



Eine gemeinsame Sprache sprechen – Corporate Ethic Wording

Ein Seminar, das der wert(e)vollen Verständigung dienen soll,
von Daniela Kobelt Neuhaus

Braunschweig, den 26. Oktober 2017

Inhalte des Seminars

1. Einführung in „corporate wording“
2. Die Verständigungsfallen
3. Tradition und Werte
4. Die vier Seiten einer Nachricht
5. Sprache und Identität
6. Sprache und Emotion

Eine kurze Einführung: corporate ethic wording

Aus der Wirtschaft kennen wir Corporate Wording

Dabei geht es um eine dem „Geschäft“ förderliche Verwendung oder Vermeidung bestimmter Wörter über eine einheitliche Sprachregelung bis hin zur Tonalität und zum Stil von Texten.

Corporate ethic wording:

In unserem Seminar geht es um ein ethisch-korrektes Wording, d.h. um die dem Geschäftsziel förderliche, aber nicht diskriminierende einheitliche Verwendung von Sprache und um die Vermeidung von Missverständnissen durch Klärung der mitlaufenden Bedeutungen, die Wörter / Worte für andere haben könnten.

Wording ist ein Aspekt der Kommunikation

Zwischenmenschliche Kommunikation

- findet zwischen zwei (oder mehreren) Personen statt
- enthält eine **Information**, die eine Person **mitteilt** und die eine oder mehrere weitere Person/en **verstehen**.

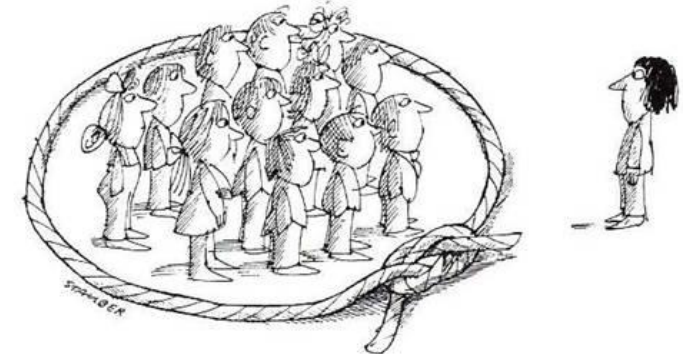
Missverständnisse entstehen aus unterschiedlichsten Gründen (vgl. die vier Seiten einer Nachricht bzw. die Vier-Ohren-Theorie von Schulz von Thun).

Das Corporate Wording fokussiert die Auswahl der in einer gemeinsamen Absprache mit Bedeutung unterlegten Worte/Wörter.

Das heißt, dass in einem bestimmten Kontext von den Beteiligten erwartet wird, dass sie

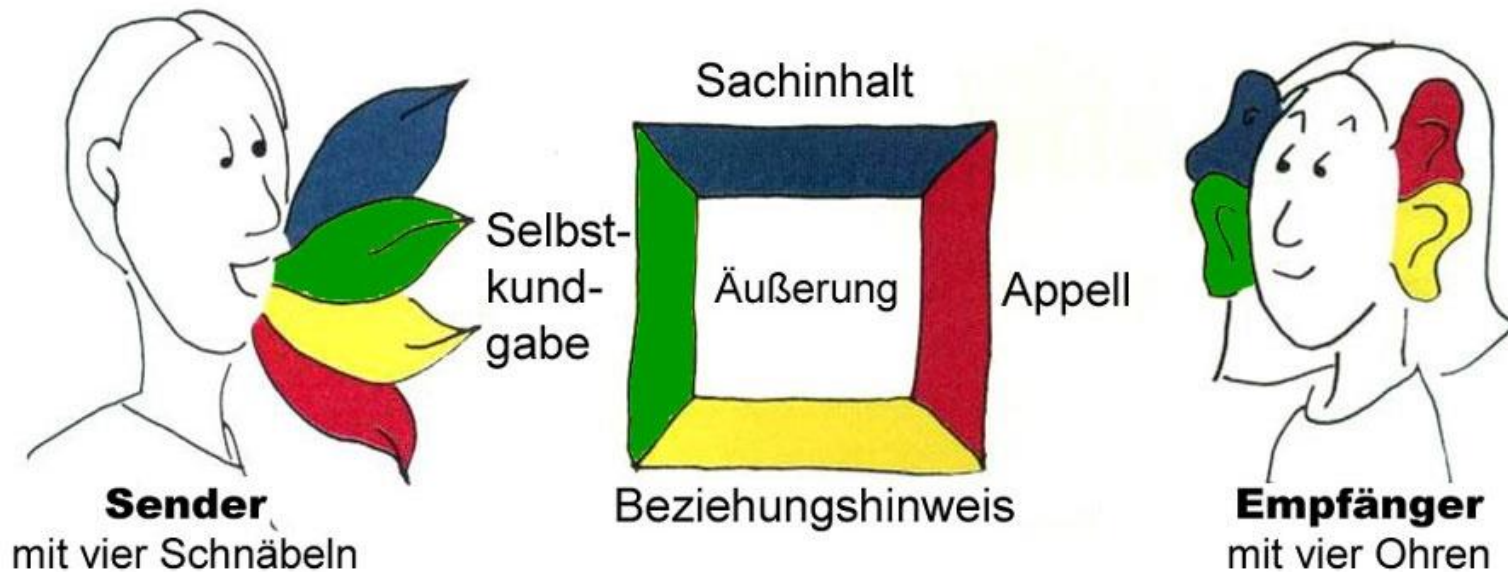
- a) wissen, wovon sie und andere sprechen und
- b) sicher sind, dass das Gegenüber für das Gesprochene die Bedeutung kennt und sie auch entsprechend wahrnimmt.

Du schwarz! Ich weiß!



Zur Erinnerung:

Kommunikationsquadrat



Die Verständigungsfallen

- Missverständnisse in der Kommunikation

- im beruflichen und
- im privaten Alltag



- Menschen reagieren und agieren vor ihrem eigenen traditionellen und kulturellen Hintergrund
- Menschen sprechen die Sprache, die sie gelernt haben und in welcher sie sich sicher fühlen. Auch in Fremdsprachen sind die emotionalen und kulturellen Anker sichtbar
- Menschen haben unterschiedliche Brillen auf (Vorwissen, Hintergrundwissen, Unwissenheit)
- Menschen aus unterschiedlichen Kontexten nutzen gleiche Wörter für unterschiedliche Sachverhalte:

Frage: Was bedeutet für Sie kundenfreundlich? ressourcenorientiert? gesund?

Wording wird immer von Verhalten begleitet

Sich nur mit den korrekten und klar definierten Worten zu befassen, ist eine unzulässige Einschränkung, die wir nur als Zwischenschritt, aber als bedeutungsvollen Zwischenschritt in Richtung Verständigung verstehen wollen.

In allen Worten schwingen immer Konnotationen mit, die im eigenen Verhalten begründet liegen oder die unsere Verhalten begründen.

Übung:

Was verstehen Sie unter „wertschätzend“?

Wie erkennen Sie „Wertschätzung“?

Verständigung braucht Haltung und Kontakt

Verständigung braucht eine Haltung zu einem Thema.

Wörter sind Container für bewertete Inhalte.

Beim Wording geht es um **die Container-Wörter** und scheinbar selbstverständlichen Begrifflichkeiten, die wir in unserer Arbeit tagtäglich verwenden, ohne weiter auf sie zu achten.

Sich verständigen braucht **Kontakt** mit den Gesprächspartnern und ein echtes Interesse dafür, was er/sie denkt und fühlt. **Non-Verbale Sprachsignale** begleiten das Gespräch. Diese körpersprachlichen und stimmlichen Signale können ein Gespräch lenken, unterstützen, befördern oder stören.

Schlag- oder BUZZ-Wörter

„Geiz ist geil“

Sogenannte **Buzz-Wörter** (Schlagwörter, Modewörter oder Slogans) wollen Aktualität, Zukunftsoffenheit ausstrahlen. Sie werden oft zu Selbstläufern. Wir alle kennen sie, wir alle nutzen sie, wir alle gehen über sie hinweg.

Buzz-Wörter sind eine magische Mischung aus Anglizismen, Prägnanz, Wohlklang, Vereinfachung, unbewusster Überzeugungsabsicht und viel heißer Luft.

Buzz-Wörter sind nicht per se negativ konnotiert. Sie eröffnen die Möglichkeit, Denkprozesse abzukürzen, die wir alle schon mehrfach durchlaufen haben.

Typische Schlagwörter, die ebenso viel verbergen wie eröffnen sind zur Zeit die Begriffe **Inklusion, Best Practice, Brainstorming, Diversity**

Kennen Sie solche Wörter aus Ihrem Arbeits- oder Familienumfeld?

Falsche Freunde

Oft ist das Buzz-Wort **ein falscher Freund**.

Es sieht aus, als würde es einen bekannten Begriff nennen. Es handelt sich aber um Paare von Wörtern oder Ausdrücken, die sich orthographisch oder phonetisch ähnlich sind, jedoch unterschiedliche Bedeutung haben.

Solche falschen Freunde gibt es innerhalb einer Sprachfamilie (zum Beispiel bei Dialekten) oder eben zwischen unterschiedlichen Sprachen.

Zum Beispiel:

„**Handy**“ für ein Mobiltelefon. Im Englischen bedeutet das Wort *handy* nicht „Mobiltelefon“, sondern „handlich, geschickt, gewandt“.

„**realisieren**“ im Sinne von „verwirklichen, umsetzen“ wird unter Einfluss des englischen falschen Freundes *to realize/realise* heute auch im Sinne von „erkennen, bemerken“ verwendet.

Im Rumänischen bedeutet „**Prost**“ so viel wie „doof“

Die Verständigungsfallen: Sprachliche Konnotationen (Nebenbedeutungen)

Beispiele

- „würdegeleitete Sprache“ (das Wort „Vater“ ist in Ostsprachen stets mit Würde und Respekt verbunden)
- „nutzengeleitete Sprache“ (die Begriffe effektiv und effizient werden in der Regel zu einem bestimmten Nutzen gebraucht, sie können für andere aber negative oder positive, d.h. wertende Bedeutung haben)
- machtgeleitete Sprache (Die Verwendung von Wörtern wie „Weib“ oder „Junge“ können anderen vermitteln, sie seien weniger wert als der Sprecher)
- emotionsgeleitete Sprache (die Verwendung von emotionalen Begriffen ist in bestimmten Business-Kontexten verpönt)

Die Fachidioten-Sprache

Corporate Wording kann auch zur Gefahr werden, wenn bestimmte Begriffe dazu dienen, andere auszuschließen. Sie sollen nicht verstehen, nicht dazugehören.

Bei Fachkongressen werden oft professionelle Slangs verwendet, die deutliche machen sollen, dass man sauklug ist und „Bescheid“ weiß.

Warum Corporate Wording?

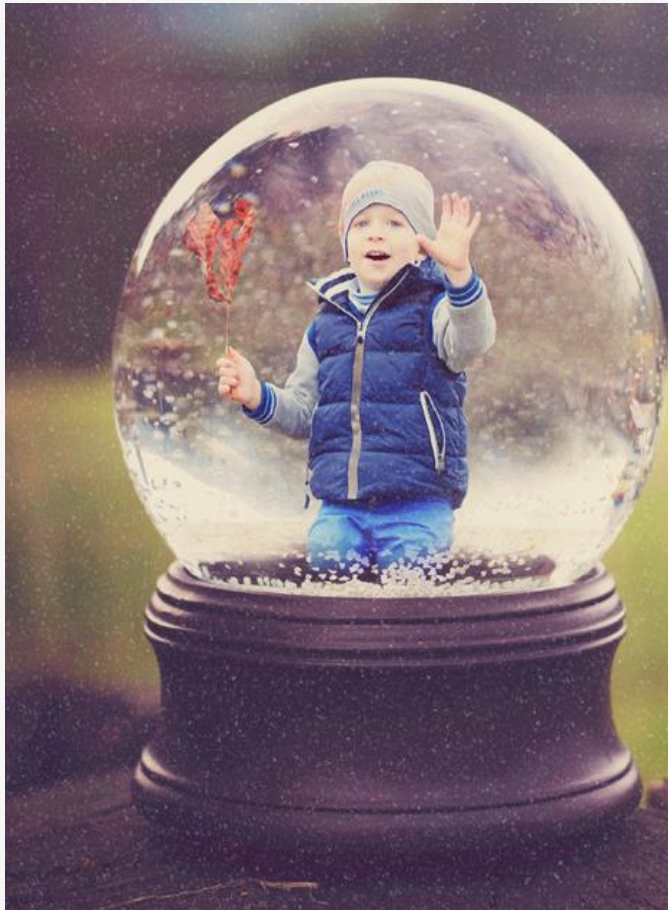
1. Ethisch korrekte Sprache: Antidiskriminierung, Anti-Bias
2. Wir glauben zu verstehen, leben aber in der eigenen Schneekugel
3. Unsere Worte lassen unser Unbewusstes durchschimmern

Antidiskriminierung, Anti-Bias

Was nicht geht:

- Verbalattacken
- „Duzen“ und herabwürdigende Anreden
- alle Formen vereinfachter Sprache, wie Babytalk, Foreigner-Talk
- ignorieren
- nicht zu Wort kommen lassen, unterbrechen
- das Gesagte herabwürdigen / nicht ernst nehmen
- aus der Kommunikation ausschließen
- x-feindliche Witze erzählen (Frauen-, Juden-, Negerwitze ...)
- Zuschreibung von Eigenschaften
- Phrasen, Redewendungen

Schneekugel



Jeder
lebt in
seinem
Kosmos

Unbewusstes in der Sprache



Glossar als Lösung

Ein Glossar bietet den Akteurinnen und Akteuren eines Arbeitsfeldes, einer Kommune oder einer Institution fachliche und inhaltliche Orientierung.

Glossare sind besonders wichtig, wo Menschen im Zentrum stehen, die besonderer Unterstützung und Förderung bedürfen oder wo sensible Daten eine Rolle spielen.



**Armut oder Reichtum?
Bildung?
Oder worum geht es Ihnen`?**

Stiftung