



## Corporate Wording des BPW Germany

Stand: 17.02.2015

Dieses Dokument gibt eine Übersicht über die wichtigsten einheitlich zu verwendenden Formulierungen für die Außenkommunikation des BPW Germany. Den Clubs wird die Übernahme des Corporate Wording für ihre Pressearbeit ebenfalls empfohlen, um nach außen einen möglichst einheitlichen Auftritt auch in stilistischer Sicht zu erzielen.

### Verbandsname

#### **„Der BPW Germany ist...“**

Nicht: „BPW (Germany) ist...“

Der Verbandsname wird i.d.R. mit bestimmtem Artikel verwendet, wie dies auch bei Kürzeln anderer Institutionen und Vereinigungen üblich ist (z.B. die IHK, die FDP, der DF). Wenn der deutsche Verband des BPW gemeint ist, sollte die volle Bezeichnung einschließlich „Germany“ verwendet werden; zumindest muss die genaue Länderzuordnung aus dem Kontext klar werden, da der BPW Germany nicht für den BPW als solchen spricht. „Germany“ sollte nicht in Klammern gesetzt werden.

#### **„Business and Professional Women (BPW) Germany“**

Bei der ersten Verwendung im Text muss – einer journalistischen Regel folgend – das Kürzel „BPW“ erläutert werden. Dazu wird der volle Verbandsname genannt und in Klammern die Abkürzung eingeführt. Die Klammer steht dabei direkt hinter „Women“, da „BPW“ nicht als Abkürzung für „Business and Professional Women Germany“ steht, sondern für „Business and Professional Women“ allgemein.

#### **Verwendung des Zusatzes „e.V.“**

In journalistischen Texten sollte mit Kürzeln so sparsam wie möglich umgegangen werden. Der Zusatz „e.V.“ wird daher i.d.R. weggelassen, es sei denn, die Organisationsform „Verein“ spielt im Kontext eine Rolle oder der vollständige Name „Business and Professional Women (BPW) Germany e.V.“ soll aufgeführt werden.

#### **Clubnamen**

Entsprechendes gilt auch für die Clubnamen. Mögliche Schreibweisen:

„Der BPW Berlin“

„Der BPW Club Berlin“

„Der Business and Professional Women (BPW) Germany Club Berlin“

### Geeignete Synonyme für den Verbandsnamen

„Frauennetzwerk“

„Berufsnetzwerk für Frauen“

„Verband“

„Gemeinnütziger Verein“

#### **Als Adjektive bieten sich an**

- „berufsübergreifend“
- „branchenübergreifend“
- „unabhängig“
- „überparteilich“
- „bundesweit“ / „deutschlandweit“
- „überregional“
- „international“ / „international organisiert“
- „generationenübergreifend“

#### **Präsidentin**

Henrike von Platen  
Philipp-Franck-Weg 19  
14109 Berlin  
T (0174) 3 22 01 26  
hvp@bpw-germany.de

#### **Vizepräsidentin**

Rosemarie Steinhage, Wiesbaden  
r.steinhage@bpw-germany.de

#### **Vorstand**

Brigitte Lausch, Köln  
Martina Lenhardt, Mannh-Ldwghf  
Johanna Marius, München

#### **Schatzmeisterin**

Sigrid Beyer, Berlin

#### **Schriftführerin**

Sonja Still, München

#### **Bankverbindung**

Berliner Volksbank  
BIC: BEVODE33  
IBAN: DE4310090000 2323591000  
St-Nr. 27/657/53111

#### **Vereinsregister**

22VR2307 AG Wiesbaden



## Bezeichnungen für Mitglieder

- „(Die) Mitglieder...“
- „weibliche Mitglieder“
- „Die Business and Professional Women...“
- „(Die) BPW-Frauen...“
- „(Die) Clubfrauen...“
- „ Die jungen BPW-Frauen...“ (intern: Young BPW / Young-BPW-Mitglieder)

### **Nicht: „BPW sind...“**

Auch wenn diese Formulierung verbandsintern Usus und dem Englischen folgend auch korrekt ist, ist sie für die externe Kommunikation weniger gut geeignet, da Außenstehende das Kürzel „BPW“ eher als (abgekürzte) Verbandsbezeichnung wahrnehmen, denn als Bezeichnung für die Mitglieder eben dieses Verbands. Um Missverständnissen vorzubeugen, sollte daher das Kürzel ausschließlich für den Verband verwendet werden. Als Bezeichnung für die Mitglieder bietet sich alternativ die – auf Deutsch ergänzte und damit auch für Externe eindeutiger – Variante „BPW-Frauen“ oder die ausgeschriebene Form als „Business and Professional Women“ an, bei Texten mit Bezug auf die Mitglieder vor Ort in den regionalen Clubs ggf. auch die Bezeichnung „Clubfrauen“. Letzteres sollte jedoch eher sparsam verwendet werden, da im allgemeinen Sprachgebrauch die Formulierung „Clubmitglieder“ gebräuchlicher ist. Gleiches gilt für die Mitglieder des „Young BPW“.

### **Nicht: „Mitgliedsfrauen“**

Der Begriff sollte eher vermieden werden, da es sich um eine Wortzusammensetzung handelt, die eine Redundanz enthält, da sich sowohl der erste als auch der zweite Wortteil auf dasselbe Objekt (das Mitglied, die Frau) bezieht. Alternativ bieten sich die oben angegebenen Formulierungen an.

### **Nicht: „Mitgliederinnen“**

Diese Pluralbildung ist immer häufiger zu hören und zu lesen – aber grammatikalisch dennoch falsch. Im Singular heißt es „das Mitglied“. Die Form „der Mitglied“ gibt es nicht, folglich auch keine „Mitgliederin“ oder gar eine ganze Ansammlung von „Mitgliederinnen“. Der Plural lautet – auch für Frauenverbände – schlicht „Mitglieder“. Möchte man betonen, dass es sich bei den Mitgliedern ausschließlich um Frauen handelt, bietet sich die ergänzte Form „weibliche Mitglieder“ an.

### **Nicht: „Dame“**

In der verbandsinternen Kommunikation durchaus legitim als höfliche Anrede, sollte das Wort „Dame“ in der externen Kommunikation – auch in Zusammensetzungen wie „Vorstandsdamen“ oder „Clubdamen“ – vermieden werden. Die Bezeichnung wirkt antiquiert und transportiert ein sehr förmliches Bild, das eher einen Gegenpol bildet zum Image moderner „Business-Frauen“. Aus stilistischen Gründen ist der Begriff daher für journalistische Texte ungeeignet – es sei denn, das „Damenhafte“ soll explizit betont werden, beispielsweise bei einem Bericht über ein Galadiner.

### **Nicht: „Youngs“**

Für das Forum der BPW-Mitglieder bis 35 Jahre hat das Internationale Young BPW Committee sich auf den Namen „Young BPW“ als Marke festgelegt. Zum Beispiel: Young BPW ist ein integrierter Teil der Business and Professional Women (BPW). / Young-BPW-Mitglieder. Für die externe Kommunikation sollte der Begriff „Young BPW“ in einem Nebensatz erläutert werden. Als Synonym kann von den „jungen BPW-Frauen“ gesprochen werden.



## Fremdsprachliche Ausdrücke

Durch seine internationale Anbindung sind in der Verbandssprache des BPW Germany englische Begriffe sehr weit verbreitet, nicht zuletzt bei Informationen zum internationalen Verbandsgeschehen (z.B. „Coordinating Committee“, „Task Force“, „Federations“, „Presidents' Meeting“). In der Außenkommunikation sollten fremdsprachliche Ausdrücke jedoch mit Bedacht eingesetzt und nach Möglichkeit übersetzt werden.

Zum Beispiel: „Internationaler Kongress“ statt „International Congress“

### **Fremdsprachliche Ausdrücke sind dann sinnvoll, wenn**

- sich der BPW Germany auf Sachverhalte bezieht, für die sich in der öffentlichen Diskussion fremdsprachliche Fachausdrücke etabliert haben, wobei darauf geachtet werden sollte, dass bei der ersten Verwendung zusätzlich eine Erläuterung oder Übersetzung angeboten wird.  
Zum Beispiel: „Diversity“, „Corporate Social Responsibility/CSR“, „Open Space“
- der Text für eine Zielgruppe oder ein Medium gedacht ist, für die bzw. in dem die Verwendung beispielsweise englischer Management-Begriffe üblich ist.  
Zum Beispiel: „Corporate Wording“ in einem Text für Presseverantwortliche
- es sich um einen feststehenden Begriff / Namen oder um ein Motto handelt, für das es verbandsseitig keine offizielle Übersetzung gibt. Allerdings ist hier eine zusätzliche Erläuterung oder Übersetzung im Text unbedingt angezeigt.

Zum Beispiel: „Young BPW“, „New Dimensions of Leadership“

## Weibliche Substantive

Da bei Texten zum BPW Germany häufig Frauen die handelnden Personen sind, sollte auch die weibliche Bezeichnung selbstverständlich sein, wenn von Frauen die Rede ist.

Zum Beispiel: „Teilnehmerinnen“, „Mentorin“, „Betriebswirtin“

Sind explizit Frauen und Männer gemeint, sollten beide Formen verwendet oder auf andere Weise deutlich gemacht werden, dass beide Geschlechter angesprochen sind.

Zum Beispiel: „Teilnehmerinnen und Teilnehmer“ oder „die – weiblichen wie männlichen - Teilnehmer“

### **Nicht: „TeilnehmerInnen“**

Auf das große Mittel-„I“ sollte bei Texten für die Außenkommunikation verzichtet werden, es sei denn, der Text soll in einem Medium erscheinen, in dem diese Form üblich ist. In der Regel ist diese Form jedoch in journalistischen Texten aus Gründen des Leseflusses sowie der „Unhörbarkeit“ des großen „I“ bei gesprochenen Texten nicht gebräuchlich. Alternativ bieten sich die oben genannten Formulierungen an. Bei Verwendung allein der weiblichen Form stellvertretend für beide Geschlechter muss hingegen mit Missverständnissen gerechnet werden.