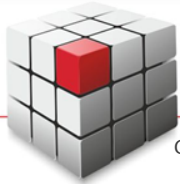




# SEO und Gendern

Wie geht das zusammen?





# Definieren wir kurz Gendern

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gendern>



Gendern (steht) im Deutschen für einen **geschlechterbewussten Sprachgebrauch**, der im Interesse der **Gleichbehandlung der Geschlechter** mit **Veränderungen der herkömmlichen schriftlichen und gesprochenen Sprache** einhergehen soll.

In der Sprachwissenschaft (Linguistik) bezeichnet Gendern den Gebrauch **geschlechtergerechter Formulierungen** zur sprachlichen Gleichbehandlung der Geschlechter im Deutschen.

Dies betrifft vor allem **Personenbezeichnungen (Nomen und Pronomen)** und ihre geschlechtsspezifische oder **geschlechterneutrale** Verwendung.

User\*innen

Mitarbeitende

Kundinnen und Kunden

Tourist\_innen

Radfahrende

LehrerInnen



## Versprechen wir uns kurz etwas



Wir wollen hier und heute das Gendern **nicht politisch bewerten**.  
Wir wollen **einfach nur verstehen** und  
den Einfluss des Genderns auf die **Suchmaschinenoptimierung** besprechen!



# Adam und Eva



Google

anwältin strafrecht ludwigsburg



Alle

Maps

News

Bilder

Shopping

Mehr

Suchfilter

Ungefähr 43.900 Ergebnisse (0,79 Sekunden)

Enthält auch Ergebnisse für **anwält** strafrecht ludwigsburg

Nur nach **anwältin** strafrecht ludwigsburg suchen

## Arbeiten bei Google etwa Frauenhasser?



# Adam und Eva



Google

Q fachanwältin für arbeitsrecht m| X 

- Q **fachanwalt** für arbeitsrecht münchen
- Q **fachanwalt** für arbeitsrecht mannheim
- Q **fachanwalt** für arbeitsrecht münster


Arbeiten bei Google etwa Frauenhasser?  
Ist Google zu doof, Frau von Mann zu unterscheiden?



# Adam und Eva



Google

Q anwältin famil| X 

- Q anwältin familienrecht
- Q anwältin familienrecht berlin
- Q anwältin familienrecht hamburg
- Q anwältin familienrecht köln

Arbeiten bei Google etwa Frauenhasser?  
Ist Google zu doof, Frau von Mann zu unterscheiden?  
Glaubt Google, dass Frauen und Männer unterschiedlich begabt sind?



## Adam und Eva



### Was ist im Bestand?

Google zeigt den Index.  
Der Index sind wir –  
die Lebenswirklichkeit!

### Es braucht Masse

1 Anwältin ist nicht genug.  
Algo braucht Daten:  
die „Weisheit der Masse“.



Machen wir der SEO wegen also die Anwältin zum Anwalt?  
Kommt darauf an, was die Anwältin will, oder?  
Gibt es einen gangbaren Mittelweg?



## Weder Adam noch Eva



Die Krux mit dem generischen Maskulinum:  
der **Lehrer** (einer)  
die Lehrerin (eine)  
Die **Lehrer** (viele)





## Weder Adam noch Eva



Ja klar, dieser Kampf gegen das generische Maskulinum ist ein politischer:  
seit den 1970er Jahren

Frauenbewegung – Feministinnen

Luise F. Pusch: „Das deutsche als Männersprache“ (Suhrkamp)



## Weder Adam noch Eva



### Was sagt der Duden?

Redaktion gibt Ideen mit.  
Es gibt aber keine Norm,  
nur diverse Optionen.

### Möglichkeiten:

Doppelnennung (§106),  
Ergänzungsstrich (§ 98),  
Klammern (§ 86)



Lehrerinnen und Lehrer – jede und jeder

Lehrer/-innen – Mitarbeiter/-in

Lehrer(innen) – Kolleg(inn)en, aber Arzt/Ärztin

[duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Geschlechtergerechter-Sprachgebrauch](https://www.duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Geschlechtergerechter-Sprachgebrauch)



## Weder Adam noch Eva



### Was sagt der Duden?

Redaktion gibt Ideen mit.  
Es gibt aber keine Norm,  
nur diverse Optionen.

**Weitere Mittel:**  
geschlechtsneutral,  
sachbezeichnend,  
substantivierend



Mensch, Person, Mitglied, Gast (nicht Gästin)  
Leitung, Kollegium, Vorstand (nicht Vorständin)  
Studierende, Mitarbeitende, Radfahrende

[duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Geschlechtergerechter-Sprachgebrauch](https://duden.de/sprachwissen/sprachratgeber/Geschlechtergerechter-Sprachgebrauch)



## Weder Adam noch Eva



### Was sieht Google?

Textanalyse ernüchternd.  
Nicht jede Form könnte  
sauber erkannt werden.

**Möglichkeiten:**  
Doppelnennung,  
Ergänzungsstriche,  
Klammern



Lehrerinnen und Lehrer ✓  
Lehrer/-innen – Mitarbeiter/-in ✓ ✗  
Lehrer(innen) – Kolleg(inn)en, aber Arzt/Ärztin ✓ ✗



## Weder Adam noch Eva



### Was sieht Google?

Textanalyse ernüchternd.  
Nicht jede Form könnte  
sauber erkannt werden.

**Möglichkeiten:**  
geschlechtsneutral,  
sachbezeichnend,  
substantivierend



Mensch, Person, Mitglied, Gast

Leitung, Kollegium, Vorstand

Studierende, Mitarbeitende, Radfahrende





## Weder Adam noch Eva



### Was sieht Google?

Textanalyse ernüchternd.  
Nicht jede Form könnte  
sauber erkannt werden.

**Möglichkeiten:**  
geschlechtsneutral,  
sachbezeichnend,  
substantivierend

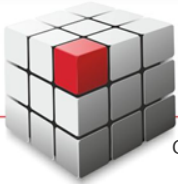


Mensch, Person, Mitglied, Gast

Leitung, Kollegium, Vorstand

Studierende, Mitarbeiter, Radfahrende





Quelle Keyword-Daten: TermLabs.io

# Weder Adam noch Eva



**Termfrequenz**  
 Ganz bestimmte Wörter müssen aus SEO-Sicht oft genug im Text stehen.

**Termgewichtung**  
 Diese Wörter müssen dabei in bestimmter Gewichtung mit anderen enthalten sein.

# WDF \* IDF

- Term ?
- mitarbeitergeschenke
- betriebsveranstaltung
- weihnachtsgeschenke
- kernenergie
- kundengeschenke
- mitarbeiter
- kollegen
- sachbezugsfreigrenze

| Term ?               | Vom selben Wortstamm ?                                    | Korpus-Rang ? | Document Count ? | Avg |
|----------------------|---|---------------|------------------|-----|
| mitarbeitergeschenke | mitarbeitergeschenk, mitarbei...                          | 6             | 8                |     |
| weihnachtsgeschenke  | weihnachtsgeschenk, weihnac...                            | 2             | 15               |     |
| kundengeschenke      | kundengeschenk, kundengesc...                             | 4             | 6                |     |
| → mitarbeiter        | mitarbeitern, mitarbeiters, mit...                        | 1             | 19               |     |
| → kollegen           | kollege   |               |                  |     |
|                      | mitarbeitern, mitarbeiters, mitarbeitenden, mitarbeitende |               |                  |     |





# Weder Adam noch Eva



Quelle Keyword-Daten: TermLabs.io

Keyword ?

SERP Genderings

beta

weihnachtsgeschenke für mitarbeiter

| Gendering                        | Klasse             | Numerus  | Count | Doc Count | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
|----------------------------------|--------------------|----------|-------|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| MitarbeiterInnen                 | camel              | plural   | 3     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | -  | -  | 3  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Mitarbeiter oder Mitarbeiterin   | or-rev             | singular | 2     | 1         | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Mitarbeitenden                   | present-participle | plural   | 2     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| MitarbeiterInnen und Mitarbeiter | and                | plural   | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Mitarbeiter und MitarbeiterInnen | and-rev            | plural   | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Mitarbeitende                    | present-participle | plural   | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| AbteilungsleiterInnen            | camel              | plural   | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | -  | -  | 1  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| KollegInnen                      | camel              | plural   | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | -  | -  | 1  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Chef oder Chefin                 | or-rev             | singular | 1     | 1         | - | - | - | - | - | - | - | - | - | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | 1  |





## Weder Adam noch Eva



### Termfrequenz

Ganz bestimmte Wörter müssen aus SEO-Sicht oft genug im Text stehen.

### Termgewichtung

Diese Wörter müssen dabei in bestimmter Gewichtung mit anderen enthalten sein.

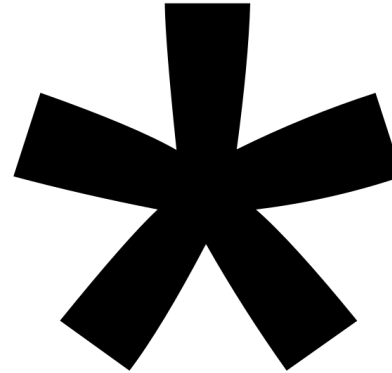
# WDF \* IDF

Soll SEO gelingen, muss für jedes Dokument detailliert recherchiert werden. Wichtige Terme müssen platziert werden, in notwendiger Gewichtung. Verknüpfungen mit „neuen Formen“ machen diese dem Index bekannt.

<https://www.gettraction.de/blog/richtig-gendern-im-seo/> (Kira Melzer)



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



Wenn doch aber all das schon geklärt ist,  
**warum dann noch**  
Gendersternchen, Binnen-I  
oder Gender-Gaps?



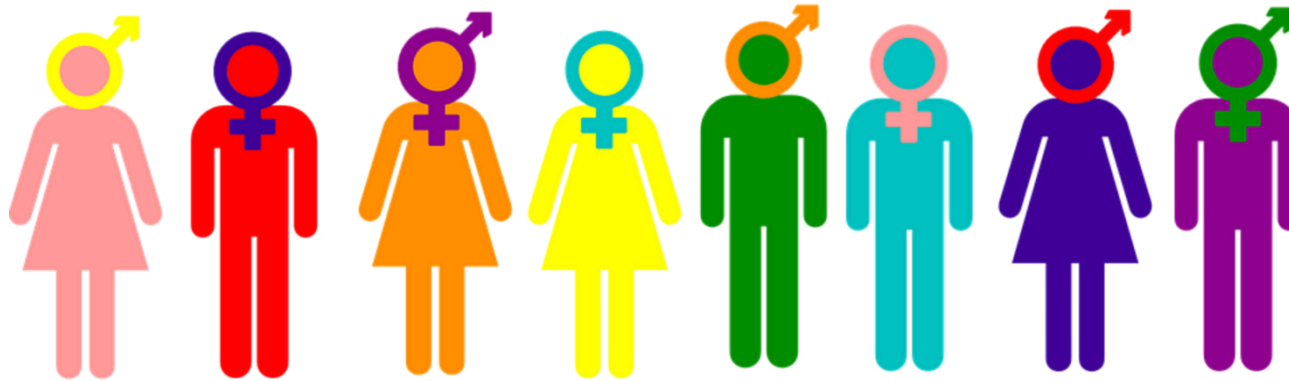
## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



Auch dieser Kampf ist vor allem ein politischer!  
Es geht nicht nur um inklusive Sprache.



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



Auch dieser Kampf ist vor allem ein politischer!  
Es geht nicht nur um inklusive Sprache.  
Im Kampf um Identität geht es um Sichtbarkeit.

<https://www.zdf.de/kultur/aspekte/identitaetspolitik-debatte-um-diskriminierung-und-rassismus-100.html>



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



Auch dieser Kampf ist vor allem ein politischer!  
Es geht nicht nur um inklusive Sprache.  
Im Kampf um Identität geht es um Sichtbarkeit.  
Und Sonderzeichen stellen Sichtbarkeit in der Schriftsprache her.



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



**Was sagt der Duden?**  
Die neuen Formen des  
Genders sind kein Teil  
des Regelwerks.



Vom amtlichen Regelwerk nicht abgedeckt sind Schreibweisen wie die folgenden:

- mit Genderstern (Asterisk): *Schüler\*innen*
- mit Binnen-I (wortinterne Großschreibung): *SchülerInnen*
- mit Gender-Gap (Unterstrich; Doppelpunkt): *Schüler\_innen*; *Schüler:innen*
- mit Schrägstrich ohne Ergänzungsstrich: *Schüler/innen*

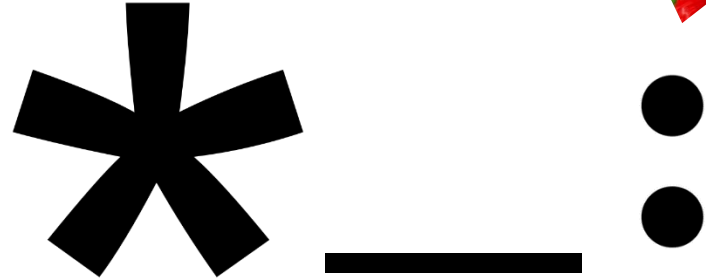
Es ist zu beobachten, dass sich die Variante mit Genderstern in der Schreibpraxis immer mehr durchsetzt. Zu finden ist sie besonders in Kontexten, in denen Geschlecht nicht mehr nur als weiblich oder männlich verstanden wird und die Möglichkeit weiterer Kategorien angezeigt werden soll.



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



**Noch ein bisschen mehr?**  
Sprachtheorie mit  
Hornscheidt & Sammla  
„Wie schreibe ich divers?“



Schwester / Bruder



das Geschwister / Geschwistex

Großmutter / Großvater



das Großalt / dier\* Ompa

Nichte / Neffe



das Geschwisterkind / Nicht\_effe

Tante / Onkel



das Elterngeschwister / Tatonkel



## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



### Was sieht Google?

Textanalyse zeigt auch hier:  
Nicht jede Form könnte  
sauber erkannt werden.

### Möglichkeiten:

Gendersternchen,  
Binnen-I,  
Gender-Gaps



Lehrer\*innen – Mitarbeiter\*innen

MalerInnen – KünstlerInnen

Konditor\_innen – Psychiater:innen – Wettbewerber/innen







## Da ist viel mehr als nur Adam und Eva



### Termfrequenz

Ganz bestimmte Wörter müssen aus SEO-Sicht oft genug im Text stehen.

### Termgewichtung

Diese Wörter müssen dabei in bestimmter Gewichtung mit anderen enthalten sein.

# WDF \* IDF

Der aktuelle Status Quo muss für jedes Thema gründlich recherchiert werden.  
SEO-Sicht: Verwendung männlicher und weiblicher Formen (derzeit noch) ratsam.  
Doch Verknüpfung mit „neuen Formen“ bewirkt Wandel im Index.

<https://youtu.be/FT7sbGO-gFc> (Nora Taubert, SEOKRATIE)



## Viel leichter als man denkt – 6 Tipps für die Praxis



1

### **Keywords-Recherche**

Alle relevanten Terme =  
Main-Keywords +  
Proof-Terme (gegendert?)

2

### **TOP10 der SERPs**

Wird schon gegendert –  
und wie wird gegendert:  
lt. Duden oder mehr?

3

### **Zielgruppen-Sprech**

Finden sich Gender-Begriffe  
in der Alltagssprache der  
Rezipient:innen?

4

### **Vom Wer zum Was**

Gerade in Headlines ist  
Gendern schwierig – hier  
eher Tätigkeit / Sache.

5

### **Metadaten**

Hier siegt derzeit das Main-  
Keyword – alternativlos  
für gutes Ranking!

6

### **Im Text clever mixen**

Main-Keyword im Fokus,  
unterfüttert mit „neuen“  
Gender-Formen.



## Viel leichter als man denkt – Bonus-Tipp



# ABER

Ist das Main-Keyword „neutral“

Rasenmäher oder Nähmaschinenadel-Hersteller

dann ist – aus SEO-Sicht – das OB und WIE des Genderings egal,  
weil Genderings noch nicht einmal Teil der Proof-Terme-Welt sind.



## Viel leichter als man denkt 😊



**Kinderpsychiater Dierssen**

@KJPGehrden

Es ist unmöglich, einen Text genderneutral zu schreiben, ohne dass es den Lesern unangenehm auffällt und sich komisch anfühlt.

Es ist unmöglich, einen Text genderneutral zu schreiben, ohne dass es beim Lesen unangenehm auffällt und sich komisch anfühlt.

14:37 · 14 Juli 21 · [Twitter Web App](#)

**612** Retweets **31** Zitierte Tweets



## Take Aways: Drei Gedanken zum Mitnehmen



### 1 **Lass Politik da raus!**

Es ist dein Job –  
und eine spannende  
Herausforderung!

### 2 **Es ist ein Prozess!**

Wir stehen am Anfang.  
Ziel ist unklar.  
Weiter beobachten.

### 3 **Sei pragmatisch!**

Arbeite an einem Weg, der  
beides möglich macht:  
SEO und Gendern.



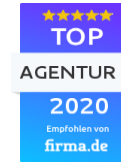
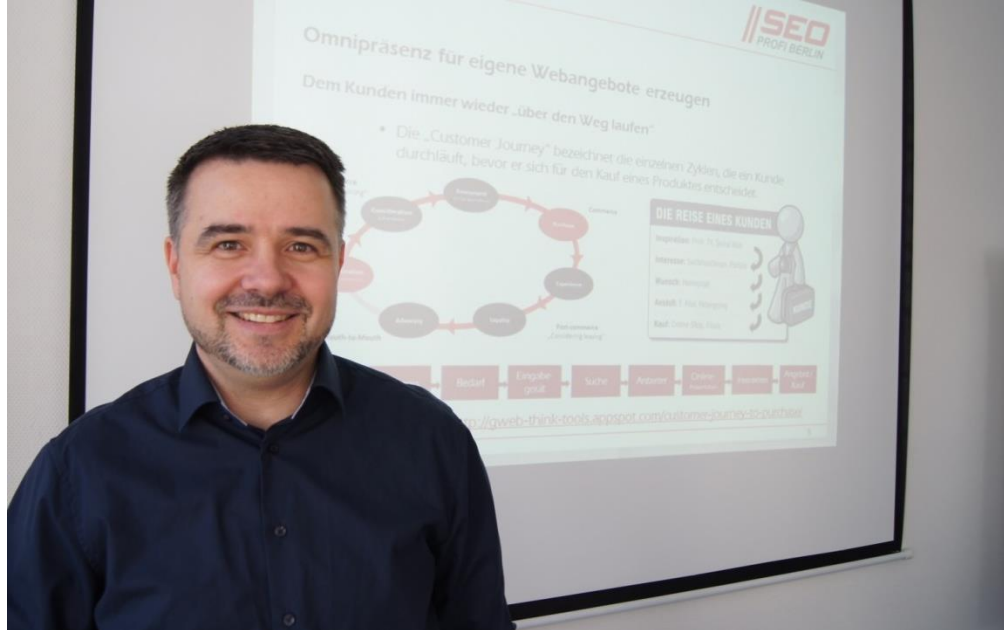
Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?



# Sven Deutschländer @ dskom GmbH



**Code of Conduct**  
Suchmaschinenoptimierung



**Code of Conduct**  
Suchmaschinen-Advertising



[www.SEO-Profi-Berlin.de](http://www.SEO-Profi-Berlin.de) > Referenzen > Vorträge  
@dskom // fb.me/SEO.Profi-Berlin // de.slideshare.net/sdbln // LinkedIn // XING





# Praxisnahe Online-Marketing-Weiterbildung



SEO-Seminare: 21.9. + 2.11.21

Content-Marketing: 19.10.21

G\*Ads Kurse: 7.9. + 9.11.2021

Analytics Seminar: 28.9.+23.11.

Google Search Console: 30.11.2021

Google My Business: 14.12.2021

Facebook Marketing Kurs: 16.11.2021

Alle Informationen + Anmeldung:

[www.SEO-Profi-Berlin.de/Seminare](http://www.SEO-Profi-Berlin.de/Seminare)

Voucher-Code: 10%SEOCampixx2021

## Weiterbildung via Meet, Skype, Zoom & Co.

Sie möchten Ihr **Online-Marketing besser aufstellen**, damit aber nicht bis zum nächsten, wieder möglichen Präsenz-Seminar oder Inhouse-Workshop warten?! Dann besprechen Sie doch einfach alles Nötige mit einem echten Online-Marketing-Experten in einem Online-Konferenz-Meeting via Skype, Meet, Zoom, TEAMS oder GoToMeeting!

Unser erfahrener Online-Marketing-Profi Sven Deuschländer steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite!

- Einfach Kontakt aufnehmen,
- Termin verabreden,
- im Meeting zwei Stunden lang alle Ihnen wichtigen Fragen beantwortet bekommen.

Beschreiben Sie Ihr Anliegen, die Probleme und Herausforderungen in einer kurzen Nachricht - wir melden uns schnell bei Ihnen!

**Jetzt Online-Marketing Experten-Gespräch anfordern**