

Tricks statt Sternchen

Wie du gendern kannst und dabei werbewirksam textest: Der Texterverband gibt einen kommentierten Überblick über 20 Methoden heraus

Geschlechtersensible Sprache macht das Schreiben von Werbetexten nicht einfacher. Wer zum Beispiel Passivsätze in Aktivsätze umwandelt, um das Publikum direkter und persönlicher anzusprechen, hat das Problem: Er oder sie muss Ross und Reity nennen – also Personen, die männlich, weiblich oder divers sein können. Der Texterverband hat nun, einschließlich aller Varianten, rund 20 Gender-Methoden untersucht – darunter altbewährte wie die Nennung beider Geschlechter und exotische wie das „Entgendern nach Phettberg“ (Reity statt Reiter oder Reiterin). In der Übersicht „Gendern für Textys“ stellen die Sprachpraktikerinnen und -ker die Historie der Methoden vor, ihren Sinn und skizzieren tabellarisch auch ihre Vor- und Nachteile auf verschiedenen Werbetext-typischen Einsatzfeldern.

Dabei werden Hintergründe deutlich, die nur wenigen Laien bewusst sein dürften, an die die Profis der Textverständlichkeit aber denken müssen: Viele Genderzeichen „haben eigentlich eine andere Funktion: Stern für Fußnoten oder Pflichtfeld in Online Formularen; Doppelpunkt und Schlusspunkt als Satzzeichen; Mediapunkt in Leichter Sprache zur Silbentrennung.“ Die Autors wollen zwar keine Empfehlungen aussprechen, aber am Ende deuten sie doch einen Königsweg (?) – einen Königinnenweg (?) – einen königlichen Weg an: geschlechtsneutrale Formulierungen.

Ein guter Trick ist auch, Tätigkeiten zu benennen, beispielsweise in Relativsätzen: „Wer professionell textet, hat mit dem Gendern keine Probleme.“ statt „Texter haben mit dem Gendern keine Probleme.“

Doch Vorsicht ist auch hier geboten: „Nominalisierungen, Gerundien und Passivkonstruktionen helfen, können aber stilistisch grenzwertig sein.“ Vor allem, wenn auf ein Textbudget verzichtet wurde.

Das Werk ist als PDF auf der Website des Texterverbands erhältlich. Es hat keinen fixen Preis, aber wer es wertschätzt, wird gebeten, einen freiwilligen Preis zu entrichten, um die ehrenamtliche Arbeit des Fachverbandes zu unterstützen.

Kontakt:

Jens Jürgen Korff M. A.

korff@texterverband.de

Tel. 02403/ 8079 009