

Weltweit ansprechend durch inklusive Sprache



Sie wollen zeitgemäß agieren und kommunizieren? Dann führt kein Weg an Strategien zur Inklusion vorbei. Denn Unternehmen, die keinen Menschen von ihrer Kommunikation ausschließen, werden positiv wahrgenommen. Da das Thema verhältnismäßig neu ist, sind viele Fragen noch nicht endgültig geklärt. Noch komplexer wird es, wenn Sie global inklusiv auftreten wollen. Hier erfahren Sie, wie Sie das erfolgreich schaffen!

So werden Sie global inklusiv mit Eurocom

Immer mehr Unternehmen bekennen sich zu Diversity und wollen dies auch in ihrem sprachlichen Auftritt zeigen.

Warum?

Weil inklusive Sprache sicherstellt, dass der Unternehmens-Content keinen Menschen im Publikum ausschließt. Sie zeigt, dass das Unternehmen offen für Vielfältigkeit und Unterschiedlichkeit ist.

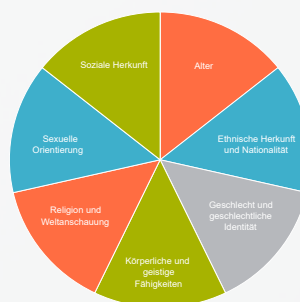
Das kann Einstellungssache sein. Oder der Überlegung geschuldet sein, dass die junge Generation – und somit zukünftige Mitarbeitende und Kund:innen – sich Diversity einfach erwartet. Mehr als die Hälfte der Generation Z, also der Jahrgänge zwischen 1997 und 2012, gibt an, dass sie sich nicht in einem Unternehmen bewerben würden, das sich nicht zu Diversity bekennt. Im Rahmen einer weiteren Studie sehen es immerhin bereits 47% positiv, wenn sich Marken aktiv für mehr Gleichberechtigung einsetzen.

Diversität bedeutet mehr als „nur“ richtig Gendern

Schreiben Sie „Liebe KundInnen“, „Liebe Kund*innen“ oder doch besser „Liebe Kundinnen und Kunden“? Binnen-I, Gendersternchen, Paarform, ... – wie geht das jetzt richtig? Im deutschsprachigen Raum wird die „Genderdebatte“ wohl am hitzigsten geführt. Daher sollten Sie für Ihre Kommunikation festlegen,

wie Sie mit diesem Thema umgehen und gleichzeitig bedenken, dass es bei Diversität um viel mehr geht.

In der Charta der Vielfalt (<https://www.charta-der-vielfalt.de/>) werden sieben Kerndimensionen von Vielfalt definiert:



Idealerweise decken Sie in Ihrer Kommunikationsstrategie all jene Diversity-Kerndimensionen ab, die für Ihr Zielpublikum relevant sind.

In der Leitsprache allein reicht nicht

Haben Sie die Strategien für Ihre Ausgangssprache festgelegt und vielleicht sogar bereits umgesetzt, ist schon viel geschafft! Aber wie funktioniert das Ganze in all den anderen Sprachen, Ländern und Kulturkreisen, in denen Sie mit Ihrem Unternehmen vertreten sind?



Wollen Sie Akzeptanz für das Thema „Inklusion und Sprache“ an anderen Standorten schaffen, können Sie keineswegs davon ausgehen, dass Ihre Strategien 1:1 in anderen Sprachen umgesetzt werden können. Sowohl Sprachen als auch Kulturen funktionieren unterschiedlich, und auch die öffentliche Debatte ist in unterschiedlichen Ländern verschieden „weit“.

Es gilt, Übersetzungsrichtlinien zu erstellen und natürlich auch Termbanken entsprechend anzupassen und zu aktualisieren. Das ist absolut notwendig, aber nicht immer einfach. Denn laut einer Umfrage von Common Sense Advisory unter freiberuflichen Linguist:innen gab ein hoher Prozentsatz (37%) an, dass dieses Thema ihre Arbeit bisher nicht beeinflusst hat. Jede 10. Person (11%) weiß nicht einmal, was inklusive Sprache bedeutet. Und weitere 11% stimmen mit den Änderungen durch inklusive Sprache gar nicht überein. Daher müssen Sie auch bei der Auswahl Ihrer Übersetzenden oder Ihres Übersetzungsbüros sicherstellen, dass das nötige Know-how vorhanden ist. Denn nur dann können Ihre Strategien so umgesetzt werden, wie Sie es wünschen.

Alles so kompliziert – soll ich es lieber bleiben lassen?

Die klare Antwort lautet nein! Unsere Fachleute sind nicht nur linguistisch bestens ausgebildet, sondern auch kulturell in all Ihren Unternehmenssprachen auf dem Laufenden. Nicht umsonst sind sie tagtäglich mit Linguist:innen auf der ganzen Welt in Kontakt und greifen auf ein bewährtes Netzwerk an Sprach- und Kulturprofis zurück.

Global Inclusive Language von Eurocom

Um Sie bestmöglich in Ihren Anforderungen zu unterstützen, haben wir für Sie „Global Inclusive Language“ entwickelt.

Dabei

- erarbeiten wir mit Ihnen Inklusions-Strategien für Ausgangs- und Zielsprachen,
- erstellen gemeinsam Argumentationsgrundlagen, um Ihre Teams nachhaltig von den Änderungen zu überzeugen, und
- empfehlen Tools, mit denen die Umsetzung auch sicher gelingt.

Zusätzlich stehen unsere weltweiten Übersetzungsprofis für Sie bereit, um Ihre Vorgaben elegant in den zielsprachlichen Texten umzusetzen.

Inklusive Sprache ist ein Marathon – und wir Ihre Coaches

Derzeit gibt es noch keine offiziell anerkannten Standards zur Erstellung und Übersetzung von inklusivem Content. Daher ist Ihre Arbeit an diesem auch nie getan – und wir mit unserer Expertise Ihre nachhaltige Begleitung.

Wir empfehlen Ihnen im Rahmen unserer Beratung die Publikationen und Initiativen, die es derzeit zu kennen gilt. Wir halten Sie auf dem Laufenden, was sich in „Ihren“ Fremdsprachen tut, und passen gemeinsam mit Ihnen die Strategie dann an, wenn es sinnvoll ist. Ihre Teams und Übersetzenden schulen wir in Workshops. Und wenn hin und wieder ein Ausgangstext einfach sprachlich nicht so funktioniert, wie Sie es wollen, stehen wir auch als kompetente Inclusive Content Creators zur Verfügung.

So sichern Sie sich mit Global Inclusive Language von Eurocom den erfolgreichen Zugang zu Ihren Heim- und Zielmärkten – und die Ruhe, sich auf Ihre Kerngeschäfte zu konzentrieren!

Wir beraten Sie gerne, wie Sie Ihre Internationalisierungsvorhaben mit diesen Abos optimal ergänzen können!

Wählen Sie eines oder mehrere unserer Abos:

- **INCLUSIVITY HEALTH CHECK**
Ermittlung des Status quo, Erarbeitung von Handlungsempfehlungen
- **LOCAL INCLUSIVITY**
Implementierung einer inklusiven Sprachstrategie in der Ausgangssprache des Unternehmens
- **INTERNATIONAL INCLUSIVITY**
Implementierung einer inklusiven Sprachstrategie in allen (oder ausgewählten) Zielsprachen des Unternehmens
- **GLOBAL BRAND VOICE**
Implementierung einer Global Brand Voice/ Kombination aus den Managed Services Terminologie, Global SEO und Global Inclusive Language

Machen Sie es also wie viele Unternehmen, die unsere Language Managed Services bereits für ihre Aufgabenstellungen nutzen. Denn die einzelnen Leistungspakete sind fein aufeinander abgestimmt und jederzeit skalierbar. Mit anderen Worten: Sie passen die Managed Services flexibel Ihren Anforderungen an. Mehr Information erhalten Sie ganz einfach via E-Mail an info@eurocom.at. oder auf www.eurocom.at.