

**WEMAG**

## Leitfaden für eine faire Kommunikation:

Präsentation VKU AK KOM – 17. Oktober 2024

- ✓ Sicherheit im Sprachgebrauch geben
- ✓ Zielgruppengerechte Ansprache
- ✓ Einheitliche Kommunikation
- ✓ Faire Sprache gehört zum Leitbild der WEMAG

- ✓ **Auftaktworkshop Kommunikation**
  - Identifikation der Handlungsfelder/ Wege zur Umsetzung
- ✓ **Gespräche mit internen Stakeholdern**
  - Vertrieb, Personal, Betriebsrat, Mitbestimmung, WEMAG Netz
- ✓ **Einordnung der Ergebnisse**
- ✓ **Erarbeitung Leitfaden**

”



*Ich will nicht gendern.  
Und überhaupt nenne ich  
schon seit Jahrzehnten in  
der Anrede immer Männer  
und Frauen! Das muss reichen.*

Dies ist ebenfalls ein Zitat aus unseren Gesprächsrunden.



”  
*Ich finde Gendern mit Doppelpunkt wichtig, wenn wir jüngere Zielgruppen in Social Media ansprechen wollen.*

Auch dies ist ein Zitat – übrigens von einer Person, die privat diese Form der geschlechtersensiblen Sprache nicht unbedingt nutzen würde.

Unser Leitfaden stellt keine Pflicht zur Nutzung bestimmter Formen der geschlechtersensiblen Sprache dar.

Er soll als Orientierungshilfe dienen, aber auch die Neugier fördern, aus gewohnten Sprachmustern auszubrechen und Neues zu probieren – für eine faire Sprache.



## Wege zu einer fairen Sprache

Im Wesentlichen gibt es drei Wege, die sich gut über die Buchstaben DNA merken lassen:

- 1 Differenzieren/Beldnennung
- 2 Neutralisieren
- 3 Abstrahieren



In den folgenden Beispielen werden diese drei Regeln erläutert. Wichtig ist, dass Ansprachen oder Texte für die jeweilige Zielgruppe verständlich sind.



- ✓ Beidnennung wird verbindlicher Standard
- ✓ Zielgruppenorientierte Ansprache notwendig
- ✓ Bildsprache muss ebenfalls fair gestaltet werden
- ✓ Technische Anpassungen erfolgen sukzessive, sind jedoch notwendig

## 3 Regeln für die Kommunikation:

1

Printprodukte werden geschlechtergerecht formuliert, digitale Kanäle gendersensibel bespielt.

2

Die einheitliche Anwendung von Sonderzeichen verringert die Fehlerquote. Wir verwenden zum Gendern den Doppelpunkt.

3

Anpassungen werden sukzessive übernommen und in bestehende Prozesse eingebunden.

- ✓ Intensive Recherche zu rechtlichen und inhaltlichen Fragen, Layout, Abstimmungsprozess – erneut über Kreise der Stakeholder
- ✓ aktiver Auftakt nach innen : Vorstellung im Intranet, erläutern, mitnehmen, erklären
- ✓ keine aktive Kommunikation der Umstellung nach außen – *Einfach machen!*



Zeitraum zur Bearbeitung deutlich länger als erwartet



großes Interesse/große Skepsis gleichermaßen



Diskussionen aus dem Außen spiegeln sich im Inneren wider.



entscheidend: positive Impulse aus Personal, Kundenservice, Offenheit im Vertrieb

## 4 Der Weg ist das Ziel



eigene Zweifel: „richtiger Zeitpunkt, richtiges Thema?“



Ausrichtung weg von der Vielfalt hin zur Sicherheit durch Rahmen für Nutzung sprachlicher Mittel



nüchterne Betrachtung eines gesellschaftlich „brennenden“ Themas



Dieser Weg hat entscheidend zur klaren und deutlich zurückgenommenen Struktur des Leitfadens beigetragen

Unser *fair*Sprechen:  
Kommunikation, die alle miteinbezieht!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

**WEMAG**

Obotritenring 40  
19053 Schwerin  
Tel.: 0385 . 755-0  
Fax: 0385 . 755-2222  
E-Mail: kontakt@wemag.com  
www.wemag.com

**WEMAG**

UNTERNEHMENSGRUPPE

-  [www.facebook.com/wemag](http://www.facebook.com/wemag)
-  [www.twitter.com/wemag\\_ag](http://www.twitter.com/wemag_ag)
-  [www.instagram.com/wemag\\_ag](http://www.instagram.com/wemag_ag)
-  [www.youtube.com/wemagtv](http://www.youtube.com/wemagtv)
-  [www.xing.com/companies/wemagag](http://www.xing.com/companies/wemagag)
-  [www.linkedin.com/company/wemag-ag/](http://www.linkedin.com/company/wemag-ag/)