

TEREZA FRIMMEROVÁ

WIEN SIEHT'S ANDERS. UND WIE SIEHT'S BRÜNN?
Durchführung und Analyse einer Befragung zur Wiener Kampagne
Wien sieht's anders

Abstract:

Vienna Sees It Differently. And How Does Brno See It?

The paper presents a part of the Vienna's Gender Mainstreaming project – the campaign called 'Vienna Sees It Differently', the reactions and opinions of German and Czech native speakers to this problem. The purpose of the campaign is to introduce fixed visual habits in a new light. The roles of men and women connected with the well known pictograms in Vienna's buses, trams and underground will be changed. The campaign should compel people to think and speak about the problems. During spring and summer 2014 there was an interview given by 200 German and 200 Czech native speakers. The results how do they perceive the gender changed pictures and what do they think about it will be also presented in this paper.

Key words:

gender; gender linguistics; mainstream; non-verbal communication; pictograms; project Wien sieht's anders; survey

Vorwort

Im meiner Dissertationsarbeit Spezifika der deutschen Genderlinguistik unter besonderer Berücksichtigung der kontrastiven Betrachtung mit der tschechischen Sprache beschäftige ich mich mit der Problematik der Genderlinguistik in der deutschen und tschechischen Sprache. Einzelne Phänomene werden kontrastiv betrachtet. Im folgenden Artikel wird über die Ergebnisse einer Befragung berichtet, die auf das Thema der geschlechtergerechten Sprache in der nonverbalen Kommunikation gerichtet wurde.

Ziel der Befragung war festzustellen, wie deutschsprachige und tschechischsprachige Personen auf die geschlechtergerechten Piktogramme reagieren, die

seit 2007 in Wiener Verkehrsmitteln zu sehen sind. Untersucht wurde, ob es Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Generation¹ in der Wahrnehmung der rollengetauschten Piktogramme mit Rollentausch gibt.

1. Kampagne Wien sieht's anders

Zwischen Ende 2006 und Anfang 2007 wurde in Wien eine neue Kampagne zur Unterstützung der geschlechtergerechten Sprache namens „Wien sieht's anders“ gestartet. Hinter ihrer Realisierung standen u.a. die amtierte Stadträtin Sonja Wehsely² und der Wirtschaftsstadtrat Sepp Rieder. Das Ziel der Kampagne war, mithilfe nonverbaler Kommunikation in der Öffentlichkeit Interesse an der Problematik der geschlechtergerechten Sprache zu wecken.

„Die Kampagne zeigt Bekanntes auf unbekannt Art und Weise und soll so für positive Irritation sorgen. Weil sie fixe Sehgewohnheiten konterkariert, regt die Kampagne zum anderen Denken, Sehen und Handeln auf.“ (zit. Wehsely, In Wien startet Kampagne zu Gender Mainstreaming; online).

Als Mittel (Abb. 1) der Realisierung sollten Straßenmarkierungen, Schilder auf öffentlichen Plätzen (Wegweiser, Wickelraummarkierung³...), Ampelmänner und Aufkleber im öffentlichen Stadtverkehr dienen, von denen schließlich nur Letztere – die Aufkleber im öffentlichen Stadtverkehr – umgesetzt wurden und bis heute in den öffentlichen Verkehrsmitteln zu sehen sind (Abb. 2).

Bilder verfügen über einen hohen Ausdruckswert. Im Vergleich zu den geschriebenen Texten wird die Botschaft der Bilder von dem Empfänger schneller und leichter wahrgenommen und erfasst, man kann sich Bilder leicht merken und sich auch nach längerer Zeit daran erinnern. Sie kommunizieren auf der emotionalen Ebene und spiegeln eine ‚künstliche‘ Realität wider, die der Empfänger als eine Norm wahrnimmt. (vgl. BUCHMAYR, M., FALZEDER, M. 2009).

Aus diesem Grund erwies sich die Idee – Problematik der geschlechtergerechten Sprache mithilfe Piktogramme darzustellen – als besonders wirksam.

Es war nicht die Absicht, eine allgemeine Zustimmung der Öffentlichkeit zu gewinnen, sondern sie darauf aufmerksam zu machen, dass es nötig ist, über diese Problematik nachzudenken.

Unmittelbar nach dem Start der Kampagne erschienen im Internet Diskussionen über die Kampagne und das Thema der geschlechtergerechten Sprache. Die Reaktionen und Meinungen der Beitragenden waren kontrovers. Neben der

¹ Unter der jüngeren Generation werden Befragte bis 35 Jahre verstanden.

² 2004 – 2007 Stadträtin für Integration, Frauenfragen, KonsumentInnenschutz und Personal

³ Siehe Abb. 1.

konkreten Problematik, die sowohl positiv als auch negativ wahrgenommen wurde, kamen auch Themen ans Licht, die nicht unmittelbar mit der geschlechtergerechten Sprache zusammenhängen, die allerdings auf weitere nicht weniger wichtigere Probleme hingewiesen haben⁴.

In der folgenden Tabelle wird eine Auswahl der Reaktionen aus der Internetdiskussion auf der Internetseite diestandard.at zitiert⁵:

Parallel auftretende Probleme, die die LeserInnen mit der Kampagne konnotiert haben, die nicht unmittelbar mit der Kampagne zusammenhängen. ⁶		
Finanzen	1	<i>„Wehsely ist bei Denkmalsetzung bescheiden. Politiker wollen sich gerne ein Denkmal setzen um ihr Ego zu befriedigen. Im Vergleich zu Landeshauptleuten die Kraftwerke in die Landschaft stellen um sich zu verewigen kommen wir Steuerzahler bei der Frau Wehsely doch noch günstig davon. Da sollten wir schon dankbar sein. Wenn jeder Politiker so bescheiden wäre würde sich Österreich einiges erspart haben.“</i>
	2	<i>„Das Design wird wohl so um die 35.000,- Euro gekostet haben.“</i>
	3	<i>„Im Grunde ist es doch ganz einfach...zuerst stelle man im wiener Stadtgebiet 50 km/h Tafeln auf, wegen der Feinstaubbelastung, sicherheitshalber schreiben wir noch ZONE drunter (obwohl – gelten im Stadtgebiet nicht überall 50 km/h, wenn nichts anderes beschildert ist???). Naja, und dann, weil damit noch nicht das ganze Budget verbraten ist, rufen wir eben noch rasch ein neues Projekt ins Leben, so hirnrissig es auch sein mag... (über die Zufälligkeit darüber, dass es wieder um Schilder geht, darf spekuliert werden...)“</i>
	4	<i>„Und wiederum wurde bewiesen, dass Wien zu viel Geld hat und nicht weiß wie es ausgegeben werden soll. Wie viel Geld hat das Design für das Achtung „Bauarbeiterin“ – Schild wohl gekostet?“</i>

⁴ Zu diesen angesprochenen Problemen gehören z.B. Einflüsse aus dem Englischen und ihr Eindringen in die deutsche Sprache.

⁵ Aus allen Reaktionen der Befragten wurden diejenigen ausgewählt, die mit der Meinung der Mehrheit übereinstimmen und dabei am besten formuliert wurden, sowie diejenigen, die den größten Aussagewert hatten und inhaltlich anregend waren.

⁶ Wegen der Anonymität der Diskussionsbeteiligten war es nicht möglich, die wahre Identität einzelner Personen zu überprüfen.

Einfluss des Englischen	5	„Das kommt wohl davon, dass der deutschsprachige Raum in dieser Hinsicht gegenüber dem englischsprachigen ziemlich rückständig ist. Geschlechtergerechtigkeit haben wir sicher nicht erfunden.“
	6	„(...) vielleicht liegt es daran, dass es im englischen Sprachraum größtenteils keine Geschlechtertrennung gibt...“
<p>LeserIn Nr. 2, 3, 4 haben sich zu den Verkehrszeichen geäußert, die schließlich gar nicht realisiert wurden. Für alle diese LeserInnen steht im Fokusfeld die Frage der Finanzen. Der tatsächliche Sinn der Kampagne wurde von ihnen mehr oder weniger ignoriert. LeserIn 5 und 6 verbinden die Kampagne mit den Tendenzen, die in die deutsche Sprache aus dem englischen Sprachraum eindringen.</p>		
<p>Negative Wahrnehmung der Kampagne</p>		
	1	„Es wäre mal wirklich Gleichberechtigung, würde die Frau auf der Baustelle arbeiten und der Mann im Sekretariat der Baufirma. Das wäre Gleichberechtigung“
	2	<p>„1) Wodurch konnte man beim Fluchtwegschild bislang den dargestellten Menschen als Mann erkennen? Ich sehe das als beispielhafte Darstellung ohne Geschlechtsspezifika. In der nunmehrigen Variante sehen wir eine Frau, die auf ihre Reize (hohe Schuhe, lange Haare, kurzer Rock) reduziert wird. Toller Fortschritt.</p> <p>2) Die Haare der Frau sehen aus, als ob sie brennen.</p> <p>3) Das Schild hat die Aussage „Fluchtweg für Frauen“. Die Männer müssen sich wohl einen anderen suchen (wie bei den Frauenparkplätzen).</p> <p>4) Sitzplatz-Hinweise: Vorher: 2 Männer, 2 Frauen. Jetzt 3 Frauen, 1 Mann.“</p>
	3	<p>„Fragen die sich mir jetzt aufdrängen“</p> <p>1.) müssen Frauen in Zukunft wieder mehr Röcke tragen? (steht ja so auf den Schildern)</p> <p>2.) dürfen Frauen keine kurzen Haare mehr haben?</p> <p>3.) sieht man zukünftig mehr als 50% Frauen auf Baustellen (damit dieses Baustellenschild gerechtfertigt wäre)?</p> <p>kurzum: in Zeiten wo (langhaarige) Männer durchaus Tages- und Nachtcreme verwenden und Frauen auch Hosen & kurze Haare haben können, finde ich solche Schilder wie hier dargestellt gelinde gesagt doof. Dieser ganze Blödsinn lenkt von tatsächlichen Problemen ab. Was hilft der holden Weiblichkeit ein blödes Schild wenn sie weiterhin für gleiche Arbeit weniger bezahlt kriegen?“</p>
	4	„meiner meinung nach sollten piktogramme geschlechtsneutral sein und nicht auf irgendeine weise wieder diskriminierend

		<p>wirken. ich weiß nicht wie es anderen geht, aber ich kann mich nicht mit einer rocktragenden frau identifizieren, die am bau arbeitet und blumen anpflanzt. genauso wenig tragen alle frauen lange haare, was wie so oft als weibliches erkenntniszeichen angesehen wird. deshalb erachte ich geschlechtsneutrale piktogramme viel notwendiger als geschlechtsdifferenzierende piktogramme.“</p>
	5	<p>„eine volksabstimmung und gut is</p> <p>nachdem es eh mehr frauen als männer gibt sollte es ja kein problem sein das volk in einer einfache mehrheitsentscheidung abstimmen zu lassen ob sie weiterhin mit solchen aktionen zwangsbeglückt werden wollen.</p> <p>-----</p> <p>ich für meinen teil hatte noch nie ein problem eine frau mit kind im bus zu sehen, bin in der lage mir da auch einen man reinzudenken.</p> <p>aber was wird das gegenstück zur schwangeren frau? (natürlich nicht mehr im bild) oh nein! ich fühle mich benachteiligt kann ich doch nie ein kind gebären.“</p>
	6	<p>„gender mainstreaming“ – eine überflüssige spielwiese.</p> <p>man hat diesen leuten großzügig und leichtsinnigerweise erlaubt sich in bildungsinstitutionen und politik einzuschleichen; ein schwerer fehler – wird mühsam die wieder loszuwerden.“</p>
	7	<p>„hoffentlich...fühlen sich Frauen ohne markant ausgeprägte weibliche Schönheitsmerkmale (busen, langes haar, etc.) beim Anblick dieser Plakate nicht schlecht :) Als Karikatur wären diese Plakate ja noch tragbar (wenn auch zweifelhaft) aber als Gleichstellungs-Statement absolut kontrovers und daher ungeeignet.“</p>
	8	<p>„also noch neutraler als die bisherigen fluchtwegschilder geht es wohl wirklich nicht mehr. da geht die entwicklung in eine völlig falsche richtung und hilft auch nicht wirklich... also als mann wäre ich verwirrt bei so einem bild..“</p>
	9	<p>„aha. und wie wärs schlicht mit neutralen figuren? bei den meisten neueren piktogrammen lässt sich ohnehin kein geschlecht festmachen, die paar „vermännlichten“ (etwa der bauarbeiter) sind meist älterer provenienz und könnten leicht geändert werden.</p> <p>bei den üblichen notausgangschildern wär ich nicht im entferntesten auf den gedanken verfallen, sie könnten einen mann darstellen. wenn, dann wär der gute sehr zu bedauern ;)o)</p>

		<i>es hebt die graphische klarheit und verständlichkeit nicht gerade, wenn man irgendwelche geschlechtsspezifischen details anbringt. und wenn man sich als frau vom wespentaillen-zu-oberweiten-verhältnis und dem kecken miniröckchen-mit-stiefeln-outfit der bauarbeiterin nicht verschaukelt fühlt, dann tuts mir ehrlich leid.“</i>
	10	<i>„Bezeichnend, dass das verschämt abgeschnitten wird - weil sich damit das Geschlechterverhältnis nun von absolut gleicher Vertretung (das Kind war und ist neutral und nicht klar festgelegt) zu 5:3 zugunsten der Frau verschiebt. D.h. aber auch: die Frau wird nun im Bewusstsein als das hilflosere, schwächere Geschlecht einzementiert, das immer viel dringender einen eigenen reservierten Sitz benötigt, im freien Markt der Sitzangebote nicht überleben kann.“</i>
Positive Wahrnehmung der Kampagne		
	1	<i>„in der gesamtheit der aktionen der stadt wien zur gleichberechtigung sind die pikto gramme ein wichtiger schritt.“</i>
	2	<i>„,Männchen‘ und ‚Weibchen‘ sind biologische Begriffe, die sehr wohl Geschlechtszugehörigkeit ausdrücken. Und es gab diese Begriffe in der genannten Bedeutung lange vor der Emanzipationsbestrebung der Frau und sie haben diese Bedeutung nie verloren. Dass Sie als Mann Frauen bei der Darstellung eines Manderls ‚mitgemeint‘ sehen, wie Sie dies sicherlich auch bei männlichen Bezeichnungen so empfinden, verwundert nicht. Und jegliche Diskussion darüber ist müßig. Nehmen Sie aber bitte zur Kenntnis, dass sehr viele Frauen sich nicht mitgemeint fühlen, wenn sie als männlich dargestellt oder angesprochen werden. Abstraktion können wir uns erst leisten, wenn es in der Realität soweit ist, dass Frauen tatsächlich gemeint werden, weil sie einen entsprechenden Stellenwert in der Gesellschaft haben – und nicht bloß ‚mitgemeint‘.“</i>
	3	<i>„wütende reaktionen sind die beste bestätigung die masse an postings gestern hier (alle gelöscht?) und die tatsache, dass krone und heute eine kampagne gegen die kampagne erwägen, zeigt, wie wichtig sie ist. denn wer meint, es sei egal, ob pikto gramme frauen oder männer zeigen, sollte doch kein problem haben, wenn beschädigte symbole zu 50% durch frauendarstellungen ersetzt werden. wenns eh egal ist, könnten es auch zu 100% frauen sein. da es aber offenbar ganz und gar nicht egal ist, sich männer eben nicht mitgemeint fühlen, wenn keine männer mehr dargestellt werden, bestätigen genau die</i>

		<i>reaktionen, dass die kampagne notwendig ist. muss für manche schlimm sein, der flüchtenden und nicht dem flüchtenden zu folgen(welchen stellenwert“</i>
	4	<i>„(...) Es scheint zumindest ein Wille da zu sein, etwas zu tun. Dass diese Aktion nicht die großen Schwierigkeiten beseitigen wird bzw. angreift, ist klar, aber auch kleine Schritte werden zum Ziel „der Gleichberechtigung“ führen. :-) „</i>
	5	„eine super sache! <i>im gegensatz zum unsaeglichen Binnen „i“ eine aktion, die die gendersache spielerisch, ironisch und sehr nah an der realitaet beleuchtet und hinterfragt. hoffentlich bleibts nicht nur bei einer plakataktion. waere auch ein schoenes zeichen richtung kaernten, dass man mit oeffentlichen tafeln und schildern wirklich sinnvolle politik machen kann ;-)</i> “
	6	<i>„Bei Piktogrammen müssen Frauen Röcke tragen, weil sonst sehen sie aus wie Männer. Und bei einem neutralen Männchen mit Hose denken die meisten, das sei ein Mann. Also müssen die Piktogrammfrauen Röcke tragen – auch wenn das ein 50er-Jahre-Klische transportiert!“</i>

(Die Standard, online 2014-04-16)

In den Reaktionen von LeserInnen, die die Kampagne negativ wahrgenommen haben, trat am häufigsten das Argument auf, dass die Piktogramme zu klischeehaft sind und Männer und Frauen mit solchen Zuordnungen verbunden werden, die tatsächlich nicht mehr überwiegen sind (z.B. lange Haare, rocktragende Frauen...). Dagegen wurde in den Reaktionen von LeserInnen, auf die die Kampagne positiv wirkte, die übertriebene Absurdität der Piktogramme als wirksames Mittel wahrgenommen, wodurch andere wichtigere Probleme, die mit der Gleichberechtigung zusammenhängen, hervorgehoben werden.

2. Und wie sieht's Brünn?

Der Nachteil der Internetbeiträge lag in der Anonymität der Diskussionsbeteiligten, die sich zu der Kampagne geäußert haben. Um möglichst glaubwürdige Informationen über die Kampagne zu erhalten, war es notwendig, eine eigene Befragung durchzuführen. Diese erfolgte im Frühjahr und im Sommer 2014.

Der erste Teil der Befragung sollte die Meinungen von jeweils 100 Wienerinnen und Wienern bzw. von Menschen, deren Muttersprache Deutsch ist, zur Kampagne erfassen. Zur objektiven Auswertung wurden den Befragten zuerst Fragen zu ihrem sozialen Stand (Familienstand, Anzahl der Kinder,

Ausbildungsniveau)⁷ gestellt, sowie eine Frage, die die Muttersprache betraf. Danach wurden ihnen konkrete Fragen zu den Piktogrammen gestellt.

Der zweite Teil der Befragung erfolgte im Sommer in Brünn. Angesprochen wurden 200 tschechische MuttersprachlerInnen – jeweils 100 Frauen und 100 Männer – denen die gleichen Fragen zu den Piktogrammen gestellt wurden wie den deutschsprachigen Teilnehmenden der Befragung. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und schließlich verglichen.

In dem Diagramm 1 (Abb. 3) wird das durchschnittliche Alter sowie das Alter der ältesten und jüngsten deutschsprachigen und tschechischsprachigen Frauen (weiter als dt. F/ tsch. F) und Männer (weiter als dt. M / tsch. M)⁸ dargestellt.

Des Weiteren wurde untersucht, wie die Befragten auf die Piktogramme reagieren. Ob sie – im Falle der deutschsprachigen Befragten – überhaupt gemerkt haben, dass es Piktogramme mit Rollentausch gibt, und im Falle einer positiven Antwort, welche der beiden Varianten sie als optimal empfinden (Diagramm 2, Abb. 4). Bei den tschechischen MuttersprachlerInnen wurde danach gefragt, welche der vorhandenen Varianten im Wiener Verkehr ihrer Meinung nach angemessener ist (Diagramm 3, Abb. 5), und ob die geschlechtergerechten Varianten besser sind als die geschlechtsneutralen (Abb. 6) im Brünnener Verkehr (Diagramm 4, Abb. 7).

Alle Befragten hatten die Möglichkeit, sich kurz zu dem Thema zu äußern. Einige ihrer Meinungen werden unten in den Tabellen zitiert.

1. Welche der vorhandenen Varianten der Piktogramme im Wiener Verkehr finden Sie besser? A = alte Version (29 F, 35 M)	
Dt. F, 32 Jahre, verheiratet, ein Kind, Abitur	<i>„Ich bin zwar der Meinung, dass beide Geschlechter gleiche Chancen haben sollen, aber ich denke nicht, dass es irgendwelche Aufkleber ändern können.“</i>

⁷ Die Position der Frau in der Gesellschaft hat sich während des vergangenen Jahrhunderts wesentlich verändert. Frauen treten heutzutage gleiche Arbeitsstellen wie Männer an. Das klassische Modell der Familie, in dem Frauen als verheiratete für Kinder sorgende Personen und Männer als Ernährer der Familie dargestellt werden, wird durch neue ersetzt, in denen Frauen Raum für ihre Karriere haben. Aus diesem Grund war es für die ausführliche Untersuchung wichtig, diese sozialen Aspekte und ihre Wirkung auf die Wahrnehmung der Problematik mit in die Befragung einzuschließen.

⁸ Alter im Durchschnitt: dt. F 43, dt. M 32, tsch F 37, tsch M 35. Die älteste dt. F 81/ tsch. F 74, der älteste dt. M 65 / tsch. M 77; die jüngste dt. F 16 / tsch. F 17, der jüngste dt. M 19 / tsch. M 21

Dt. M, 29, ledig, kein Kind, Hochschulabschluss	<i>„Vier Bilder...zwei mit einer Frau, zwei mit einem Mann. Meiner Meinung nach, war die alte Version deutlich geschlechtergerechter als die heutige.“</i>
Tsch. F, 24 Jahre, ledig, kein Kind, Abitur	<i>„Ta první varianta mi přijde lepší. Když se řekne slepec, vybavím si muže.“</i>
Tsch. M, 63 Jahre, verheiratet, 2 Kinder, Hochschulabschluss	<i>„Dítě patří k ženě, tak proč na tom něco měnit.“</i>

1. Welche der vorhandenen Varianten der Piktogramme im Wiener Verkehr finden Sie besser? NV = neue Variante (17 F, 10 M)	
Dt. F, 51 Jahre, verheiratet, 2 Kinder, Hochschulabschluss	<i>„Eine sehr gute Idee! Genau auf diese Art und Weise wird man dazu bewegt, über die Gendersache nachzudenken.“</i>
Dt. M, 49 Jahre, geschieden, 2 Kind, Hochschulabschluss	<i>„Mir ist aufgefallen, dass es die Aufkleber in zwei Varianten gibt, wusste aber ehrlich gesagt nicht, welche die ursprüngliche Variante war. Dann habe ich im Internet über die Kampagne gelesen und finde den Sinn des Projektes richtig gut.“</i>
Tsch. F, 38 Jahre, verheiratet, 2 Kinder, Hochschulabschluss	<i>„Nevím, která varianta je vyloženě lepší, ale ten nápad, upozornit takovou změnou na nějaký problém, se mi moc líbí.“</i>
Tsch. M, 37 Jahre, verheiratet, 1 Kind, sonstiger Abschluss	<i>„Párkrát jsem jel s dcerou tramvají a sednout mě nikdy nikdo nepustil. Možná by to taková cedulka změnila.“</i>

1. Welche der vorhandenen Varianten der Piktogramme im Wiener Verkehr finden sie besser? B = beide Varianten (52 F, 49 M)	
Dt. F, 49 Jahre, verheiratet, 2 Kinder, sonstiger Abschluss	<i>„Ich habe lange keinen Unterschied gemerkt. Erst meine Tochter hat mich darauf aufmerksam gemacht. Ich finde beide gut.“</i>
Dt. M, 27 Jahre, ledig, kein Kind, Abitur	<i>„Soll die Sprache neutral sein? Dann ist es gut, dass alle Bilder von beiden Geschlechtern vertreten werden.“</i>
Tsch. F, 19 Jahre, ledig, kein Kind, Abitur	<i>„Nejsou jen slepí muži, nebo staří muži, ale taky slepé a staré ženy. Takže je fair, že mají ve Vídni obě varianty.“</i>

Tsch. M, 31 Jahre, ledig, kein Kind, Hochschulabschluss	<i>„Když už jsou ty obrázky takhle konkrétní, tak je jasné, že musí být vylepené obě varianty. Jinak by byla místa určená jen starým a slepým mužům nebo jen ženám s dítětem?“</i>
---	--

Insgesamt 8 (2 Frauen und 6 Männer) deutschsprachige Befragten haben angeführt, dass sie sich nicht bewusst sind, dass es zwei Versionen der Piktogramme gibt. Bei den tschechischsprachigen Befragten erübrigte sich diese Frage. Stattdessen sollten sie sich dazu äußern, ob ihnen die geschlechtergerechten Piktogramme im Wiener Verkehr oder die geschlechtsneutralen im Brünner Verkehr besser gefallen.

2. Sind Ihrer Meinung nach die Piktogramme des Wiener Verkehrs besser als die im Brünner Verkehr? Ja (38 F, 29 M)	
Tsch. F, 29 Jahre, verheiratet, ein Kind, Hochschulabschluss	<i>„Barevných cedulek si každý všimne dřív, než těch obyčejných. Líbí se mi obě varianty. Můj muž jezdí se synem ale výhradně autem. Do tramvaje ho nikdo nedostane.“</i>
Tsch. M, 25 Jahre, ledig, kein Kind, sonstiger Abschluss	<i>„Super nápad. Barevné piktogramy plní svou funkci stejně dobře jako ty naše a vypadají líp.“</i>
2. Sind Ihrer Meinung nach die Piktogramme des Wiener Verkehrs besser als die im Brünner Verkehr? Nein (62 F, 71 M)	
Tsch. F, 72 Jahre, verheiratet, ein Kind, Abitur	<i>„Ať jsou nálepky takové nebo takové, sednout mě stejně nikdo nepustí.“</i>
Tsch. M, 41 Jahre, verheiratet, 2 Kinder, Abitur	<i>„Obrázky by měly být neutrální – ‚bez-pohlavní‘ – jasně srozumitelné, což tyhle nejsou. Tisk nových by navíc stál majlant. Ať radši opraví ta poškrabaná skla.“</i>

3. Fazit

Die Absicht der Initiatoren der Kampagne *Wien sieht's anders* war es, mithilfe nonverbaler Kommunikation in der Öffentlichkeit Interesse an der Problematik der geschlechtergerechten Sprache zu wecken. Dies ist im Rahmen der 200 deutschsprachigen Befragten bei 98 % der Frauen und 94 % der Männer gelungen. Positive Reaktion auf die Kampagne⁹ zeigten 69 % der Frauen und

⁹ Befragten, die die neue Version der Piktogramme oder beide Versionen als optimal finden.

59 % der Männer. Auch die Befragten, die die ursprüngliche Version als optimal eingestuft hatten, waren der Idee der Kampagne nicht abgeneigt¹⁰.

Die tschechischsprachigen Befragten waren gegenüber den Piktogrammen mit Rollentausch skeptischer. Bei den tschechischen Frauen erreichten die positiven Antworten¹¹ keine 50 %. Die überwiegende Mehrheit der Befragten beider Geschlechter (62 % F, 71 % M) hält die geschlechtsneutralen Piktogramme zum Zwecke der Informativität für passender.

Die Kampagne erwies sich als ein optimal wirkendes Mittel, wie man Menschen mithilfe von Bildern gewaltlos und zweckentsprechend mit dieser heiklen Problematik, die die geschlechtergerechte Sprache darstellt, bekannt machen kann.

Bilder und Diagramme



Abb.1 – Dr. Ernst Theimer, Mag.a Sonja Wehsely bei der Vorstellung der neuen Kampagne; Rathauskorrespondenz, online; 2015-01-14)

¹⁰ In den 60er Jahren verlief in westeuropäischen Staaten sgn. Zweite Welle der Frauenbewegung. Ziel dieser Bewegung war u. a. eine sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern, aus der sich eine Umwertung der Personenbezeichnung ergab. (vgl. Valdová In *Sprachkritik und Sprachmanagement im Deutschen im Vergleich mit dem Tschechischen*.2008.)

¹¹ Als positiv wahrgenommenen Antworten sind Antworten NV (neue Version) und B (beide Versionen) zu verstehen.



Abb. 2 – Aufkleber mit Rollentausch im Wiener Verkehr;
Die Standard, online; 2015-01-14

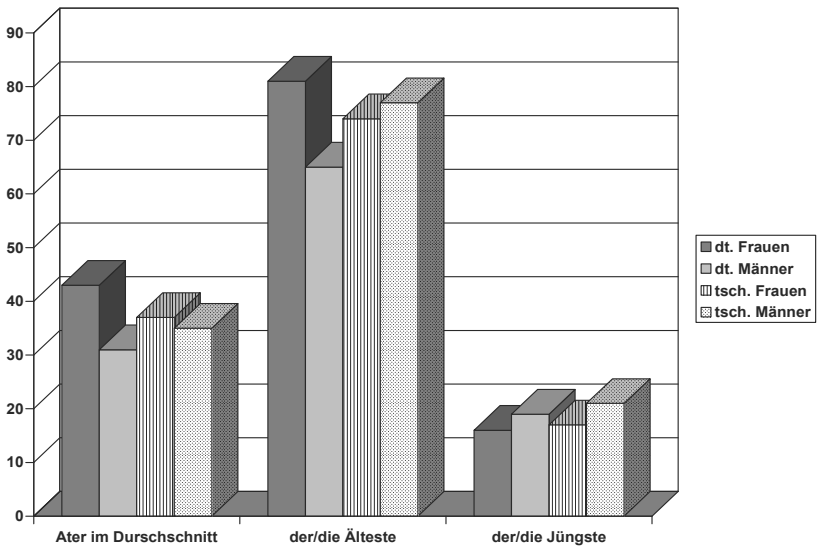


Diagramm 1, Abb. 3 – Alter der Befragten

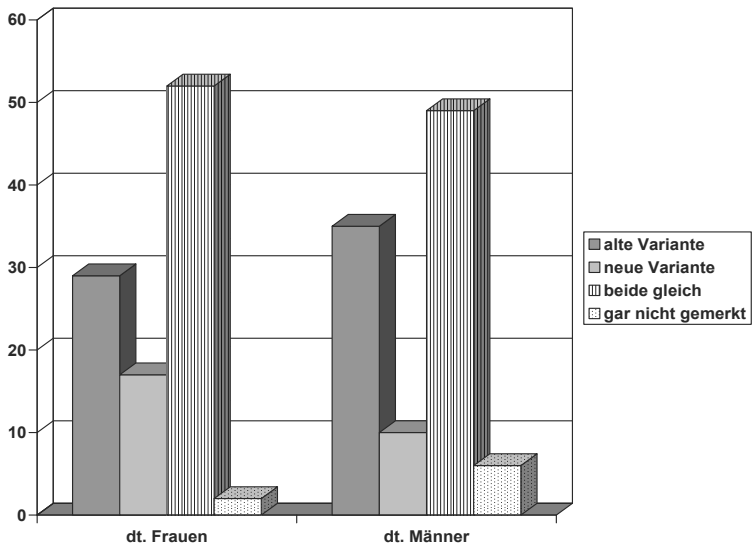


Diagramm 2, Abb. 4 – präferierte Variante bei den deutschsprachigen Befragten

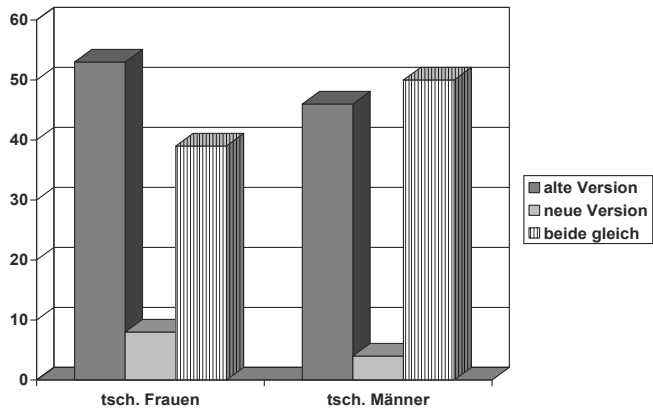


Diagramm 3, Abb. 5 – präferierte Variante bei den tschechischsprachigen Befragten



Abb. 6 – geschlechtsneutrale Piktogramme im Brüner Verkehr;
Junek, 2012. S. 43

Quellenverzeichnis:

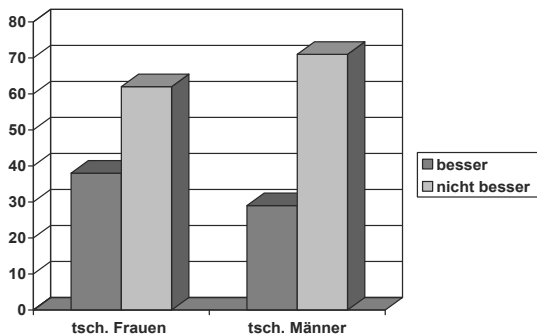


Diagramm 4, Abb. 7 – Sind geschlechtergerechte Piktogramme
im Wiener Verkehr besser?

- BUCHMAYR, Maria, FALZEDER, Marion. *Geschlechtergerecht in Sprache und Bild*. Johannes Kepler Universität Linz : 2009. S. 21 ff.
- HAUSBICHLER, Beate. HEINZ Andrea. *Wien sieht's anders*. In Die Standard [online]. Zit. [2014-03-12]. http://diestandard.at/2695627?_slide=1.
- JUNEK, Jan. *Vizuální komunikace Dopravního podniku města Brna*. MU Brno. 2012. S. 43.
- LACKNER, Marianne, WEHSELY Sonja. *Wien startet Kampagne zu Gender Mainstreaming* In Rathauskorrespondenz [online]. Zit. [2014-03-12]. Zugänglich auf: <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2006/1214/010.html>.
- VALDROVÁ, Jana. Sprachkritik und Sprachmanagement im Deutschen im Vergleich mit dem Tschechischen. In: Spáčilová, L. / Vaňková, L. (Hrsg.). *Germanistische Linguistik und die neuen Herausforderungen in Forschung und Lehre in Tschechien*. Brno: FF MU, PF MU, 2008. S. 335–347.
- WEHSELY, Sonja. Offizielle Internetseite von Sonja Wehsely. [online]. Zit. [2015-01-30]. Zugänglich auf: <http://www.sonja-wehsely.at/zur-person>.

Mgr. Tereza Frimmerová
Ústav germanistiky, nordistiky a nederlandistiky
Filozofická fakulta, Masarykova univerzita Brno, CZ
Arne Nováka 1
602 00 Brno
180888@mail.muni.cz