

www.silviasilvio.ch

Kein Ärger mehr mit «/-in»

Sprachliche Gleichbehandlung ist mit dem «/-in» am Ende der männlichen Form nicht erreicht. Wie Abhilfe geschaffen werden kann, zeigt das bereits vorgestellte Projekt www.silviasilvio.ch (siehe «WALD und HOLZ» 1/06 und 3/06). Es geht nicht nur um einen kreativen Umgang mit männlichen und weiblichen Formen, sondern auch um das Berücksichtigen unterschiedlicher Interessen. Ein deutscher Nationalpark stellt vor, wie es auch anders geht. Wie Stelleninserate formuliert sein können, damit sich auch Frauen angesprochen fühlen, steht am Schluss dieses Artikels.



Foto: A. Simantke

Neue Schilder braucht das Land! Gabriela Geitz, Leiterin der Nationalparkwerkstatt Eifel, zeigt neue Modelle. (Quelle: Nationalparkforstamt Eifel).

Eine Broschüre über den Forstkreis, eine Exkursionsausschreibung, eine Medienmitteilung, eine Informationstafel im Wald, ein Stelleninserat: Leute, die professionell mit Wald und Holz zu tun haben, treten

Von Milena Conzetti*

immer wieder in Kontakt mit der Öffentlichkeit. Um dabei das gesamte Zielpublikum anzusprechen, gibt es ein paar einfache Tipps und Tricks. Allein mit dem «/-in» am Ende des Försters oder des Waldspaziergängers ist es nicht getan. Die Themen- und Bildauswahl sowie ein vielfältiger Umgang mit der Sprache machen es aus.

Sprachliche Gleichbehandlung gehört heute nicht nur zum guten Ton, sie ist vielerorts Vorschrift. Bund, Kantone und Gemeinden, die ETHZ, weitere Ausbildungsstätten und viele Institutionen mehr haben seitendicke Leitfäden herausgegeben, an die sich die Mitarbeitenden zu halten haben. Und wer sich eine starke Lobby für den Wald wünscht, ist sowieso auf die Unterstützung der ganzen Bevölkerung angewiesen.

Sprache ist mehr als nur Wörter

Hinter der Sprache versteckt sich mehr als die Vermittlung von Informationen. Wer wird mit einem Text angesprochen? Wie

* Geografin, Umwelt- und Waldpädagogin, betreibt ein Büro für Umweltkommunikation in 4056 Basel.

ist der Ton in einem Artikel? Wie sieht die schreibende Person die Gesellschaft? All das wird gleichzeitig mit den Wörtern weitergegeben. Um Frauen und Männer gleich anzusprechen, gibt es verschiedene Möglichkeiten. Mit diesen lässt sich auch das unschöne «/-in» vermeiden, ohne die Frauen zu vernachlässigen. Hier ein paar Tipps:

- Frauen wollen nicht nur mitgemeint sein, sondern sichtbar. Zum Beispiel: *Der Forstdienst heisst alle Besucherinnen und Besucher herzlich willkommen.* Statt nur *die Besucher* oder *die BesucherInnen, BesucherInnen oder BesucherInnen.*
- Oft gibt es neutrale Wörter, die beide Geschlechter ansprechen und kürzer sind als das Aufzählen der männlichen und weiblichen Form. Zum Beispiel *Gäste sind in unserem Wald herzlich willkommen.* Oder *Interessierte erhalten beim Forstdienst weitere Informationen.* Oder *Velofahrende werden gebeten, hier abzustiegen.*
- Mit handelnden Personen oder der direkten Ansprache wird ein Text lebendiger als mit «man»: *Hier können Sie sehen, wie sich der Wald nach einem Waldbrand entwickelt.* Statt *Hier sieht man, wie sich ...* Oder *Die Mitarbeitenden des Forstdiensts unterhalten die Wege sehr gut* ist bildlicher als *Man unterhält die Wege sehr gut.* Oder *Unfälle lassen sich durch richtiges Verhalten vermeiden* statt *Unfälle kann man durch...*

- Bei den handelnden Subjekten nicht in Klischees verfallen und auch mal mit überraschenden Bildern arbeiten: *Die Revierförsterin instruiert den Förster, wie er mit der neuen Situation umgehen soll.* Oder *Von der Erholungsfunktion des Waldes profitieren Professorinnen, alleinerziehende Väter, Arbeitslose und junge Verliebte.* Statt die immergleichen Hausfrauen, Manager, Hündeler.
- Auch Verben sind teilweise mit Klischees verbunden: *Männer stellen fest und vertreten ihre Meinung* während *Frauen meinen und zustimmen.* Frauen fühlen eine ungute Stimmung, Männer *bemerk*en sie.

Der Mix der oben genannten Möglichkeiten ist die Grundlage für Texte, die der sprachlichen Gleichbehandlung gerecht werden. Und erst noch ansprechend sind.

Ein Nationalpark für alle

Es lässt sich nicht leugnen, dass Frauen und Männer, Alte und Junge, Familien und Alleinerziehende, Touristen und Einheimische unterschiedliche Interessen haben und in verschiedenen Lebenssituationen stehen. Die einen interessieren sich eher für die wirtschaftlichen Aspekte eines Nationalparks, die anderen für Naturschutz. Die dritten wollen mehr über die Käfer im Park wissen, die vierten über Baumarten. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit

bindet die unterschiedlichen Ansprüche und Vorstellungen ein. Wie das in Bezug auf die Geschlechter gehen kann, zeigt zum Beispiel der deutsche Waldnationalpark Eifel.

Bei der Themenwahl geht es einerseits darum, Frauen und Männer mit ihren unterschiedlichen Interessen gleich anzusprechen. Andererseits werden die Aktivitäten und Leistungen von Männern und Frauen im Wald ausgewogen dargestellt.

Bei der Vermittlung von Informationen und der Ausarbeitung von Exkursionsangeboten gilt es, emotionale und kognitive Aspekte einzubeziehen. Wie spürt eine Amsel den Frühling? Wie funktioniert der Nährstoffkreislauf eines Baumes? Wie riecht Moos? Wie stark ist Holz? Es gibt Führungen wie «Tiere beobachten bei Sonnenaufgang» oder «Gehölze und Kräuter». Besonders erfolgreich sind aber die spezifischen Angebote: Morgenpirsch für Frauen, Kräuterführungen für Männer, Holzschnitzkurse für Frauen und Sinneswanderungen für Vater und Sohn.

In der Bildsprache geht es darum, die Vorurteile vom aktiven, starken Mann und der passiven, zierlichen Frau, von Männern in professionellen Rollen und Frauen in privaten zu durchbrechen. Auf Prospekten

im Nationalpark sind zum Beispiel Exkursionsführerinnen und junge Väter mit Kindern abgebildet. Oder ein Mädchen, das sägt und ein Knabe, der Blumen pflückt. Oder eine Frau, die mit dem Feldstecher etwas beobachtet. Selbstverständlich kommen Männer und Frauen in einem ausgewogenen Verhältnis vor. Durch die gewählte Bandbreite von Motiven werden verschiedene Interessen angesprochen: Landschaften, Menschen, Blumen, Bäume, Tiere usw.

Mit Stelleninseraten auch Frauen ansprechen

Suchen Sie einen Fachmann oder eine Fachperson? Einen Schreiner oder eine Schreiner/-in? Am besten suchen Sie nach Forstwarten und Forstwartinnen. Eine Försterin soll nicht rätseln, ob sie sich wohl bewerben darf, wenn eine Stelle für einen Förster ausgeschrieben ist.

Die direkte Rede ist bei Stellenausschreibungen und Anforderungsprofilen oft sinnvoller, als ein komplizierter Einbezug von männlichen und weiblichen Formen. Statt «Wir suchen eine/n erfahrene/n, teamfähige/n und auf Baumartenkenntnisse spezialisierte/n Mitarbeiter/in» geht es so einfacher: «*Sie sind teamfähig und brin-*

gen Erfahrung und Spezialwissen im Bereich der Baumartenkenntnisse mit.»

Es gibt Eigenschaften und Schlüsselkompetenzen, die als typisch männlich oder typisch weiblich gelten. Männliche sind zum Beispiel *stark, initiativ, unternehmerisch, entscheidungsfreudig*. Eher Frauen zugesprochen werden *freundlich, zukommend, gut aussehend*. Um Frauen und Männer für die Stelle zu interessieren, lohnt es sich deshalb, diese Eigenschaften zu mixen. Oder neutrale zu verwenden wie *selbstständig, verantwortungsbewusst, engagiert*. Gut ist zudem, Schlüsselkompetenzen aus dem sozialen und fachlichen Bereich zu mischen. Für Förster ist es ebenso wichtig, mit Menschen umgehen zu können wie für Försterinnen, ein Flair für technische Fragen zu haben.

Ob Sie oder man sich also für Wald und Holz interessiert, hängt von der Themen-, Bild- und Sprachwahl aus. Auf ein gutes Gelingen!

Literatur:

Leitfaden zur gendersensiblen Gestaltung von Massnahmen der Öffentlichkeitsarbeit in Nationalparks. Institut für sozial-ökologische Forschung. Frankfurt am Main, 2005.

Weitere Literaturtipps zum Texten und Verfassen von Stelleninseraten: www.silviasilvio.ch.