

„Ich Tarzan – Du Jane?“

Frauenbilder – Männerbilder.
Weg mit den Klischees! Anleitung für eine
geschlechtergerechte Mediengestaltung.



Inhalt

Vorwort	Seite	3
Einleitung	Seite	4
Inhalte geschlechtergerecht umsetzen	Seite	7
Möglichkeiten des gendergerechten Formulierens	Seite	16
Gendergerechte Bildsprache	Seite	22
Das Gender-Wörterbuch	Seite	34
Die häufigsten Ausreden	Seite	36
Quellen	Seite	38
Webtipps	Seite	39
Kontakt	Seite	39



Liebe Kollegin! Lieber Kollege!

Anfangs war es für viele nicht mehr als eine neue Wortschöpfung – inzwischen wird Gender Mainstreaming immer mehr zu einer anerkannten Strategie zur Schaffung der Chancengleichheit. Dafür haben die Beschlüsse zur Umsetzung von Gender Mainstreaming in unserer Organisation sowie erste Gender Trainings gesorgt. Zur Erinnerung: Der ÖGB-Bundesvorstand hat im Juni 2004 die verbindliche Umsetzung

von Gender Mainstreaming beschlossen. Damit der Beschluss auch in der Alltagsarbeit gelebt wird, haben wir gleichzeitig fünf Pilotprojekte gestartet, mit denen die Strategie Schritt für Schritt angewandt werden soll.

Eines dieser Pilotprojekte bei der Umsetzung von Gender Mainstreaming ist die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Denn die Öffentlichkeitsarbeit ist die Visitenkarte unserer Organisation. Mit diesem Pilotprojekt setzen wir ein Signal für aktive Politik der Chancengleichheit nach innen und nach außen.

Die vorliegende Broschüre – das Gender Manual des ÖGB – ist ein Ergebnis dieses Pilotprojekts. Redakteurinnen und Redakteure unserer Organisation haben das Manual gemeinsam

erarbeitet: Auf den folgenden Seiten sind die Grundprinzipien geschlechtergerechter Medienarbeit anschaulich erklärt. „Geschlechtergerecht“ heißt für uns, dass Frauen und Männer gleichberechtigt in unseren Medien zu Wort kommen und dass auf Männer und auf Frauen sprachlich und bildhaft eingegangen wird. „Geschlechtergerecht“ bedeutet auch, die Vielfalt und Unterschiedlichkeit weiblicher und männlicher Lebenswirklichkeiten sichtbar zu machen und als gleichwertig anzuerkennen. Traditionelle Rollenbilder sollen infrage gestellt, Klischees aufgezeigt und überwunden werden. Natürlich braucht es zusätzlich die passenden Rahmenbedingungen, damit die Chancengleichheit erreicht wird. Auch das wollen wir in unseren Medien aufzeigen.

Das Gender Manual soll aber nicht nur von den MedienarbeiterInnen unserer Organisation verwendet werden. Es kann uns allen wertvolle Unterstützung bei der geschlechtergerechten Gestaltung von Texten, Bildern, Broschüren etc. geben. Ich lade deshalb alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein, die in diesem Gender Manual enthaltenen Handlungsanleitungen und Tipps in ihrer täglichen Arbeit anzuwenden. Damit wir alle gemeinsam einen modernen, offenen ÖGB darstellen!

Rudolf Hundstorfer, geschäftsführender Präsident des ÖGB

Warum brauchen wir ein Gender Manual?

„Manchmal habe ich das Gefühl, man hat mehr Verständnis dafür, wenn ich das Auto zum Service bringe, als wenn ich mit meiner Tochter zum Kinderarzt gehe.“

– so beschreibt ein Kollege die Rollenzuschreibungen, die es natürlich auch innerhalb des ÖGB und der Gewerkschaften gibt.

Oder eine Kollegin erzählt:

„Wenn ich gemeinsam mit einem Kollegen zu Sitzungen gehe, wird manchmal automatisch angenommen, er wäre der Chef und ich seine Assistentin.“

In den wenigsten Fällen benutzen wir solche Rollenzuschreibungen absichtlich, wir sind es einfach schon so lange gewöhnt ...

„Bei der Einführung von Gender Mainstreaming geht es darum, die Perspektive der Geschlechterverhältnisse in alle (organisations-)politischen Entscheidungsprozesse einzubeziehen und alle Entscheidungsprozesse für die Gleichstellung der Geschlechter nutzbar zu machen.“

(Beschluss des ÖGB Bundesvorstandes vom 30. Juni 2004.)

Wem nützt Gender Mainstreaming?

Gender Mainstreaming wird das Bild des ÖGB als glaubwürdige und engagierte Interessenvertretung für Frauen und Männer schärfen. Damit werden neue Zielgruppen angesprochen und für die Organisation neue Mitglieder gewonnen.

„Über die Auseinandersetzung mit geschlechterspezifischen Unterschieden erwerben wir Kompetenz im Umgang mit Diversity/Unterschieden auch in anderen gesellschaftlich wichtigen Themen, z.B. MigrantInnen, die für die Weiterentwicklung der Gewerkschaftsbewegung von großer Bedeutung sind.“

(Beschluss des ÖGB Bundesvorstandes vom 30. Juni 2004.)

Pilotprojekt Medien

Der ÖGB Bundesvorstand hat neben anderen Bereichen auch die Medienarbeit des ÖGB als Pilotprojekt für die Umsetzung von Gender Mainstreaming ausgewählt.

„Dieser Schwerpunkt wurde ausgewählt, da der Bereich Medienpolitik die Visitenkarte unserer Organisation ist. Mit diesem Schwerpunkt kann es gelingen, ein deutliches Signal nach außen und innen zu setzen.“

(Beschluss des ÖGB Bundesvorstandes vom 30. Juni 2004.)

Ein rund 25köpfiges Team mit VertreterInnen des ÖGB und der Gewerkschaften und mit externen Gender Mainstreaming ExpertInnen hat – nach mehrtägigen Gender Trainings – die ÖGB Zeitschrift „Solidarität“ analysiert, weitere Medien des ÖGB und der Gewerkschaften wurden schon in Angriff genommen und werden noch folgen. Es ging und geht dabei um Text, Bild und inhaltliche Ausrichtung insgesamt. Die Analyse der „Solidarität“ hat gezeigt, dass wir schon auf sehr gutem Weg sind, dennoch gibt es noch einiges zu tun.

Was das Manual ist ...

Im weiteren Verlauf des Projekts hat sich gezeigt, dass es zwar sehr großen Willen gibt, die Medien des ÖGB und der Gewerkschaften gendergerecht zu gestalten. Für viele, die sich in das Thema nicht vertieft haben, ist das aber nicht immer einfach. Oft geht es darum, die richtige Formulierung zu finden.

Es ist aber auch immer wieder ein Problem, bei bestimmten Themen die männer- bzw. frauenspezifischen Zugänge und Betroffenheiten zu entdecken. Manchmal scheitern wir auch daran, das richtige Foto zu finden.

Dieses Gender Manual soll allen, die im ÖGB und in den Gewerkschaften mit der Erstellung von Medien im weitesten Sinn zu tun haben – vom Verfassen eines Artikels über die

Gestaltung einer Broschüre oder eines Flugblattes bis zum Schreiben einer Pressemeldung oder einer Stellungnahme zu einem Gesetzesentwurf – Hilfestellungen und praktische Tipps geben.

„Gender Manual“ ist eine Formulierung, die im Rahmen eines Workshops der Gender Mainstreaming Arbeitsgruppe „ÖGB Medien“ entstanden ist. Ausgangspunkt war der Wunsch der Gruppenmitglieder, praktikable Anleitungen zur Umsetzung von geschlechtergerechter inhaltlicher Ausrichtung sowie sprachlicher und bildhafter Darstellung in den Medien des ÖGB und der Gewerkschaften zur Verfügung zu haben.

...und was das Manual nicht ist.

In diesem Manual bringen wir Beispiele und geben Tipps, wie gendergerecht geplant, formuliert und gestaltet werden kann. Es gibt in diesem Manual nicht für jede Situation oder Fragestellung eine richtige Antwort.

Es gibt allerdings Prinzipien für das gendergerechte Gestalten von Medien. Mit diesem Manual wollen wir die Umsetzung dieser Prinzipien in die Praxis darstellen und mit verschiedenen Vorschlägen, Anregungen, Hilfestellungen und Tipps erleichtern.

Zwei einfache Prinzipien – nicht mehr, nicht weniger!

1. Sichtbarmachung von Frauen:

Wenn wir von Frauen und Männern sprechen oder schreiben, dann müssen wir sie auch explizit nennen. Frauen „mitzumeinen“ genügt nicht.

Verschiedene Studien und Experimente belegen, dass die gewählte Sprachform die gedanklichen Vorstellungen über die beschriebenen Personen beeinflusst. Verwendet man die männliche Form als für alle gültig, denkt man beim Lesen nicht oder in geringerem Ausmaß an Frauen, die aber auch „gemeint“ sind.

Folgende Formulierungen, die in der Praxis noch immer häufig vorkommen, erfüllen den Grundsatz der Sichtbarmachung von Frauen **NICHT**:

- Beispiel aus einem Kollektivvertrag:
Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, im Folgenden Arbeitnehmer genannt;
- Beispiel aus einer Broschüre:
Wenn im folgenden Text männliche Schreibweisen verwendet werden, so ist bei Entsprechung auch die weibliche Form inkludiert.

2. Symmetrie zwischen Frauen und Männern:

Frauen und Männer müssen in unseren Medien gleichwertig und symmetrisch präsent sein. Dieser Grundsatz wird, wie die folgenden Beispiele zeigen, nicht immer eingehalten:

- Beispiele aus der „Solidarität“: Überhang von männlichen Experten, die über weibliche Betroffene sprechen;
Betriebsreportage in der Solidarität vom März 2005 „Wo der Schokohase wohnt“ über die Firma Manner: Betriebsrat und Geschäftsführer kommen zu Wort, Frauen nicht, sie werden auch nicht in den Bildtexten erwähnt;
besser: Expertinnen und Experten zitieren, männliche und weibliche Betroffene zu Wort kommen lassen
- Beispiel aus dem Schisport:
Schi-Mädchen, Schi-Herren;
besser: Schi-Damen, Schi-Herren
- Beispiel aus der Kronen Zeitung (6. Jänner 2006):
„Die Mutter und das Familienoberhaupt ...“
besser: Die Frau ..., der Mann... oder: Die Mutter... , der Vater ...

Inhalte geschlechtergerecht umsetzen

Sprache und Bilder sind wichtig, wenn es um gendergerechte Mediengestaltung geht; sie sind aber lange nicht alles. Denn nicht nur auf die Verpackung, auch auf den Inhalt kommt es an!

Für den Alltag bedeutet das, bereits bei der Planung eines Artikels den Blick zu öffnen:

- für die unterschiedlichen **Sichtweisen**, die Frauen und Männer zum jeweiligen Thema haben oder haben könnten,
- für die unterschiedliche **Betroffenheit** durch eine beschriebenen Maßnahme,
- für unterschiedliche **Bedürfnisse**, die Frauen und Männer haben könnten.

Zugleich wollen wir vermeiden, deshalb in ein „Kasterldenken“ zu verfallen á la: Männer sind/denken/handeln auf diese Weise und Frauen auf jene.

Es gibt eine Vielfalt an Rollen, Tätigkeiten und Lebensweisen unter Frauen und auch unter Männern, die wir wahrnehmen und darstellen wollen.

Erklärtes Ziel, das hinter Gender Mainstreaming steht, ist die Gleichstellung der Geschlechter. Wir können das auf die verschiedenste Weise tun:

- Indem wir in unseren Artikeln Daten und Fakten zur

gesellschaftlichen Benachteiligung der Frauen anführen und thematisieren.

- Indem wir auch auf spezifische Probleme, die vorwiegend Männer betreffen, eingehen.
- Indem wir Rollenbilder thematisieren und hinterfragen, die für Frauen, aber auch für Männer in unserer Gesellschaft gelten, und die das gleichberechtigte Miteinander erschweren.

Wenn wir Frauen und Männer darstellen, die sich bewusst in nicht-traditionelle Aufgabengebiete vorwagen, machen wir unseren LeserInnen Mut, auch selbst aus Rollenbildern auszubrechen.

Gleichzeitig dürfen wir damit rechnen, dass unsere Artikel durch neue Sichtweisen lebendiger und abwechslungsreicher werden.

Die gendergerechte Mediengestaltung verschafft schlussendlich nicht nur unseren LeserInnen, sondern auch uns selbst neue Erkenntnisse und Sichtweisen.

Tendenzen in der Medienberichterstattung

Gute Geschichten setzen hohe Professionalität, die Einhaltung ethischer Grundsätze inklusive gendergerechter Sichtweisen und Kreativität voraus. Nicht immer werden diese Qualitätsstandards eingehalten.

Inhalte gendergerecht umsetzen

In den Printmedien sind, grob unterteilt, fünf verschiedene Typen von Artikeln zu finden¹. Wir fangen beim worst case an und arbeiten uns zu den Kriterien für interessante, gut gemachte Zeitungsartikel vor.

1. Artikel, die offen Rollenklischees und Stereotype transportieren

... finden sich erfreulicher Weise in den meisten Medien eher selten.

Aber wo sie vorhanden sind, sind sie leicht erkennbar. Es handelt sich um Geschichten,

- in denen Frauen sprachlich oder durch Bilder herabgesetzt werden,
- die von Frauen Erreichtes trivialisieren;
- die männliche Gewalt verherrlichen oder rechtfertigen,
- die Männer in nicht-traditionellen Rollen herabsetzen bzw. lächerlich machen (z.B. Hausmänner, Väter in Karenz,...).

¹ Diese Klassifizierung wurde von der World Association for Christian Communication (WACC) vorgenommen, die den Leitfaden für das jährlich stattfindende Global Media Monitoring Project entwickelt hat. Details dazu finden sich in WACC (2005): Global Media Monitoring Project 2005. Qualitative News Analysis, London.

a) In einem Artikel aus einer Tageszeitung heißt es:

„Abspecken will eine vierköpfige Familie aus der Steiermark. Die Mutter bringt 84 kg, das Oberhaupt satte 131 kg auf die Waage.“²

Erläuterung:

Mit der Bezeichnung „Oberhaupt“ wird dem Mann klar die Vorrangstellung eingeräumt, die Frau wird ausschließlich über ihre Aufgabe als „Mutter“ definiert.

b) Wahlkampfberichterstattung über Angela Merkel

Der deutsche Journalistinnenbund hat die Darstellung von Angela Merkel im deutschen Wahlkampf analysiert. Als erste Frau kandidierte Merkel bei den deutschen Bundestagswahlen und ist nun die erste Bundeskanzlerin Deutschlands. An Merkel wurde von den Medien im Wahlkampf „die Checkliste sämtlicher Weiblichkeits-Klischees“ abgefragt, so der Journalistinnenbund. Als „Tops“ der Diskriminierung listet der Journalistinnenbund im Artikel „Is' was, Kanzlerin?“³ unter anderem folgende Zitate aus verschiedenen Medien auf:

„Das Merkel“ – das Neutrum, Frau ohne Eigenschaften, Frau, die nicht den Klischeevorstellungen über eine Frau entspricht.

² Kronen Zeitung vom 6. Jänner 2006.

³ Journalistinnenbund (2006): Is' was, Kanzlerin?, zu finden unter www.journalistinnenbund.de (Download vom 20. Februar 2006)

„Wenigstens hat sie sich nicht hochgeschlafen.“

Erläuterung:

Beide Aussagen sind klar sexistisch und abwertend und lassen eine objektive Berichterstattung über die Kanzlerkandidatin vermissen.

2. Artikel, die versteckt Rollenklischees und Stereotype transportieren

Bei diesen Texten fällt die Wiedergabe von Rollenklischees möglicherweise nicht auf den ersten Blick auf. Das können zum Beispiel Texte sein,

- die unhinterfragt Annahmen über die Aufgaben von Frauen und Männern vermitteln, z.B. eine erfolgreiche Frau, die **trotzdem** eine gute Ehefrau ist.
- die klischeehafte Annahmen über die Eigenschaften von Frauen und Männern widerspiegeln, z.B. dass Frauen emotional instabiler sind, z.B. mehr Frauen sind erwerbstätig, **aber** das geht einher mit Anstieg der Raucherinnen bzw. von Alkoholmissbrauch unter den Frauen.
- deren Quellen und ProtagonistInnen nur Männer sind, bzw. nur Frauen, und damit die Idee vermitteln, dass dieses Thema nur für den einen Teil der Bevölkerung relevant ist.

Beispiele

a) In einem Gewerkschaftsbericht heißt es:

„Bei der Konferenz wurde unter anderem ein Arbeitsklimaindex für das Mostviertel vorgestellt. Dabei wurden 1.116 ArbeitnehmerInnen aus der Region über ihre berufliche Situation befragt, mit zum Teil erschütternden Ergebnissen: 17 Prozent der Befragten gaben an, dass sie 100 Prozent oder mehr ihres monatlichen Nettoeinkommens zur Deckung ihrer Lebenshaltungskosten (Strom, Wasser, Gas, Miete, etc...) benötigen, d.h. beide Lebenspartner müssen arbeiten gehen um vernünftig leben zu können.“

Erläuterung:

Durch das Wort „müssen“ im oben angeführten Satz wird unterstellt, dass der Idealfall die traditionelle Aufgabenteilung ist: Der Mann ist für die Erwerbsarbeit zuständig, die Frau für die Hausarbeit.

b) Beispiel aus einer Radioreportage:

In seinem Jahresbericht 2005 „Der G Faktor. Gender-Perspektive in den Medien“ hat der deutsche Journalistinnenbund Beispiele aus deutschen Medien gesammelt. Diesem Jahresbericht entstammt auch das nachfolgende Beispiel⁴.

„Der Tourist packt Frau und Kind ins Auto.“
lautete der erste Satz einer Radio-Reportage.

⁴ Journalistinnenbund (2005): Der G-Faktor. Gender-Perspektiven in den Medien, Bonn, S. 2.

Inhalte gendergerecht umsetzen

Erläuterung:

Der Einstieg hört sich zwar recht dynamisch an, lässt bei den HörerInnen aber klar folgendes Bild zurück: Der Mann ist aktiv, Frau und Kind sind passiv. Der Realität wird diese Darstellung wohl nicht gerecht, es ist davon auszugehen, dass die Frau zumindest einen Teil des Gepäcks und der Reisevorbereitungen erledigt hat, und sicherlich auch selbst in das Auto eingestiegen ist.

Tipp!

Solche Rollenklischees lassen sich leicht durch den **Umkehrtest** aufspüren.

Der Satz „Die Touristin packt Mann und Kind ins Auto“ wirkt seltsam. Man fragt sich, ob der Mann vielleicht gehbehindert oder krank ist. In dem Satz treten Mann und Frau nicht als gleichberechtigt auf, der Umkehrtest verdeutlicht das drastisch.

3. Vergebene Chancen

Geschichten, die angereichert hätten werden können, wenn mehrere Quellen verwendet und eine größere Bandbreite an Sichtweisen dargestellt worden wären, oder indem die unterschiedlichen Auswirkungen auf Frauen/Männer dargestellt worden wären.

Bei einer Zeitungsanalyse finden sich meist sehr viele solcher Texte. Zum Beispiel,

- ein Artikel über eine Reform des Scheidungsrechts, in dem nur männliche Quellen bzw. Experten zu Wort kommen oder
- ein Artikel über eine Steuerreform, in dem nicht auf die geschlechtsspezifischen Betroffenheiten derer, die davon profitieren oder belastet werden, eingegangen wird.

a) Vergebene Chancen, Beispiel „Fahrgäste“

In einem Artikel⁵ wird über die geplante Verlängerung und das Einfrieren der Bundesmittel für den öffentlichen Nahverkehr berichtet. Das hat zur Folge, dass Verbesserungen bei den öffentlichen Verkehrsmitteln ausbleiben, u. a. die Ausweitung der Fahrten in den Abendstunden. Im Text wird die Zahl der PendlerInnen genannt, die mit dem Auto nach Wien zur Arbeit fahren und die Zahl jener, die öffentlich einpendeln. Bezeichnet werden sie als „Pendler“ und als „Fahrgäste“.

- Eine geschlechtsspezifische Aufgliederung – und auch eine nach Altersgruppen – fehlt: WER pendelt mit dem Auto ein, WER ist auf die öffentlichen Verkehrsmittel angewiesen und damit von den Verschlechterungen besonders betroffen?
- Die für den Text interviewten Personen – ein Politiker, ein Experte – sind zudem allesamt männlich, bebildert ist der Artikel ebenfalls mit Fotos von zwei Politikern.

⁵ „Kein Geld für Verbesserungen bei Öffis“, in Kurier vom 7. Februar 2006.

b) Vergebene Chancen, Beispiel „Pensionen“

Berichte, die sich mit dem Thema Pensionen⁶ befassen und nicht auf die unterschiedliche Einkommenssituation von Frauen und Männern im Alter eingehen. Dabei sind die Unterschiede gravierend, die durchschnittliche Alterspension von Frauen lag im Dezember 2005 bei 741 Euro, jene der Männer bei 1.259 Euro.

Wer die unterschiedliche Pensionshöhe im Blick hat, kann dann auch besser bewerten, WEN eine Kürzung der Pensionen um fünf Prozent im Alltag stärker trifft.

Durch die Geschlechterperspektive betrachtet, können zudem auch scheinbar positive Trends plötzlich eine ganz andere Wendung bekommen:

So kann eine als sinkend gemeldete Arbeitslosenzahl dadurch zustande kommen, dass die Arbeitslosigkeit bei Männern und Frauen gleichermaßen sinkt. Möglich ist aber auch, dass die Arbeitslosigkeit nur bei den Männern sinkt und bei den Frauen steigt oder umgekehrt. Wer das im Text vergisst, zeichnet ein falsches Bild von der Realität.

⁶ Journalistinnenbund (2005): Der G-Faktor. Gender-Perspektiven in den Medien, Bonn, S.6.

4. Artikel, die Stereotype aufzeigen/aufbrechen

Darunter sind unter anderem Geschichten zu verstehen, die Klischees und traditionelle Rollenzuschreibungen umwerfen – in Bezug auf Eigenschaften, Bereiche der Expertise/Kompetenz, Interessen, usw. Wenn zum Beispiel

- ein/e JournalistIn in einem volkswirtschaftlichen Artikel Expertinnen zu Wort kommen lässt, oder
- Väter in einem Artikel über Kindergruppen für Vorschulkinder zitiert werden.

Aber es gibt auch Texte, die Stereotype auf komplexere Weise aufbrechen.

- Zum Beispiel könnte ein Artikel zum Thema Partnerschaft von Homosexuellen aufzeigen, dass homosexuelle Paare auch liebevolle Eltern sein können.
- Ein Bericht über Wahlpräferenzen könnte mit der Auffassung aufräumen, dass Frauen politisch uninformiert sind.
- Eine Geschichte über Arbeitsbedingungen könnte das Klischee untergraben, dass Männer vom Ehrgeiz angetrieben sind.

Geschichten, die Rollenklischees aufbrechen, gehen oft über den als gegeben angesehenen Rahmen der Berichterstattung hinaus – indem sie neue Blickpunkte, Betrachtungsweisen und Standpunkte mit berücksichtigen.

Inhalte gendergerecht umsetzen

Falter 38/05

Frauen in Orange

AUFRÄUMEN Seit einigen Jahren gibt es auch Frauen bei der Straßenreinigung. Wer sind die Frauen, die sich mit unserem Dreck herumplagen? CHRISTINA GREUNZ

Ketzergasse, 23. Bezirk. Wer hier herkommt, wohnt entweder weit weg vom Schuss oder hat hier seinen Arbeitsplatz. Auf Michaela Wohlers trifft Zweites zu. Sie ist eine von fünf jungen Frauen, die hier ab sechs in der Früh, mit Besen und Schaufeln bewaffnet, dem Dreck den Kampf ansagen. Wohlers arbeitet seit sechs Jahren für die MA 48, Abteilung Straßenreinigung. Seit neun Jahren beschäftigt die Stadt Frauen bei der Straßenreinigung. Die Abteilungen Müllabfuhr und Fuhrpark sind noch immer reine Männersache, doch bei der Straßenreinigung gibt es mittlerweile sogenannte Mischdepots, wo beide Geschlechter vertreten sind, und reine Frauendepots. Depots, das sind die Arbeitsstätten der verschiedenen Sektionen in den einzelnen Bezirken.

„Hier im Bezirk sind wir das einzige Frauendepot. Jetzt, wo das Laub fällt, wird die Arbeit wieder mehr, doch besonders anstrengend ist der Job im Winter“, erzählt Wohlers. Nach abge-

schlossener Chemie-HTL und ein paar Semestern Biologie arbeitete sie in der Heimbilfe: „Das hat mich zu viel berührt, deshalb hab ich einen neuen Job gesucht. Nach dem ersten Winter bei der 48er hab ich gewusst, was mich erwartet.“

Der Winter in der Straßenreinigung ist nichts für Wasserfrö. Vor allem dann nicht, wenn es richtig schneit. Die Schneeräumungseinsätze finden meistens in der Nacht statt. Die ersten, bei denen dann das Telefon klingelt, sind Leute mit C-Führerschein. Leute wie Wohlers. Denn nur sie dürfen die zum Schneeräumen benötigten Kleinfahrzeuge auch lenken. Das bringt zwar einerseits gut bezahlte Überstunden, andererseits ist es für Mitarbeiterinnen mit Familie oft nicht leicht, alles unter einen Hut zu bringen. „Das ist aber Organisationssache“, erzählt eine junge Kollegin. Die alleinerziehende Mutter sah sich schon oft mit kurzfristigen Einsätzen konfrontiert. „Da ist es dann besonders wichtig, ein gutes Umfeld zu

STADTLIBEN 83



„Hier bekommst du gleiches Geld für gleiche Arbeit“: Michaela Wohlers, Straßenreinigerin bei der MA 48 / Foto: Christina Greunz

haben. Leute, die einem für ein paar Stunden auf dem Kirschen schauen.“

Der Job im Winter erfordert nicht nur Flexibilität, sondern auch starke Nerven. Gerade bei der Schneeräumung reagieren Passanten sensibel, wenn es um ihre eigene Ausfahrt geht, die freigehalten werden soll. „Die Leute sind bei so etwas nicht zimper-

lich, die denken sich, die in Orange sind eh die Trottel. Da kann es schon passieren, dass sie dich anschreien, aber ich kann mir den Schnee halt auch nicht in die Hosentasche stecken“, erzählt Wohlers.

Anstrengende Arbeit, flexible Dienstzeiten und im Winter klamme Finger – dennoch wollen die Frauen ihren Job nicht missen. Denn die Gleichberechtigung in der Straßenreinigung funktioniert überraschend gut, nicht nur in der Kollegenschaft, sondern auch, was die Bezahlung betrifft. „Hier bekommst du gleiches Geld für gleiche Arbeit, nicht so wie in der Privatwirtschaft, wo man per Zufall erfährt, dass der Kollege trotz gleicher Hacke mehr verdient.“

Seit einiger Zeit übernimmt Wohlers auch einmal im Monat Schichten am Mistplatz in Inzersdorf. Damit ist sie die erste Frau in Wien, die dort arbeitet. So wie ihre männlichen Kollegen bellt sie Streufahrzeuge mit Sole und Splitt, arbeitet sich mit dem Gabelstapler durch den Müll und kümmert sich um die Entsorgung von Elektrogeräten. Alles Arbeiten, die ein gewisses Maß an körperlichem Einsatz abverlangen. Blöd ange-

redet, ob sie denn das alles als Frau schafft, haben sie die Kollegen jedoch noch nie. Anders ist es da schon draußen auf der Straße. Denn ganz hat man sich an das Bild der „Frau in Orange“ noch nicht gewöhnt. Vor allem bei Einsätzen in Bezirken mit wenig Frauenanteil in der Straßenreinigung stolzen Michaela Wohlers und ihre Kolleginnen noch immer auf Vorurteile. Äußerungen von Passanten, ob die Arbeit denn nicht zu schwer sei, seien keine Seltenheit, sagt sie. „Aber das ist alles nur eine Frage der Zeit. In ein paar Jahren wird sich keiner mehr umdrehen, nur weil du als Frau eine Mistschaufel in der Hand hast.“ □

Beispiel aus dem Falter vom 21. September 2005

Erläuterung

Im Text wird thematisiert, wie es ist, als Frau in einem Männerberuf zu arbeiten. Außerdem wird aufgezeigt, dass der öffentliche Dienst in puncto Gleichstellung weiter ist, die hohen Einkommensunterschiede zwischen Frauen

und Männer in der Privatwirtschaft werden angesprochen. Zusätzlich befasst sich der Artikel auch mit generellen Vorurteilen gegenüber den Beschäftigten bei der MA 48 (Straßenreinigung): Der Spruch „Die in Orange sind eh die Trottel“ wird durch den Bericht über die gute Ausbildung der „Straßenreinigerin“ konterkariert.

Normmensch ist der Mann

In der Arbeitswelt haben es Frauen nach wie vor schwerer als Männer, die Einkommensschere geht sogar wieder auf. Doch es gibt auch Hoffnungszeichen.

WIEN (SN-Inf) „Wenn niemand darüber nachdenkt, ist es schon wieder passiert“, sagt Ingrid Nikolay-Leitner und sieht dabei sehr entsetzt aus. Die Gleichbehandlungsanwältin redet über den Normalfall: Frauen fangen mit niedrigeren Einstiegsgehältern an, fallen um Gehaltserhöhungen um, werden beim Aufstieg ausgebottet.

Die Zahl der Frauen und Männer – hier nur vereinzelt in eigener Sache –, die im bundesweiten Netz der Gleichbehandlungsanwaltschaft Rat und Hilfe suchen, nimmt stark zu. Die Fälle haben sich seit dem Gründungsjahr 1991 verdreifacht (von 338 auf 2118 im Jahr 2002). Kein Indiz für Verschlechterungen, aber auch keines für Verbesserungen. Klar sei nur, dass Frauen nicht mehr bereit seien, alles hinzunehmen, betont Nikolay-Leitner im SN-Interview.

Benachteiligt würden sie nicht aus bösem Willen, nein. Die Betriebe nützten einfach Sparrmöglichkeiten, solange es ginge, seien aber oft sehr einsichtig, würden sie auf das Thema angesprochen. „Das Grundproblem ist, dass der Mann nach wie vor der Normmensch der Arbeitswelt ist.“ Diskriminierung sei Teil des Systems. „Als ich 1991 angefangen habe, sprach man gern von schwarzen Schafen und Einzelgäulen“, erinnert sich die Juristin. Mittlerweile sei anerkannt, dass es sich um „die übliche Art“ handle.



Frauen würden selten bewusst benachteiligt, sagt Gleichbehandlungsanwältin Nikolay-Leitner. „Denkt niemand darüber nach, ist es schon wieder passiert.“ **BR3** SINA/Bege

Das sei ein großer Fortschritt.

Nur selten geht es dabei um so offene Diskriminierung wie bei jener Salzburgerin, die sich kürzlich an die Regionalanwältin für Tirol, Salzburg und Vorarlberg, Christine Baur, wandte. Ihr wurde gleich nach der Geburt ihres Kindes schriftlich mitgeteilt, dass sie nach der Beurlaubung am Ende der Karenzzeit gekündigt würde. Ein glatter Gesetzesbruch, denn Karenz ist kein Kündigungsgrund. Zumindest theoretisch. In der Wiener

Gleichbehandlungsanwaltschaft ist erstmals ein Ehepaar in Beratung. Beide Geschäftsführer bei unterschiedlichen Unternehmen, beide gewillt, sich jeweils ein halbes Jahr ausschließlich um den Nachwuchs zu kümmern. Die junge Mutter verlor aus diesem Grund bereits ihren Posten. Der Vater steht unmittelbar vor der Kündigung.

Familie ist im Jobleben nicht vorgesehen. Sobald Männer weibliche Verhaltensmuster an den Tag legen (Babypause, Teilzeit), werden

sie genauso bestraft wie Frauen. An diesen Gesetzmäßigkeiten hat sich in den letzten Jahren so gut wie nichts verändert. Die Einkommensschere zwischen Frauen und Männern – rund ein Drittel Unterschied – ging zuletzt sogar wieder auf. Das liege nicht nur zur Hälfte an den Auszeiten der Frauen, betonen die Expertinnen, sondern an vielen subtilen Einzelmechanismen.

Frauen? Ja bitte. Doch nicht als Chefin

Ein Sonderproblem: Beförderungen. „Da waren wir am wenigsten erfolgreich. Man sagt Ja bitte, jederzeit eine Frau. Ist es dann so weit, ist alles recht, um darzulegen, warum ausgerechnet diese Frau ungeeignet ist.“ Frauen befürchten sich oft in einer No-Win-Situation. Alles würde ihnen negativ angerechnet: Was bei Männern Konsequenz sei, würde Frauen als Sturheit ausgelegt, Leadership als mangelnde Teamfähigkeit. Vielleicht auch, weil es bisher nur „lächerliche“ Sanktionen gab. Jetzt werden sie wenigstens auf mindestens ein Monatsgehalt angehoben, wobei Nikolay-Leitner wenig Hoffnung hat, dass die Gerichte in so „abschreckender“ Weise urteilen werden, wie dies der Europäische Gerichtshof verlangt.

Der Schlüssel für die Zukunft sieht sie in aktiver Gleichstellungspolitik. Besonders gut gefällt ihr das schwedische Modell: Dort sind Betriebe verpflichtet, für eine Aufteilung der Lohnsumme zu sorgen, die dem Anteil der Frauen und Männer entspricht. Unterbezahlung von Frauen fällt damit auf und ist auch nicht mehr möglich. „So etwas bräuchte bei uns sehr viel.“

b) Beispiel aus den Salzburger Nachrichten vom 29. November 2003

Erläuterung

In dem Artikel wird nicht nur auf die Benachteiligung der Frauen in einer auf Männer zugeschnittenen Arbeitswelt eingegangen. Es werden auch die Probleme von Männern thematisiert, die sich nicht mit der traditionellen Rollenteilung zufrieden geben, sondern z.B. zur Vereinbarkeit von Beruf und Kind in Karenz gehen oder Teilzeit arbeiten wollen.

Handlungsanleitungen

Aus den beschriebenen Tendenzen in der Medienberichterstattung leiten wir ein paar allgemeine Handlungsanleitungen und Tipps für das geschlechtergerechte Gestalten von Berichten ab.

1. Frauen haben etwas zu sagen ...

... Frauen aktiv darstellen, Frauen interviewen, in Zitaten und in Bildern zu Wort kommen lassen

2. Unterschiedliche Betroffenheit von Frauen und Männern klar ansprechen ...

... ohne dabei in das Klischee zu verfallen, dass Frauen immer „die Opfer“ oder Betroffenen sind. Auch Männer können „Betroffene“ sein, Hilfe brauchen etc.

3. Expertinnen und Experten befragen und abbilden ...

... das gilt natürlich auch für Politikerinnen und Politiker, Gewerkschafterinnen und Gewerkschafter, ...

4. Mut haben – neugierig sein – Klischees aufbrechen!

... sich als Schreiberin/Schreiber in die Lage des anderen Geschlechts versetzen, was würde das für mich selbst bedeuten, Geschichten aus diesem Blickwinkel schreiben.

Möglichkeiten des gendergerechten Formulierens

Vorbemerkungen:

- Es muss beim Formulieren von Texten nicht „Lesbarkeit“ gegen „Geschlechtergerechtigkeit“ getauscht werden. Beides in einem Text zu erfüllen, ist möglich.
- Weibliche Erwachsene sind Frauen. Nicht Mädchen, nicht Fräulein, nicht Damen, etc. Wir schreiben, berichten, erzählen daher auch mit und über „Frauen“.
- Die deutsche Sprache bietet genügend Möglichkeiten um auszudrücken, dass es zwei Geschlechter gibt.

Manche Instrumente halten wir allerdings **NICHT** für geeignet, Gleichberechtigung in der Sprache herzustellen:

☉ Generalklauseln:

Eine Generalklausel wird einem Text vorangestellt. Sie erläutert, dass bei den verwendeten männlichen Personenbezeichnungen Frauen „mit gemeint“ sind.

Beispiele:

„Dieser Kollektivvertrag gilt für die Arbeiterinnen und Arbeiter der Metallindustrie (im Folgenden Arbeiter genannt).“

„Wenn im folgenden Text männliche Schreibweisen verwendet werden, so ist bei Entsprechung auch die weibliche Form inkludiert. Auf eine durchgehende geschlechtsneutrale Schreibweise wird zugunsten der Lesbarkeit des Textes verzichtet.“

Generalklauseln erfüllen die Anforderungen an gendergerechte Sprache **NICHT**:

- Es wird immer die männliche Form als für beide Geschlechter gültig verwendet.
- Die Anmerkungen sind oft klein (Impressum) und schwer zu finden.
- Sie werden im Laufe des Textes vergessen oder nicht mehr beachtet.
- Es ist nicht damit zu rechnen, dass alle Lesenden die gleichen Vorstellungen über das Gelesene entwickeln und wie sie selbst davon betroffen sind.

Studien und Versuche belegen, dass man sich beim Lesen männlicher Formen auch Männer vorstellt, auch wenn eine Anmerkung darauf hinweist, dass Männer und Frauen gemeint sind.

☉ Klammern:

Klammern sind mögliche Kurzformen – Arbeitnehmer(innen). Auch Klammern erfüllen die Anforderungen an

geschlechtergerechte Sprache **NICHT:**

- ➔ Die weibliche Endung wird ausgeklammert.
- ➔ Das Weibliche wird zum Anhängsel des Männlichen.
- ➔ Das Weibliche wird als unwichtiger als das Männliche empfunden.

+ 1. Splitting bzw. Paarformen:

Sollen in einem Text Frauen und Männer sichtbar gemacht werden, verwenden wir Paarformen. Paarformen machen unmissverständlich klar, dass sich eine Gruppe aus Frauen und Männern zusammensetzt. Sie bieten die beste Garantie dafür, dass sich Frauen und Männer von einem Text gleichermaßen angesprochen fühlen.

- + Arbeiterinnen und Arbeiter
- + Bürgerinnen und Bürger
- + Betriebsrätinnen und Betriebsräte

Unsinn vermeiden – Manches ist zu viel des Guten:

- ➔ Arbeiterinnen und Arbeiter im Mutterschutz
- ➔ ZivildienstlerInnen

Tipp:

Die Häufung von vollen Paarformen in Texten ermüdet die Lesenden rasch, denn sie wirkt wie eine lange Reihe von Aufzählungen.

Kreatives Formulieren ist hier gefragt – dazu mehr auf S. 19.

+ 2. Kurzform des Splittings:

Kurzformen sind Abkürzungen. Grafische Zeichen (Schrägstrich, Binnen-I), die beim Lesen wieder aufgelöst werden müssen, stehen an Stelle von sprachlichen Ausdrücken. Wie Vollformen machen auch Kurzformen klar, dass sich eine Gruppe aus Frauen und Männern zusammensetzt. Kurzformen sind ein hilfreiches Instrument, wenn es darum geht, auf beschränktem Platz gendergerecht zu formulieren.

- + ArbeiterInnen
- + Arbeiter/innen

Unsinn vermeiden – Zu viel des Guten:

- ➔ Schwangere ArbeitnehmerInnen
- ➔ BurschenschaftlerInnen

In langen, fortlaufenden Texten kann eine Häufung von Schrägstrichen den Lesefluss beeinträchtigen, dort sollte auf andere Formen zurückgegriffen werden, beispielsweise das Binnen-I oder Umformulierungen.

Es soll auch pro Wort nicht mehr als ein Schrägstrich eingesetzt werden.

- ➔ des/r Arbeiter/s/in
- + der Arbeiterin/des Arbeiters

gendergerechtes Formulieren

Bei der Verwendung von Kurzformen ist zu beachten:

Übereinstimmung:

Die bestimmten Artikel die/der müssen in der Einzahl in allen Fällen übereingestimmt werden;

- + der Arbeiterin/dem Arbeiter fehlt es an ...
- + für den Angestellten/die Angestellte ist es anstrengend ...

Weglassprobe:

Mit der Weglassprobe kann auf einfache Weise festgestellt werden, ob eine bestimmte Kurzform problemlos verwendbar ist:

Nach dem Weglassen des Schrägstrichs bzw. bei Kleinschreibung des Binnen-I muss ein korrektes Wort über bleiben:

- + der/die Antragsteller/in → Antragstellerin = korrekt
- ⊖ des/der Antragstellers/in → Antragstellersin = nicht korrekt, bei Weglassen des Schrägstriches bleibt kein korrektes Wort;

! Lösung: des Antragstellers bzw. der Antragstellerin;
der Antrag stellenden Personen;

Nach dem Weglassen der Endung In oder Innen bzw. /in oder /innen muss ein korrektes Wort über bleiben:

- + die LehrerInnen / die Lehrer = korrekt
- ⊖ jedoch den LehrerInnen / den Lehrer = nicht korrekt, den Lehrern müsste übrig bleiben; Beispiel: Das

Bildungsministerium muss den LehrerInnen einen Brief schicken.

! Lösung: den Lehrerinnen/den Lehrern; den Lehrkräften;

Kulanzregel:

Bestimmte Begriffe wie KollegInnen, BetriebsrätInnen etc. sind nach der so genannten Weglass-Regel nicht korrekt, weil beim Weglassen des „Innen“ bzw. der Endung nach dem Schrägstrich kein vollständiges Wort übrig bleibt.

Beispiel:

Die KollegInnen (Kolleg/innen) freuen sich über höhere Löhne

- Die Kolleg freuen sich...

ARGE ÄrztInnen (Ärzt/innen) im ÖGB – Ärzt ...

Die BetriebsrätInnen (Betriebsrät/innen) werden eingeladen

- Die Betriebsrät werden...

Die BeamtInnen (Beamt/innen) versammeln sich um 9 Uhr

- Die Beamt versammeln...

Gerade die Begriffe KollegInnen, BetriebsrätInnen und weitere haben sich aber in unserem Sprach- und Schreibverhalten schon in hohem Maß durchgesetzt und werden von unserem Lesepublikum so akzeptiert.

Diese Begriffe nun zu ändern finden wir nicht sinnvoll und schlagen daher vor, an der üblichen – wenn auch unkorrekten – Schreibweise festzuhalten.

+ 3. Geschlechtsneutralisierung/-abstraktion:

Geschlechtsneutrale Bezeichnungen beziehen sich gleichermaßen auf Frauen und Männer, sind allerdings meistens nur in der Mehrzahl geschlechtsneutral:

die Beschäftigten
die Jugendlichen
die Angestellten
die Studierenden

Geschlechtsabstrakte Bezeichnungen umfassen Institutions- und Kollektivbezeichnungen wie Personal, Belegschaft, Delegation, Vertretung, Rat, Vorstand, Leitung, Präsidium, Gremium.

In vielen Fällen können solche Ausdrücke an die Stelle von Personenbezeichnungen treten. Geschlechtsneutrale und geschlechtsabstrakte Ausdrücke sind grammatisch einfach und führen deshalb nicht zu schwerfälligen Formulierungen. Eine Häufung von geschlechtsneutralen und geschlechtsabstrakten Formen kann aber unpersönlich und distanziert wirken. Studien belegen auch, dass sich die Mehrheit der Lesenden bei geschlechtsabstrakten Formulierungen wie Personal oder Belegschaft Männer vorstellen.

+ 4. Umformulierungen/kreatives Formulieren

Umformulierungen erlauben es, die Verwendung von Personenbezeichnungen zu umgehen. Sie sind geeignet, wenn es darum geht, komplizierte Formulierungen zu vermeiden. Zur Umformulierung bieten sich folgende Umschreibungstechniken an:

Umschreibungen mit unpersönlichem Pronomen (Fürwort):

„wer“, in bestimmten Fällen auch „alle“, „diejenigen“, „jene“

⊖ Jemand, der noch nie gearbeitet hat,...

+ Wer noch nie gearbeitet hat...

Verwendung der direkten Anrede:

⊖ Der Benutzer hat Folgendes zu beachten: ...

+ Bitte beachten Sie folgenden Hinweis: ...

Umschreibungen mit Infinitiv (Nennform):

⊖ Jeder Besucher soll das Formular ausfüllen

+ Bitte ausfüllen ...

⊖ Die Antragsteller müssen folgende Hinweise beachten...

+ Folgende Hinweise sind zu beachten...

gendergerechtes Formulieren

Umschreibungen mit Passivformen:

- ⊖ Der Arbeitnehmer erhält die Kinderzulagen mit dem Lohn.
- + Die Kinderzulagen werden mit dem Lohn ausbezahlt.

Umschreibung mit Adjektiv:

- ⊖ Hilfe eines Arztes
- + ärztliche Hilfe

- ⊖ Rat eines Fachmanns
- + fachkundiger Rat, fachlicher Rat

Oft gibt es einfache Lösungen:

- + „niemand“ statt „keiner/keine“
- + „alle“ statt „jeder/jede“

Übereinstimmung beim grammatischen Geschlecht

Hauptwörter haben ein so genanntes grammatisches Geschlecht: DIE Sonne, DER Mond. Eine Frau kann also niemals DER Betriebsrat sein.

- ⊖ Unsere Kollegin ist Mieter dieser Wohnung.
- + Unsere Kollegin ist Mieterin dieser Wohnung.

- ⊖ Frau Bach ist Arzt.
- + Frau Bach ist Ärztin.

- ⊖ Frauen sind laut Statistik vorsichtigere Autofahrer.
- + Frauen sind laut Statistik vorsichtigere Autofahrerinnen.

- ⊖ Die Gewerkschaft ist Herausgeber einer Broschüre.
- + Die Gewerkschaft ist Herausgeberin einer Broschüre.

Kommt ‚man‘ von Mann?

Es ist sprachwissenschaftlich umstritten, ob „man“ direkt von „der Mann“ abgeleitet wurde.

In manchen Texten wird das „man“ mit „frau“ ergänzt:

„Das kann man/frau leicht verstehen.“

Vor allem in Texten, in denen Frauen explizit sichtbar gemacht werden sollen, verstärkt das diese Absicht:

Frau hat hart gearbeitet, bis sie ins Management aufstieg....

Wer „frau“ vermeiden möchte, hat mehrere Möglichkeiten:

Umformulierung in den Passivsatz:

- ⊖ Man rechnet mit zahlreichen Besuchern.
- + Es werden zahlreiche Besucherinnen und Besucher erwartet.

Benennung der Personen, die mit „man“ gemeint sind:

- ⊖ Man sollte sich bei den einschlägigen Unternehmen bewerben.

- + Interessierte sollten sich bei den einschlägigen Unternehmen bewerben.

Direkte Anrede:

- Man sollte sich bei den einschlägigen Unternehmen bewerben.
- + Sie sollten sich bei den einschlägigen Unternehmen bewerben.

Grenzenlose Kreativität

Die oben genannten Möglichkeiten verstehen sich als Anregungen. Die deutsche Sprache bietet darüber hinaus eine Vielzahl von Möglichkeiten, kreativ zu formulieren. Außer Frage steht natürlich, dass ÖGB und Gewerkschaften in ihrer Sprache – wie auch in ihrer Politik – niemanden diskriminieren oder ausschließen.

Gendergerechte Bildsprache



In den Bildern werden besonders häufig Klischees vermittelt zum Beispiel:

Frau:

Passiv
Objekt
Nähe, Emotion
Unterlegenheit
Sexualisierung
Opfer
Familie, Wellness
Fürsorge

→
→
→
→
→
→
→
→

Mann:

Aktiv
Subjekt
Distanz, Kühnheit
Überlegenheit
Männlichkeit
Beschützer
Auto, Technik
Egoismus

und viele mehr.



Gendergerechte Bildsprache

Genau wie bei Texten gibt es gendergerechte und nicht gendergerechte Bildsprache.

- Wie werden Frauen und Männer dargestellt?
- In welchem Verhältnis zueinander?
- Wer wird in welcher Umgebung gezeigt, z.B. Männer bei der Arbeit, Frauen mit Familie etc.
- Was vermitteln wir daher mit unseren Bildern?

Rollenklischees in Bildern vermitteln – oder aufbrechen

Was wir mit unserer Bildsprache vermitteln sagt natürlich auch sehr viel über uns selbst aus!

Denn auch in Bildern werden traditionelle Rollenklischees vermittelt:

Auch in der bildhaften Gestaltung der Produkte des ÖGB und der Gewerkschaften gelten daher die Prinzipien

- Sichtbarmachung und
- Symmetrie.

Klischees aufbrechen

Im Bereich der Bildsprache ist es möglich, die typischen Rollenklischees aufzubrechen. Frauen und Männer sind nicht nur in „traditionellen Berufen“, sondern in den verschiedensten Bereichen beschäftigt. Diese Vielfalt wollen wir zeigen.

Frauen sollen auch in traditionell männlichen Situationen dargestellt werden...

Die Mehrzahl der Mädchen entscheidet sich aus mehr als 200 Lehrberufen immer noch hauptsächlich für vier, das setzt sich natürlich in der „erwachsenen“ Arbeitswelt von Frauen fort. Es gibt aber auch andere, und auch sie wollen wir darstellen...

... Männer sollen auch in traditionell weiblichen Situationen dargestellt werden.

Es gibt auch Männer, die sich in „nicht-traditionelle“ Berufe vorwagen. Auch sie sollen sich in unseren Medien wieder finden.

Je nach Situation und Kontext muss eine Vorgangsweise überlegt werden. Traditionelle Rollenzuschreibungen einfach umzukehren ist nicht die Lösung, das würde auch die Wirklichkeit nicht widerspiegeln. Zudem zielt die Strategie des Gender Mainstreaming ja darauf ab, die traditionellen Zuschreibungen zu hinterfragen und aufzulösen. Frauen und Männer sollen gleichberechtigt aus einer Vielfalt an Berufen und Lebensformen wählen können.

Auch für die Freizeit, das Privat- und Familienleben gilt, dass wir Frauen und Männer nicht einseitig auf wenige Aufgaben und Tätigkeiten festlegen, sondern sie in den unterschiedlichsten Situationen darstellen wollen.

Gendergerechte Bildsprache



Abbildung 1



Abbildung 2



Abbildung 3

Frauen in der Arbeitswelt:

Frauen sind in den verschiedensten Berufen tätig: In „traditionellen Frauenberufen“, wie dem der Näherin (Abbildung 1), aber auch in nicht-traditionellen, zum Beispiel als Pilotin (Abbildung 2) oder als Metallarbeiterin (Abbildung 3). In unseren Medien wollen wir die Vielfalt an Berufen zeigen.



Abbildung 1



Abbildung 2

Männer in der Arbeitswelt:

Auch Männern stehen die verschiedensten Berufe offen, nicht nur „typische Männerberufe“ (vgl. Abbildung 2, Fleischhauer), sondern auch Berufe, in denen Männer nicht so häufig anzutreffen sind (vgl. Abbildung 1, Krankenpfleger und Abbildung 3, Volksschullehrer).

Unser Ziel ist, dass sich Frauen und Männer nicht an Rollenzuschreibungen gebunden fühlen, sondern gleichberechtigt aus einer Vielfalt von Berufen wählen können. Für uns heißt es deshalb: Lieber einmal zu oft als zu selten Frauen und Männer darstellen, die sich in nicht-traditionelle Bereiche vorwagen.



Abbildung 3

Gendergerechte Bildsprache



Abbildung 1



Abbildung 2



Abbildung 3

Männer bei Freizeittätigkeiten:

Männer in der Freizeit darzustellen heißt für uns: Wir rücken Männer bei den verschiedensten Tätigkeiten ins Bild, neben traditionellen „Motiven“ wie dem Umgang mit dem Computer (vgl. Abbildung 1), insbesondere auch bei der Hausarbeit oder bei der Kinderbetreuung (vgl. Abbildungen 2 und 3).



Abbildung 1

Frauen bei Freizeittätigkeiten:

Auch für die Freizeit gilt, dass wir Frauen und Männer nicht einseitig auf wenige Aufgaben und Tätigkeiten beschränkt darstellen wollen. Also: Nicht nur Frauen bei Haushaltstätigkeiten (vgl. Abbildung 2), sondern durchaus auch im technischen Bereich. (Abbildung 1 und 3).



Abbildung 2



Abbildung 3

Gendergerechte Bildsprache

Umdenken!

In den meisten Fällen ist es möglich, eine Realität auch mit anderen Fotos darzustellen – wir müssen dafür nur ein bisschen umdenken.

Knifflige Fälle – so geht’s!

Immer wieder müssen wir die Mitglieder gewerkschaftlicher Gremien abbilden. Fakt ist, dass das meist mehr Männer als Frauen sind.

Umso mehr müssen wir auf die Bildsprache achten und

- Frauen nicht im Hintergrund verstecken
- Frauen und Männer gleichwertig positionieren
- darauf achten, wer im Blickzentrum des Bildes steht
- darauf achten, ob alle in die Kamera schauen (Motto „alle oder niemand“)
- bei der Umgebung, Kleidung etc. darauf achten, dass keine Ungleichgewichte entstehen (Frau sitzt, Mann steht über ihr etc.)

Bildkomposition muss passen

Bei der Gestaltung von ganzen Seiten oder Doppelseiten muss auf die gesamte Bildkomposition geachtet werden.

- Worum geht es im Text, wer sind die handelnden Personen – so müssen sie auch in den Bildern dargestellt werden.

- Ist die Gesamtansicht der Seite stimmig?
- Widerspricht zum Beispiel der Inhalt eines Inserates dem neben stehenden Bericht?

Gendergerechte Bildsprache:

- heißt nicht „Köpfe zählen“
- heißt nicht abwechselnd Frauen und Männer auf den Titelseiten

Optimal:

Frauen und Männer werden gleichwertig dargestellt. Rollenklischees werden nicht vermittelt.

Worauf dabei zu achten ist:

- Körperhaltung
- Bildhintergrund
- Ausstattungselemente
- Perspektive
- Anordnung der Personen
- Blicke (wer schaut in die Kamera, wer schaut weg)
- Was steht in den Bildtexten

Warum gendergerechte Bildsprache wichtig ist:

Mehr noch als Texte lassen Bilder Raum für Interpretationen.

Bilder sind Identität stiftend:

Männer „müssen“ stark, erfolgreich, ehrgeizig etc. sein, weil sie überall so dargestellt werden. Staubsaugende Männer rufen derzeit oft das Bild eines unmännlichen „Softies“ hervor. Frauen „müssen“ schlank, hübsch, fürsorglich etc. sein. Kurzhaarige Frauen in Hosen oder flachen Schuhen wirken derzeit „unweiblich“. Wir wollen diese Klischees aufbrechen!

Bilder sind Dokumente einer Zeit, einer Kultur:

Sehr deutlich wird das bei TV-Filmen. Frauen sind in den TV-Serien mittlerweile beinahe ebenso häufig berufstätig wie Männer, ergab eine Studie des ORF¹⁰. Die Rolle der Hausfrau, die bewundernd zu ihrem Ehemann aufblickt, wie sie in Filmen der 1950er und 1960er Jahren häufig vorkam, ist mittlerweile weitgehend verschwunden. Von einer gleichberechtigten Darstellung fernab von Rollenklischees sind freilich auch viele der aktuellen Unterhaltungsserien noch weit entfernt.

¹⁰ ORF (2004) Zur Wahrnehmung von männlichen und weiblichen Rollenbildern in den ORF Unterhaltungsserien und deren Identifikationspotentiale aus Sicht der ZuschauerInnen, Wien

Bilder haben eingeschriebene Gender-Codes:

Formale Mittel wie Verhältnis von Frauen und Männern zueinander im Bild (wer sitzt, wer steht, wer ist im Vordergrund, wer hinten), Körperhaltung, Perspektive, wer ist Objekt, wer Subjekt, Größe der Personen etc. erzeugen genderspezifische Codes.

Durch die Darstellung von Männern und Frauen werden traditionell hierarchische Geschlechterordnungen aufrechterhalten – oder eben nicht.

Bilder beeinflussen und verzerren unsere Wahrnehmung:

Wenn wir in unseren Medien nur Experten zitieren und in Bildern darstellen, kommen wir womöglich zu dem Schluss, es gäbe keine Expertinnen.

Wenn wir nie Männer zeigen, die ihre Kinder zur Schule bringen, leugnen wir, dass es die natürlich auch gibt.

Enge Zusammenarbeit aller Beteiligten:

Wichtig ist auch in den Bildern das Verhältnis (Symmetrie) von Frauen und Männern zueinander. Wie beim Erstellen von Texten muss daher schon bei der Planung berücksichtigt werden, wie wir Frauen und wie wir Männer darstellen. Das bedingt natürlich die enge Zusammenarbeit von SchreiberInnen, FotografInnen und BildredakteurInnen.

Gendergerechte Bildsprache



Abbildung 1



Abbildung 2

Stehen oder sitzen?

Eine Alltagssituation in unserer Arbeit, zwei Bilder: männlicher Gewerkschaftssekretär hat weiblichem ÖGB-Mitglied geholfen, beide sind abgebildet.

Männer sind im Durchschnitt größer und dominieren dadurch schnell das Bild. Auf dem zweiten Bild sitzt der Sekretär deshalb und auch sein Aktenordner sowie die Körperhaltung der Frau verdeutlichen, dass das (weibliche) Gewerkschaftsmitglied im „Vordergrund“ steht.



Abbildung 1



Abbildung 2

Wer ist im Vordergrund?

Verschiedene Personen mit dem Vornamen „Willi“ rufen zu einer Spendenaktion auf, nur eine der Personen ist weiblich. Anstatt die Frau ganz hinten zu verstecken (Bild 1), sollte sie möglichst in den Vordergrund gerückt werden (Bild 2).

Gendergerechte Bildsprache



Gruppenfotos:

Eine Situation, wie sie auch im ÖGB (noch) des öfteren vorkommt: die Frauen befinden sich in der Minderheit. Meist unbeabsichtigt, werden die Personen dann bei Fotos auch noch so gruppiert, dass die Frauen im Hintergrund stehen oder als „schmückendes Beiwerk“ dienen.

Ein Beispiel dafür ist **Abbildung 1**: die beiden Frauen stehen rechts und links außen – sie könnten leicht aus dem Foto wegretuschiert werden, die männliche „Kerngruppe“ bleibt weiter bestehen (wie die eingezeichneten Linien verdeutlichen).

Bei **Abbildung 2** wurde versucht, die Frauen in das Zentrum zu rücken. Die beiden Frauen stehen in der Mitte – das ist eine bessere Lösung als die aus Abbildung 1, aber auch nicht optimal. Denn als zusammengehörendes Team werden die Frauen und Männer auch hier nicht wahrgenommen. Trennt man das Bild in der Mitte auseinander, steht auf jedem Bildteil wieder die Frau am Rand. Auch die dominante Haltung der Männer (Arme verschränkt und im Vordergrund stehend) führt dazu, dass das Bild nicht gendergerecht ist.



Fotos: Flugsportverein 2000 Stockerau

Abbildung 3

Abbildung 3 löst die Tatsache, dass Frauen in der Gruppe in der Minderheit sind, am besten auf. Abwechselnd sind – so weit als möglich – Männer und Frauen angeordnet. Teilt man das Bild in der Mitte, bleibt zumindest im linken Bildteil die Frau weiter im Mittelpunkt. Auch die selbstbewusstere Körperhaltung der Frau im rechten Bildteil – sie hat die Arme genauso verschränkt wie die sie umgebenden Männer - führt dazu, dass das Bild gendergerecht wirkt.

Liste häufig gebrauchter Personenbezeichnungen

In den Publikationen des ÖGB und der Gewerkschaften gibt es Personenbezeichnungen, die besonders häufig vorkommen. Im Folgenden listen wir einige davon auf – sollten wir wichtige vergessen haben, nehmen wir sie natürlich gerne auf!

Die Liste gibt es auch im ÖGB Intranet!

Berufsbezeichnungen allgemein:

- entweder mit weiblicher Endung –in: Chemiarbeiterin und Chemiarbeiter, ...
- oder mit -frau/-mann: Bankkauffrau, Einzelhandelskaufmann, ...

⊖ Männlich + Gendergerecht

- Arbeiter → Arbeiterinnen und Arbeiter, Arbeiter/innen, ArbeiterInnen
- Angestellte → der Angestellte, die Angestellte, die Angestellten
- Arbeitgeber → Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, Arbeitgeber/innen, ArbeitgeberInnen, Arbeitgebende, Betriebe, Unternehmen
- Arbeitnehmer → Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Arbeitnehmer/innen, Arbeitnehmende,

- Arbeitsloser → Arbeitskräfte, Beschäftigte, Belegschaft der/die Arbeitslose, Arbeitsuchende/r, Arbeitsuchende
- Ausländerberatung → Beratung für Migrant/innen oder für MigrantInnen, Beratung für Menschen anderer/nicht-österreichischer/ausländischer Herkunft
- Ausländerinteressenvertretungen → Interessenvertretung für Migrant/innen oder für MigrantInnen, Interessenvertretung für Menschen nicht österreichischer/ausländischer Herkunft
- Beamte → der Beamte, die Beamtin; die Beamtinnen und Beamten; (BeamtInnen)
- Behinderter → Menschen mit Behinderung
- Beratertätigkeit → beratende Tätigkeit, Tätigkeit als BeraterIn, BeraterInnentätigkeit, Beratung
- Betriebsrat → der Betriebsrat/die Betriebsrätin, die Betriebsrätinnen und Betriebsräte (BetriebsrätInnen); wenn der Betriebsrat als „Körperschaft“ gemeint ist, muss das aus dem Zusammenhang klar hervorgehen
- Doktor/Dr. → Doktor, Doktorin; Abkürzung Dr. oder Dr.ⁱⁿ, wenn Hochstellen nicht möglich Dr.in
- Experten → Experte, die Expertin;

Forscher →	die ExpertInnen; Fachleute Forscher/innen, Forschungsteam, ForscherInnen	Referent →	Beschäftigte, Angestellte, Belegschaft; Mitarbeitende (schweizerische Version); ReferentInnen, Referierende; der/die Vortragende
Geschäftsführer →	Geschäftsführung, Geschäftsleitung, GeschäftsführerInnen, Geschäftsführer/innen	Partner →	Partnerinnen und Partner, Partner/innen, PartnerInnen
Jugendvertrauensrat →	der Jugendvertrauensrat/die Jugendvertrauensrätin; die Jugendvertrauensrätinnen und –räte; wenn der Jugendvertrauensrat „als Körperschaft“ gemeint ist, muss das aus dem Zusammenhang klar hervorgehen	Professor →	Professor, Professorin, Prof., Prof.in, wenn Hochstellen nicht möglich Prof.in
Kunden →	Kundinnen und Kunden, Kund/innen, KundInnen	Projektleiter →	Projektleitung, Projektleiter/innen, ProjektleiterInnen
Lehrling →	das grammatische Geschlecht von Lehrling ist männlich; der Lehrling bezeichnet daher auch junge Frauen; deutlicher wäre aber weibliche Lehrlinge; Lehmädchen, Lehrbub ist eher gesprochene Sprache	Projektmitarbeiter →	Projektmitarbeiter/innen, Projektteam, ProjektmitarbeiterInnen
Leiter →	Leitung, Leiter/innen, LeiterInnen, Leiterinnen und Leiter	Sozialpartner →	als Organisation je nach grammatischem Geschlecht DER ÖGB ist Sozialpartner, DIE Gewerkschaft ist Sozialpartnerin; als Person Vertreter/in oder Vertretung der SozialpartnerInnen
Magister/Mag. →	Magister, Magistra, Mag., Mag. ^a , wenn Hochstellen nicht möglich Mag.a	Teilnehmer →	Teilnehmende, TeilnehmerInnen, Anwesende Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Teilnehmer/innen
Mitarbeiter →	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, MitarbeiterInnen, Mitarbeiter/innen,	Teilnehmerliste →	Teilnahmeliste, TeilnehmerInnenliste, Anwesenheitsliste
		Trainer →	Trainingspersonal, TrainerInnen, Trainer/ innen, Trainerinnen und Trainer, Lehrkräfte, Lehrpersonal, Vortragende
		Vertreter →	Vertretung, Vertreter/innen, VertreterInnen

Das Gender-Wörterbuch

Funktionen und Vertretungen:

- der Vorsitzende, die Vorsitzende; die Vorsitzenden;
- der Obmann, die Obfrau;

Schwierig wird es bei weiblichen Stellvertreterinnen von männlichen Vorsitzenden oder Obmännern und umgekehrt. Die eleganteste Lösung ist es, das Wort „stellvertretende/r“ der Funktion voran zu stellen.

Vorsitzender Erich Foglar, Vorsitzender-Stellvertreterin Erika Nussgraber-Schnabl klingt sperrig;
besser: stellvertretende Vorsitzende ...

die Vertreterin eines Obmannes ist keine Obfraustellvertreterin, da es ja keine Obfrau gibt; Obfraustellvertreter oder Obmannstellvertreterin klingen sperrig;
besser: der Vertreter oder die Vertreterin der Obfrau, die Vertreterin des Obmannes

Das gibt es NICHT:

- DelegiertInnen
- GästInnen
- MitgliederInnen
- VersichertInnen

Die häufigsten Ausreden gegen gendergerechten Sprachgebrauch

Die gewohnten Bahnen zu verlassen ist nicht immer einfach. Es ist oft schwieriger, Altes zu verlernen als Neues zu lernen. Bei der Argumentation für gendergerechtes Formulieren begegnen uns immer wieder die gleichen Ausreden, warum das alles nicht so einfach ist.

Im Folgenden die meistgenannten „faulen Ausreden“ – und Entkräftungen:

- „Geschlechtergerechtes Formulieren ist eine unwichtige Spielerei. Wenn rechtliche und soziale Gleichstellung gegeben sind, wird sich das auch in der Sprache niederschlagen.“
- + Die Sprache ist ein wichtiges Ausdrucksmittel gesellschaftlicher Werte und daher selbst bedeutsam. Die Veränderung einer diskriminierenden Sprache ist nicht mehr oder weniger wichtig als die Beseitigung von Benachteiligung in anderen Bereichen. Sprachliche Gleichstellung ist Teil der sozialen und rechtlichen Gleichstellung.
- „Geschlechtergerechter Sprachgebrauch ist nur im Interesse einiger Linguistinnen, Sprache kann nicht von oben verändert werden.“

Die häufigsten Ausreden

- + Die Forderung nach geschlechtergerechtem Sprachgebrauch hat in der sog. zweiten Frauenbewegung (nach 1968, 1. Frauenbewegung im Zuge der französischen Revolution) ihre Wurzeln. Die Wissenschaft hat also erst auf ein Bedürfnis, das innerhalb der Gesellschaft bereits existierte, reagiert.
- ⊖ „Die Alternativen zum generischen Maskulinum (Verwendung der männlichen Form als für alle Menschen gültige) widersprechen dem Sprachgefühl, der Ästhetik und den traditionellen Grammatikregeln.“
- + Das Deutsche bietet ausreichend Möglichkeiten, der Existenz von Frauen und Männern Rechnung zu tragen. Grammatik und Sprache sind veränderbar. Wenn bestimmte Regeln als diskriminierend empfunden werden, können sie in der Sprache – wie in allen anderen Bereichen auch – verändert werden.
- ⊖ „Im Plural ist die männliche Bezeichnung eh neutral.“
- + Maskuline Personenbezeichnungen werden nicht nur im Singular, sondern auch im Plural in der Regel auf Männer Bezug nehmend interpretiert. Männliche Formen sind daher auch im Plural nicht geeignet, Frauen die gleiche Chance der Sichtbarmachung zu geben wie Männern.
- ⊖ „Wandel des Sprachgebrauchs ist zu umständlich und schwierig.“
- + Oft werden für dieses Argument schwer verständliche Wortkonstruktionen als Beispiele genannt (ArbeitnehmerInnenvertreterInnen). Dem ist eine große Vielfalt an Alternativen entgegenzuhalten, z.B. die Zuspitzung auf eine Personenbezeichnung zu vermeiden, (Vertretung der ArbeitnehmerInnen) oder geschlechtsneutrale Bezeichnungen wie „Beschäftigte“ statt „Arbeiter“ etc.
- ⊖ „Wenn wir überall ‚Innen‘ schreiben müssen, brauchen wir viel mehr Papier, das kostet Zeit und Geld.“
- + Dieses Argument ist wohl die dümmste Keule. Wenn wir Zeit und Geld in sensiblen Sprachgebrauch investieren, öffnen wir uns dadurch für ganz neue Zielgruppen, die uns ansonsten womöglich immer versperrt blieben.
- ⊖ „Die Sprache selbst ist nicht sexistisch: Wenn ich die männliche Form in geschlechtsneutralen Zusammenhängen verwende, meine ich Frauen genauso wie Männer.“
- + Die mögliche gute Absicht ist kein ausreichender Grund für eine Sprachverwendung, die ideologische Wurzeln hat und nachweislich Frauen und Männer nicht in gleicher Weise darstellt.

Quellen und Webtipps

Quellen

Die in diesem Gender Manual angeführten Tipps und Anregungen sind von vielen Anleitungen inspiriert und um eigene Ideen und Bedürfnisse ergänzt worden.

Die Verfasserinnen und Verfasser des Gender Manuals des ÖGB haben jene Tipps ausgewählt und beschrieben, die sich für die Anwendung im ÖGB und in den Gewerkschaften am besten eignen.

An dieser Stelle bedanken wir uns bei allen uns bekannten und nicht bekannten Frauen und Männern, die sich seit Jahren mit gendergerechter Sprache/Bildsprache befassen und die uns wertvolle Inspiration, Anregung, Tipps zur Gleichbehandlung von Frauen und Männern in den Publikationen von Gewerkschaften und ÖGB geliefert haben!

- Bergmann Nadja, Pimminger Irene (2004): Gender Mainstreaming Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren im Bereich der Arbeitsmarktpolitik; GeM-Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im ESF, Wien.
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur (ohne Jahr): Geschlechtergerechtes Formulieren (Faltblatt), Wien.
- Bundesministerin für Frauenangelegenheiten und Verbraucherschutz (1997): Anleitungen zum

geschlechtergerechten Sprachgebrauch, Wien.

- Eckl Martha, Moritz Ingrid, Naderer Ruth, Wolensky Madeleine (1998): „Mitgemeintsein“ ist zu wenig! 46 Prozent der AK-Mitglieder sind Frauen. Ein Leitfaden zur sprachlichen Gleichbehandlung von Frauen und Männern, Wien.
- Hellinger Marlis, Bierbach Christine (1993): UNESCO Richtlinien für einen nicht-sexistischen Sprachgebrauch, Bonn.
- Irmen, Lisa, Sander Claudia (2000): Richtlinien und Beispiele für einen nicht-sexistischen Sprachgebrauch, Heidelberg.
- Journalistinnenbund (2005): Der G-Faktor. Gender-Perspektiven in den Medien, Bonn.
- Journalistinnenbund (2006): Is' was, Kanzlerin?, Bonn.
- Kreysler-Kleemann Christina, Walter Schuster (1999): Sprache, Geschlecht, Demokratie: Untersuchung zu Fragen geschlechtersensibler Rollenvermittlung und geschlechtergerechten Sprachgebrauchs im Fremdsprachenunterricht an Wiener VHS, Wien.
- ORF (2004): Zur Wahrnehmung von männlichen und weiblichen Rollenbildern in den ORF-Unterhaltungsserien und deren Identifikationspotentiale aus der Sicht der ZuschauerInnen, Wien.
- Schweizerischer Bundesrat (1995): Leitfaden zur sprachlichen Gleichbehandlung im Deutschen, Bern.
- WACC (2005): Global Media Monitoring Project 2005. Qualitative News Analysis, London.

Webtipps:

www.gem.or.at

Auf der Website der Koordinationsstelle für Gender Mainstreaming im Europäischen Sozialfonds gibt es eine Datenbank, in der umfassende Literatur zu Gender Mainstreaming aufgelistet ist und viele der angeführten Publikationen auch gleich zum Downloaden.

www.journalistinnenbund.de

Auf der Seite des deutschen Journalistinnenbundes finden sich Medienanalysen aus Gendersicht und auch Tipps für die gendergerechte Berichterstattung in den verschiedenen Bereichen (Sport, Politik, Unterhaltung,...)

www.wacc.org.uk

Die World Association for Christian Communication (WACC) führt jährlich weltweit ein Gender Monitoring Project im Bereich der Tageszeitungen durch.

www.whomakesthenews.org

Englischsprachige Website des „Global Media Monitoring Project“, das 1994 im Zuge der internationalen Konferenz über Frauen in Medien in Bangkok gestartet wurde.

Kontakt

Das Gender Manual ist nicht auf alle Zeiten in Stein gemeißelt, im Gegenteil: Es soll sich durch eure Anregungen und Ideen ständig weiter entwickeln. Vielleicht findet ihr Lösungen für Situationen, die uns nicht eingefallen sind! Wir freuen uns jedenfalls auf euer Mitwirken an der Weiterentwicklung des Gender Manuals und auf eure Meinungen dazu insgesamt!

Nani Kauer mail: nani.kauer@gmtn.at
Telefon: (01) 501 46 Dw 242

Christoph Höllriegl mail: christoph.hoellriegl@oegb.at
Telefon: (01) 53 444 Dw 476

Impressum

Herausgeber: ÖGB, Referat für Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Marketing, ZVR Nummer 576439352

Medieninhaber und Hersteller: Verlag des ÖGB GmbH
Verlags- und Herstellungsort: Altmannsdorfer Straße 154-156, 1230 Wien
Redaktionsteam: Nani Kauer, Martina Fassler (Koordination)
Andreas Budin, Stephanie Guberner, Christoph Höllriegl, Katharina Klee, Stefan Kuchynka, Renate Nebehay-Neuber, Anton Schinagl, Ernst Weber
Fotos: ÖGB, Flugsportverein 2000 Stockerau, Alexandra Kromus, Christian Redtenbacher

2. Auflage, Wien 2007

Tarzan und Jane - auf den ersten Blick verkörpern sie alle Klischees, die es für Männer gibt und die es für Frauen gibt: Tarzan ist stark und männlich, ein Macher und Beschützer, der sich in seinem Revier auskennt. Jane ist schwach und weiblich, hilflos und schutzbedürftig in Tarzans Dschungel.

„Ich Jane – Du Tarzan!“

Auf den zweiten Blick und auch auf unserem Titelbild stimmen diese Rollen aber nicht mehr: Tarzan ist sensibel und trauert um jedes sterbende Tier, ist nicht gerade hyperintelligent und findet sich außerhalb seiner Welt nicht zurecht. Jane ist in Wirklichkeit ziemlich „taff“, eine Frau allein im Dschungel, die in vielen Situationen durchaus kühlen Kopf bewahrt und sogar Tarzan noch etwas beibringen kann. Darum geht es in diesem Gender-Manual: Die anderen Seiten der Janes und Tarzans unserer Welt zu finden und auch darzustellen. Denn in allen von uns steckt sowohl vieles von Jane, als auch vieles von Tarzan! Also, auf in den Dschungel!

