implikation	Ist das Gendern wichtig?
Sozio-Kulturalität	semantische Implikation	Warum ist Gendern wichtig?
Nutzer*innen-Orientierung	Gebrauchstauglichkeit	Welches Genderzeichen wird verwendet?
Zugänglichkeit	Barrierefreiheit (akustisch/haptisch/taktil/visuell)	Warum wird dieses Zeichen verwendet?
Genderinklusive Haltung	Nutzer*innen- Akzeptanz	Besteht im Verband Konsens zur Verwendung?

Quelle: bfit-bund