

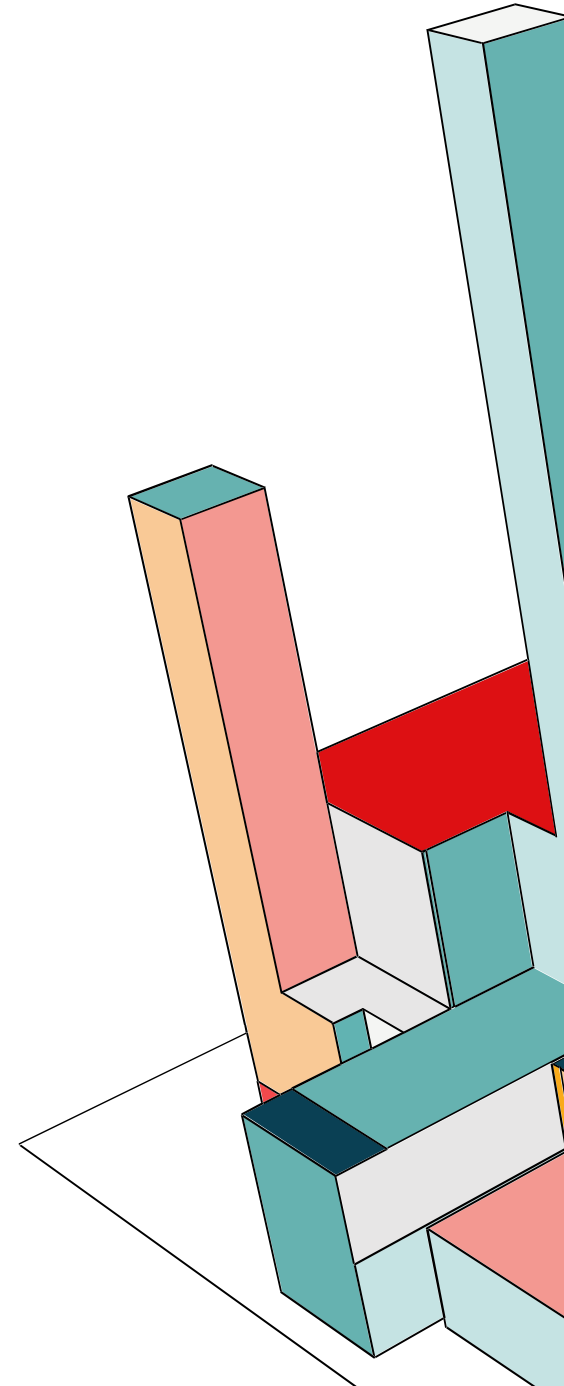
INFORMATSCHOONS- UN
UTTUUSCHVERANSTALTEN

„PLATTDÜÜTSCH IN UNS REGION SICHTBOR MAKEN“

17. NOVEMBER IM KRAPP-HAUS,
CLOPPENBURGER HEIMATVEREIN

AGENDA

- Prestige des Plattdeutschen
- Methoden der Sichtbarkeit
- Konkrete Beispiele
- Diskussion



SICHTBARKEIT ALS PRESTIGE-ERHÖHER

Plattdeutsch ist auf andere
angewiesen



A photograph showing a group of people from behind, walking into a store. The store has a brick facade and a sign that says 'STORE'. The interior is brightly lit with warm lights, and the people are dressed in winter clothing like jackets and hats. The scene is viewed from a low angle, looking into the store's entrance.

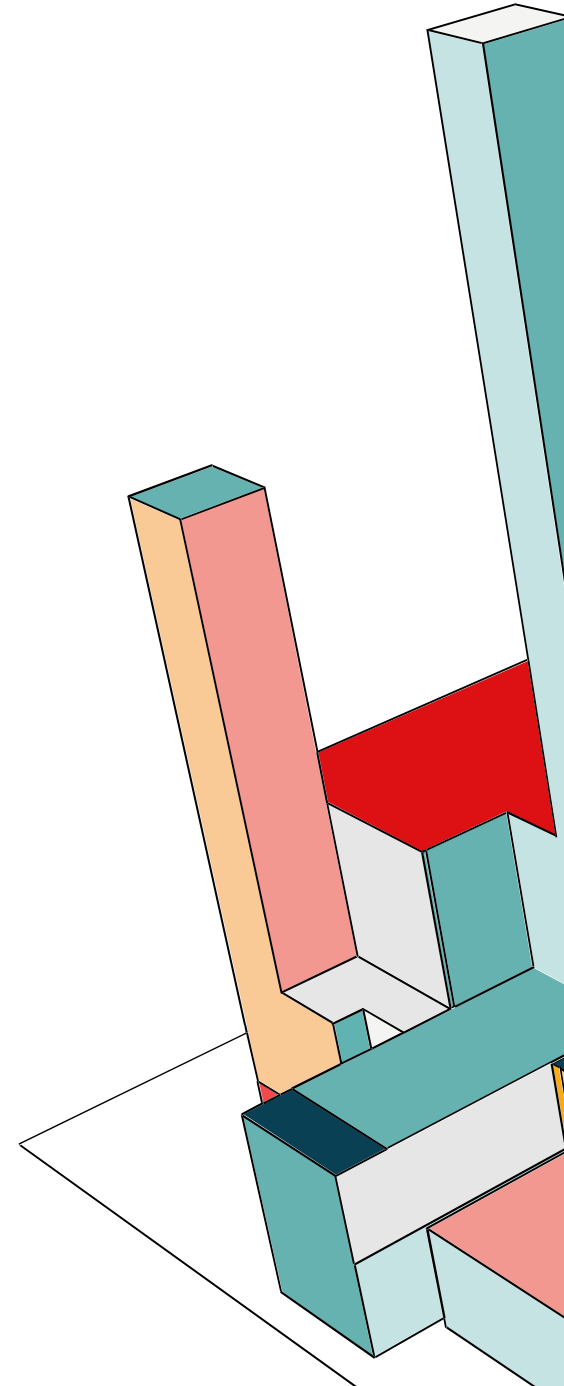
STORE

PLATTDEUTSCH ALS PULL-FAKTOR

Unternehmen profitieren vom
Prestige des Plattdeutschen

PRESTIGE DES PLATTDEUTSCHEN

- Plattdeutsch hat mittlerweile ein gewisses Prestige erreicht, das denen, die sich dessen bedienen, hilft und nicht mehr schadet.
 - regional prägend.
 - identitätsstiftend.
 - Emotionen hervorrufend.
 - niedlich.
 - verspielt.
 - sympathisch.
 - nostalgisch.



PRESTIGE DES PLATTDEUTSCHEN

- Plattdeutsch hat mittlerweile ein gewisses Prestige erreicht, das denen, die sich dessen bedienen, hilft und nicht mehr schadet.

regional prägend.

identitätsstiftend.

Emotionen hervorrufend.

niedlich.

verspielt.

sympathisch.

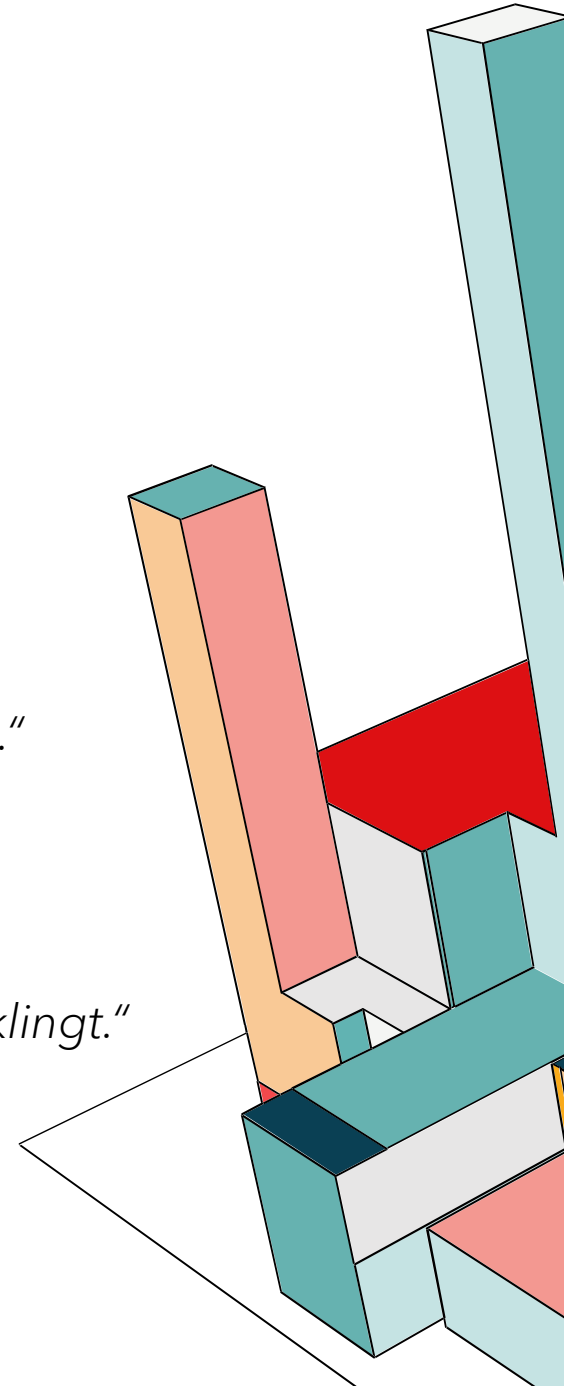
nostalgisch.

Auf der einen Seite:

*„Wenn ich Plattdeutsch höre,
muss ich immer an meine Oma denken.“*

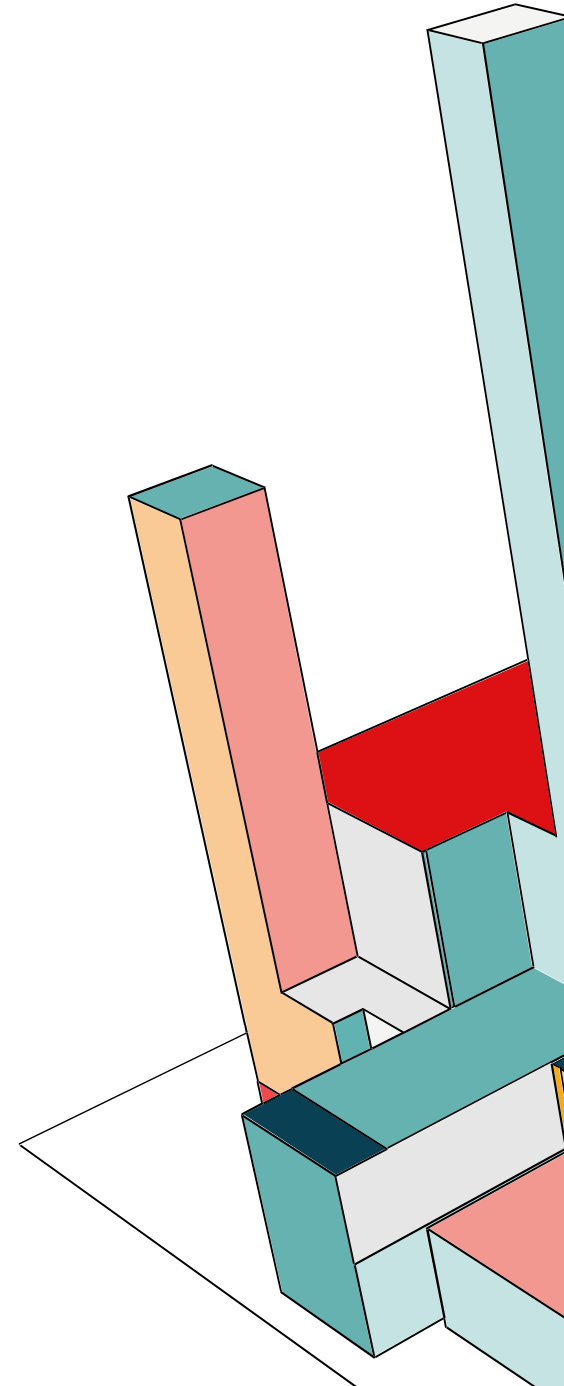
Aber auch:

*„Auf Platt kann man einem gar nicht
böse sein, weil alles immer so niedlich klingt.“*



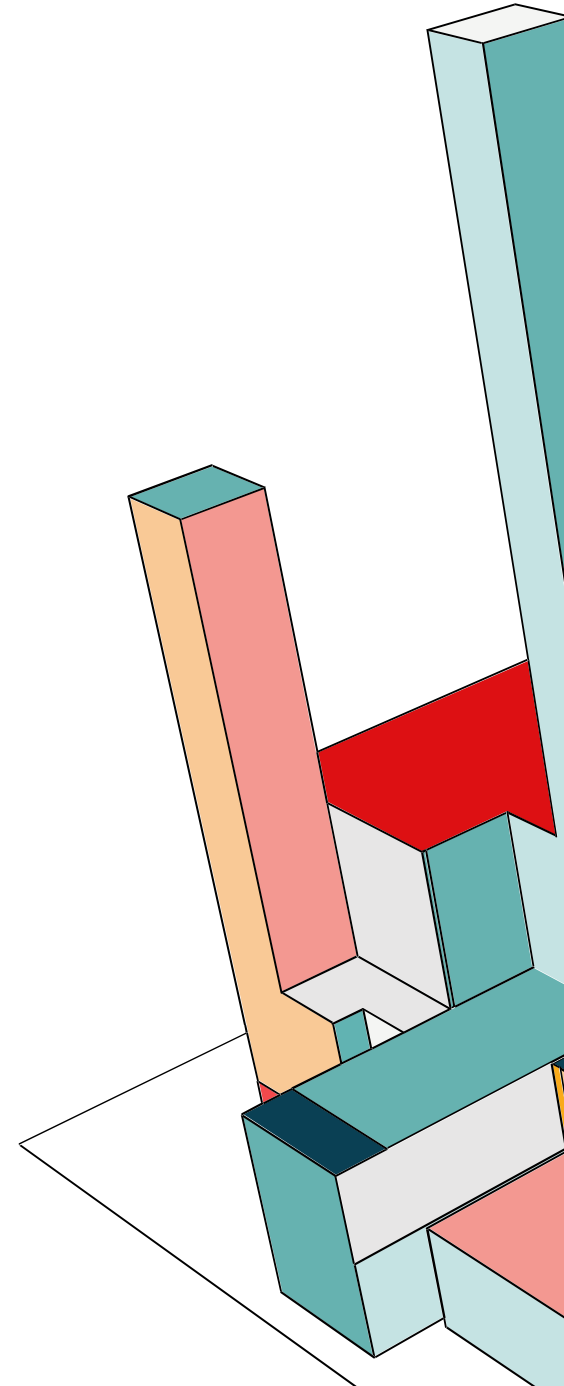
PRESTIGE DES PLATTDEUTSCHEN

- Problem #1: Das Prestige von Plattdeutsch hat sich nicht vom Kern der *Niedlichkeit/Putzigkeit* als etwas Humoristisches emanzipiert.
 - Lösung: Mehr Normalität für den Gebrauch schaffen, das geht im ersten Schritt am einfachsten über Sichtbarkeit.



PRESTIGE DES PLATTDEUTSCHEN

- Problem #1: Das Prestige von Plattdeutsch hat sich nicht vom Kern der *Niedlichkeit/Putzigkeit* als etwas Humoristisches emanzipiert.
 - Lösung: Mehr Normalität für den Gebrauch schaffen, das geht im ersten Schritt am einfachsten über Sichtbarkeit.
- Problem #2: Auch wenn die Sprache im Oldenburger Münsterland im Alltag noch gesprochen wird, ist sie im öffentlichen Raum (v. a. geschrieben) kaum sichtbar. Das Prestige bleibt auf einem niedrigen Stand, da es auch von den Sprechenden wenig eingefordert wird.
 - Lösung: Öffentliche Räume zurückerobern, das geht am einfachsten über Sichtbarkeit.



PRESTIGE DES PLATTDEUTSCHEN

- Daher: **Sichtbarkeit** ist unser Kernanliegen.
- Zwei Arten von Umsetzungschanäle:

interaktiv

vs.

wahrnehmend

kommunikativ

passiv

Sprache als Kommunikation

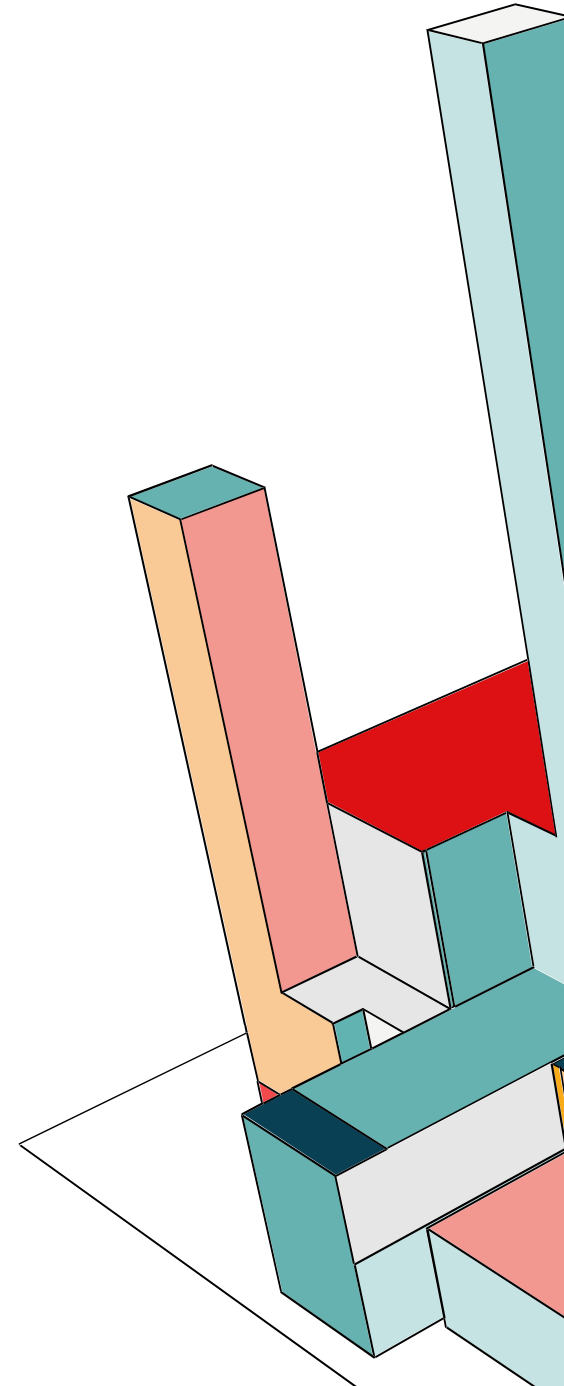
Sprache als Symbol

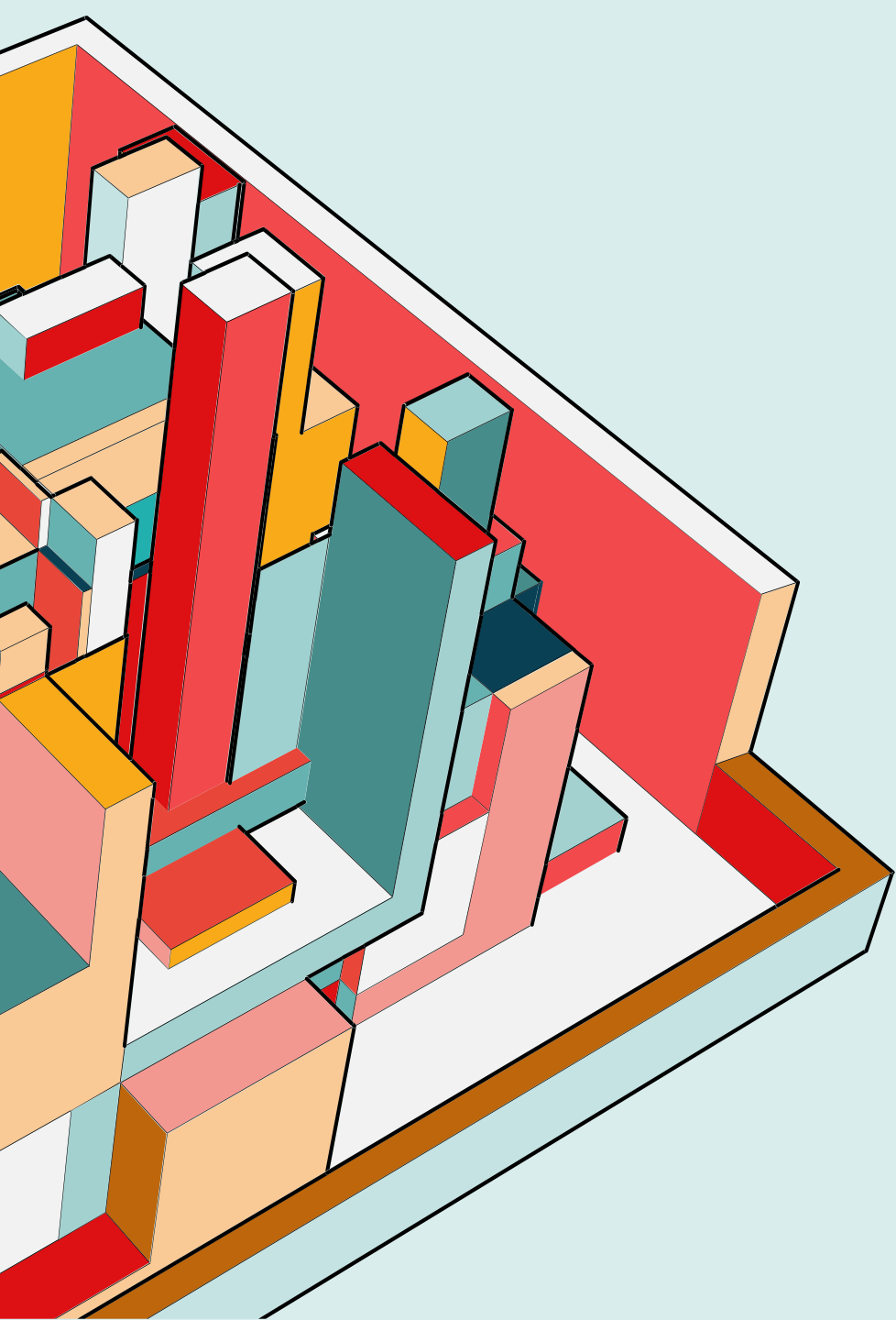
Platt als Medium

Platt als Schmuck(sprache)

→ auf Platt sprechen

→ Platt hör- und sichtbar machen





UMSETZUNG FÜR MEHR SICHTBARKEIT

Methoden und Möglichkeiten

KOMMUNIKATIONSMITTEL

- Erste Art der Umsetzung: Plattdeutsch als Kommunikationsmittel bewerben
- Aktive und/oder passive Kompetenzen eines Betriebs für Kund:innen kennzeichnen
- Lädt Leute ein, einen Sprachraum zurückzuerobern (z. B. im öffentlichen Raum einkaufen) und schafft sofort starke Verbundenheit zum Dienstleister



„WI SNACKT PLATTDÜÜTSCH“





WAHRNEHMBARES PLATT

- Zweite Methode: Durch Symbolcharakter Platt sichtbarer machen
- Im Habitat und der Umgebung von Dienstleistern, Produzenten, Gastro etc. gibt es viele Stellen, an denen Sprache genutzt wird - bisher ist das Deutsch.
- Mit Schildern, Flyern, Kleidung, Aufklebern, Werbung und Merchandise etc. gibt es viele Anwendungsfelder, die Unternehmen nutzen können zur Platzierung von Platt.
- „Tokenisierung“ von Dingen mit Platt darauf sehr beliebt; Menschen sammeln oder geben Dinge mit Plattdeutsch darauf gerne weiter und somit auch die Firmenwerbung
- Macht die Sprache **sichtbar** < = > **Positive Assoziation** zum Platt wird mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht

FIKTIVE MODELLUNTERNEHMEN FÜR EXEMPLARISCHE WERBEAKTIONEN AUF PLATT



Regionaler
Supermarkt



Bäcker mit
Cafébetrieb



Tourismusbüro



Kneipe



KLEINE DINGE. GROÏSE FREUDE.

Geschenkeladen
(Handwerk)



Restaurant mit
gutbürgerlicher Küche



Café



Kaffeerösterei



Fischgeschäft



Obsthof
mit Hofladen

IDEEN FÜR SICHTBARES PLATT IN:

DER GASTRO

Goden Aftiet

Guten Appetit



Dat seggt een bi't Eten

Das sagt man beim Essen

Goden Aftiet *Guten Appetit*

Ik heff Smacht *Ich habe Hunger*

Ik heff Döst *Ich habe Durst*

Ik harr gern ... *Ich hätte bitte ...*

Ik schall gern wat bestellen.

Ich würde gerne etwas bestellen.

Ik schall noch en Beer hebben.

Ich hätte gerne noch ein Bier.

Mag ik de Reken hebben?

Kann ich bitte die Rechnung bekommen?

Een Beer vun't Fass

ein Bier vom Fass

Dat Eten weer smacklich.

Es hat alles gut geschmeckt.

Ik lehr Platt

Ich lerne Plattdeutsch

Jo *Ja*

Nee *Nein*

Moin *Hallo*

Goden Dag *Guten Tag*

Dank di *Danke*

Bidde *Bitte*

Dor nich för *Kein Problem*

Wo geiht di dat? *Wie geht es dir?*

Op weddersehn *Auf wiedersehen*

SERVIETTEN & BIERDECKEL



KLEIDUNG / CORPORATE DESIGN



Obsthof mit Hofladen

Arbeitskleidung der Mitarbeitenden

- > Für Kundenkontakt
- > Visuelle Begegnung des Niederdeutschen
 - > Thematische Wortklärung („Appelpuler“ als ostfälisches Wort für das Kerngehäuse)
- > Plattdeutsches Attribut des eigenen Unternehmens „frisch“ + „ut de Region“
- > Bleibt verständlich für Nichtsprechende



KLEIDUNG / CORPORATE DESIGN



Gutbürgerliches Restaurant

Arbeitskleidung der
Mitarbeitenden

- > Für Kundenkontakt
- > Visuelle Begegnung des Niederdeutschen
- > Plattdeutsches Attribut für „traditionell“
- > Verbunden mit Qualität und leckerem Essen

Weitere Idee:
„Op is satt.“



KLEIDUNG / CORPORATE DESIGN

Arbeitskleidung der Mitarbeitenden

Café



„Jümmers frisch bröht.
Fründlich serveert.“

Restaurant



För een, de nich aftöven kann
(un kickt fröhtiedig in'n Pott)



BEUTEL / FIRMENBRANDING AUF UTENSIL

Für die meisten Unternehmen

Kostenloses Mitnehmsel

- > Bindet Kunden (da gratis)
- > Stete Werbung überall für das Unternehmen
 - > Doppelte Agenda:

Werbung + Plattassoziation geben dem Beutel einen besonderen Mehrwert (für „Tokenliebhaber“)

- > Spruch zum regionalen Kaufen und Plattdeutsch vertragen sich gut
+

Regionalität ist im Trend bei den Menschen

„Ut de Region –
rin in mien Büdel.“

„Koop dor, wo du
wegkümmst!“

„Ik dreeg, wat ut
de Region kümmt.“



AUFKLEBER / MITNEHMSEL ODER IN GEBRAUCH

Überall umsetzbar

Kostenloses Mitnehmsel
oder in Gebrauch im Laden

- > Können einen Spruch tragen, den man Kunden mitgibt
(diese können ihn selbst irgendwo aufkleben)
- Kunden können diesen auch mit Freunden austauschen
→ Eine dezente Logoplatzierung lohnt sich daher.
 - > Können im Laden selbst genutzt werden,
um Waren zu kennzeichnen:
 - > **Geschenkeladen, Tourismusbüro, etc.**
sülvstmaakt, nimm mi mit nahuus, Ik söök en Tohuus
 - > **Supermarkt, Fischgeschäft, etc.**
Frisch ut de Region, Ik kaam vun hier, Frisch & ut de Region.
- > Zum Beispiel auf einem Produkt selbst oder an der Theke
 - > Wird von Nicht-Sprechern meist gut verstanden.



TASSEN

Bäcker oder Café

Kostenloses Mitnehmssel
oder in Gebrauch

- > Tassen in einem Café können selbst gestaltet sein für den Vor-Ort-Verzehr
Firmenlogo + plattdeutscher Spruch
- > „Dat Beste an’n Morgen is de Tass Kaffe bi *Café Landlust*.“
 - > „Jümmers frisch bröht. Fründlich serveert.“

Tourismus-Büro

- > Tassen als Geschenk und Souvenir zu kaufen und geschenkt
 - > „Ik smeck na Landluft un Fröhschicht.“
 - > „Ik bün mehr Dörp as Latte.“
 - Regionaler Bezug, Erhebung des Prestiges der Region
- Als Mitbringsel im Tourismus-Büro (oder auch andere Stellen)



SCHILDER IM AUßEN- UND INNENBEREICH

Kompetenz-Schilder

- + Kann Sprachkompetenz anzeigen
- + Kann Interesse bei allen wecken und somit anlocken
- + Sollten am besten an ein Branding der Region angepasst werden

Weisen Sprachkompetenz aus, um Menschen die Möglichkeit zu geben, einen Sprachraum wahrzunehmen

- > „Wi snackt ok Platt.“
- > „Wi köönt ok Platt proaten.“
- > „Mit uns ok geern op Platt.“

Schafft ein wohliges und sicheres Gefühl und ist für viele DAS Alleinstellungsmerkmal ihres Betriebs gegenüber anderen Läden

Zusatz-Gimmick:
„Rabattaktion: Wenn Se op Platt bestellt,
kriegt Se dree to'n Pries för twee.“

(Lohnt sich, wenn es diese Aktion ohnehin geben sollte)



SCHILDER IM AUßEN- UND INNENBEREICH

Schilder auf Platt

- > Kann zum Besuch einladen oder einen Schmunzler mitgeben
- > Desto kreativer, umso eher wird es unter Bekannten weitererzählt und lockt an („Hast du schon das Schild bei Meiers gesehen? Müttst mal kieken gahn!“)
- > „Kiek mal wedder in.“ (*Dauerbrenner*)
- > „Kumm rin, hier giff't wat to kieken.“
 - > „Schöön, dat Se hier sünd.“
 - > “Gah man - aver vertell de annern, wo schön't hier weer.“
 - > „Velen Dank för't Rinstövern.“



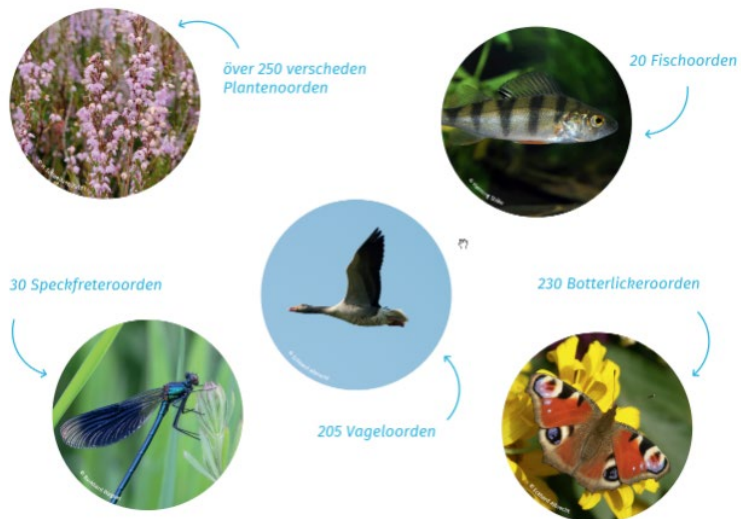
BEISPIEL EINER KOLLABORATION MIT UNS

THÜLSFELDER TALSPERRE

THÜLSFELLER DAALSPARR

Naturruum Thülsfeller Daalsparr

De Thülsfeller Daalsparr is en eenzigoordig Naturrefugium. Dat langjohrige Beweertschoppen mit wesseln Waterstänn hett de Dieg vun anpasste Biotopen un Levensrüm föddert. An de 12 km lange Waterkant gifft dat vele verscheden Lüttlevensrüm (t. B. Sump- un Reetzonen) mit hogen Oordenriekdom.



Al 1938 hebbt se en Naturschulrebeet utwiest mit en aktuelle Gröttde vun 503 ha. Siet 2000 is dat en Rebeet na de europäasche "Fauna-Flora-Habitat-Richtlien" (FFH-Rebeet). De westen Deel vun de Thülsfeller Daalsparr is dör en groot Heidflach präägt. De Beweiden vun düsse histoorsche Kulturlandschop maakt se mit Heidsnucken. De Blöhtiet vun de Heid is in'n Laatsommer.

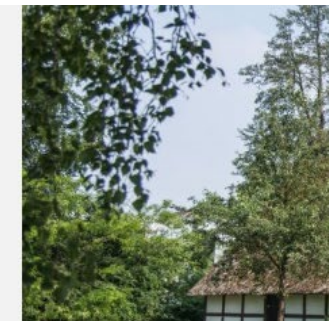
ERHOLUNGSGEBIET

THÜLSFELDER TALSPERRE

Natur aktiv beleven

Beleevnissen

Wat nu sportlich aktiv, kulturell intresseert oder naturbegeistert – grote un lütte Gäst föhlt sik bi uns liekerwies woll. In de Speelparadiesen un op de Spielplätz hebbt de Lütten so richtig Pläseer. Uns Lehr- un Beleevnispadden sünd spannen Telen för en Utfloog. Oder lever en Reis in de verleden Tiet? Denn besökt Se een vun de Museen, so as dat Museumsdörp Cloppenburg.



Smuckstück in't Hart vun Neddersassen

De herrliche Seenlandschop, een vun de gröttsten Daalsparren vun Neddersassen, beindruckt nich blots Gäst man ok Lüüd, de vun hier kaamt, jümmers wedder opnee. Man een kann ok wunnerbor in den Flair vun de Städer un Gemeenden ümto rindükern.



BAUTZEN – BEST PRACTICE

- Wir waren auf einem Vernetzungstreffen in Bautzen mit jungen Angehörigen der autochthonen Minderheiten und der niederdeutschen Sprechergruppe – Treffen mit Oberbürgermeister Karsten Vogt:
- Bautzen hat einen sorbischen Beirat; erster Paragraph der Stadtordnung betont das Miteinander mit den Sorben
- Sachsen gibt 400.000 € für sorbische Projekte in den Kommunen und Städten
- Bautzen arbeitet mit lokalen Händlern zusammen. Diese bekommen Zuschuss (für Schild + Übersetzung), wenn sie Sorbisch im Geschäft sichtbar machen wollen.
- Hierdurch wird sichergestellt, dass Übersetzung und Gestaltung der Schilder einheitlich sind
- Die Notwendigkeit und der Einsatzort wird in den Stadträten ausdiskutiert
- Die Stadt selbst gibt ebenfalls Gelder für die Sichtbarkeit im Stadtbild aus

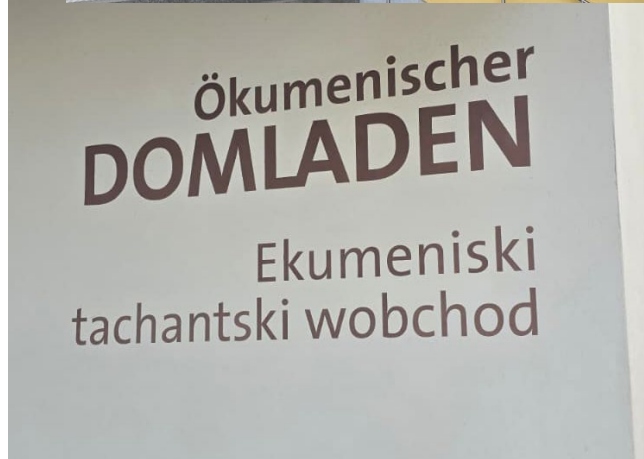
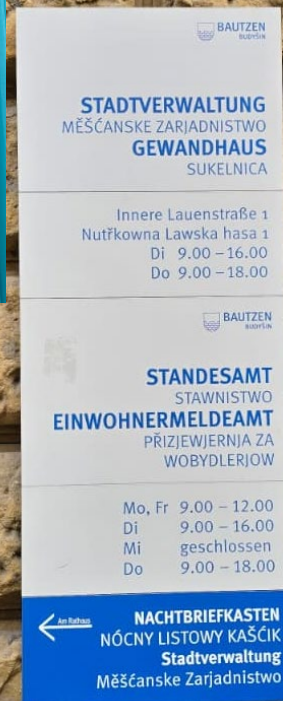
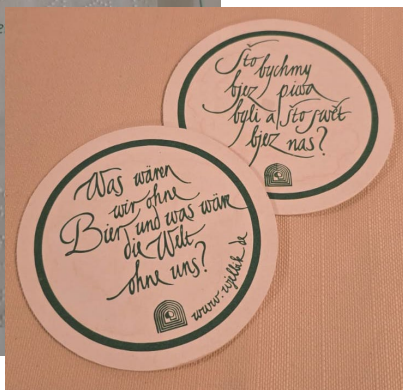
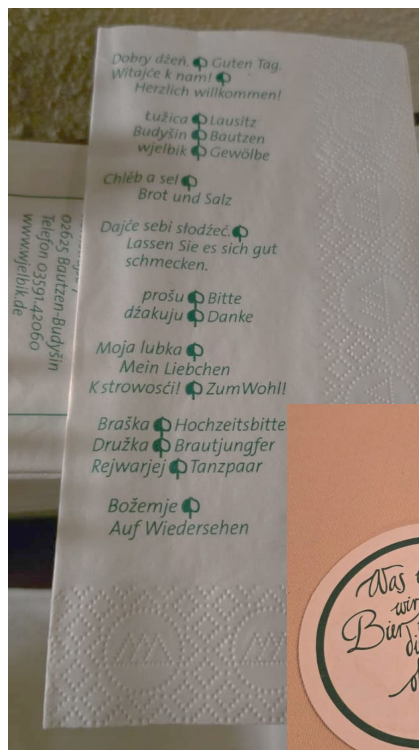
I. Allgemeines

§ 1

Besonderheit der Stadt

In der Stadt Bautzen leben seit Jahrhunderten Deutsche und Sorben miteinander. Alle Handlungen der Organe der Stadt Bautzen sind diesem Miteinander verpflichtet.

BAUTZEN – BEST PRACTICE



SINGAPUR – EVEN BETTER BEST PRACTICE

Englisch, Chinesisch, Malaiisch, Tamil



AUSZEICHNUNG – YA D'AR BREZHONEG

- In der Bretagne: Zertifizierung und Auszeichnung durch ein Stufenmodell „Ya d'ar Brezhoneg“ – „Ja zu Bretonisch“
- Sensibilisierung für das Bretonische
- Öffentliche und private Einrichtungen/Betriebe können je nach Menge der umgesetzten Maßnahmen (vor allem Sichtbarkeit) eine Auszeichnung erhalten
- Eingeteilt nach „Sprache zeigen“, „... verbreiten“, „... anwenden“ kann z. B. eine Menge X an erfüllten Maßnahmen zur Auszeichnung zur Stufe X führen.
- Basierend auf „Bai Euskarari“ (Ja zum Baskischen), deren Kampagne über 50 Unternehmen umspannt, die seit 2007 über einen eigenen Verein die Zertifikate verwalten
- Anwendung auf das Plattdeutsche bedarf eigene Schwerpunktsetzungen von Maßnahmen; ein ähnliches Zertifikatsprojekt soll 2026 anlaufen.

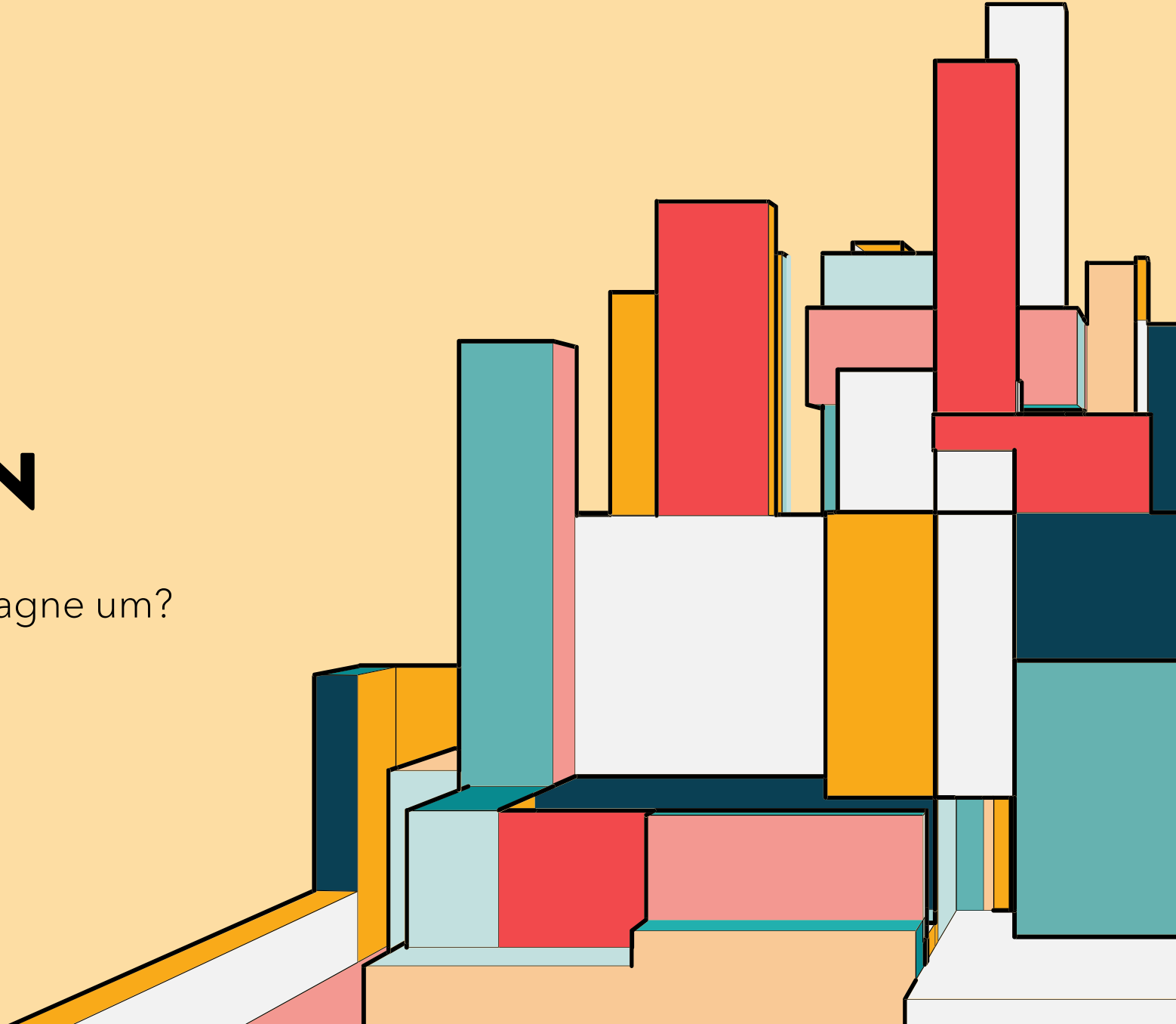


AUSZEICHNUNG – YA D'AR BREZHONEG

| Umsetzende Maßnahmen zur Förderung des Bretonischen | Schwerpunkte der Förderung | | |
|---|----------------------------|------------|----------|
| | Zeigen | Verbreiten | Anwenden |
| 1. Aufstellen von zweisprachigen Ortsschildern an den Ein- und Ausgängen mit gleicher Schriftart und -größe | ✓ | | |
| 2. Zweisprachige Einladungen zu kulturellen Veranstaltungen der Kommune | ✓ | | |
| 3. Zweisprachiger Anrufbeantworter der Kommune (inkl. zweisprachige Wartemeldung) | | | ✓ |
| 4. Einrichtung einer zweisprachigen Website für die Kommune | ✓ | | |
| 5. Verwendung zweisprachiger Visitenkarten bzw. digitaler Signatur für gewählte Vertreter:innen der Kommune (auch politische Vertretung) | ✓ | | |
| 6. Verwendung eines zweisprachigen Briefkopfs | ✓ | | |
| 7. Flächendeckende Anbringung von zweisprachigen Straßenschildern | ✓ | | |
| 8. Verwendung eines zweisprachigen Stadtlogos | ✓ | | |
| 9. Zweisprachiger Leitartikel im Magazin der Kommune | ✓ | | |
| 10. Zweisprachige Einladungen zu den von der Kommune organisierten Veranstaltungen (nicht begrenzt auf kulturelle Veranstaltungen) | ✓ | | |
| 11. Aufstellen zweisprachiger Beschilderung am und im Rathaus | ✓ | | |
| 12. Aufstellen zweisprachiger Beschilderung an den weiteren kommunalen Gebäuden | ✓ | | |
| 13. Zweisprachige Inwertsetzung des örtlichen Kulturerbes (touristische Schilder, Broschüren, Stadtführungen, Information-QR-Codes, etc.) | ✓ | | |
| 14. Aufstellen zweisprachiger Verkehrsschilder auf dem Gebiet der Gemeinde | ✓ | | |
| 15. Beteiligung der Kommune an der Kampagne des OPAB für die Förderung von Bretonischkursen für Erwachsene | | ✓ | |
| 16. Förderung der Charta Ya d'ar Brezhoneg durch die Stadtverwaltung bei örtlichen Unternehmen, Geschäften und Vereinen | ✓ | | |
| 17. Zweisprachige Beschriftung von Geräten und Fahrzeugen der Kommune | | | ✓ |
| 18. Zweisprachige Formulare für die wichtigsten Urkunden (Hochzeiten, Geburten, Todesfälle usw.) | | | ✓ |
| 19. Möglichkeit einer zweisprachigen Hochzeitszeremonie bzw. öffentlichen Ankündigung davon durch die Kommune | | | ✓ |
| 20. Prüfung der Richtigkeit der bretonischen Ortsnamen auf Schildern und im Kataster | ✓ | | |
| 21. Durchführung einer Umfrage über die Bretonischkenntnisse des Personals der Kommune | | | ✓ |
| 22. Einrichtung und Durchführung eines Berufsbildungsplans zum Erlernen der bretonischen Sprache für Kommunenmitarbeiter:innen | | | ✓ |
| 23. Klarer Hinweis darauf, dass eine Begrüßung in den kommunalen Einrichtungen auf Bretonisch möglich ist (cf. Normand, 2017) | | | ✓ |
| 24. Durchführung einer Umfrage durch die Kommune zur Nachfrage nach zweisprachigem Unterricht bei Eltern schulpflichtiger Kinder | | ✓ | |
| 25. Entwicklung, Erweiterung und Förderung des zweisprachigen Unterrichts in der Kommune | | ✓ | |
| 26. Finanzhilfen für Geschäfte, die sich für eine zweisprachige Ladenfront entscheiden | ✓ | | |
| 27. Systematische Zweisprachigkeit für neue Beschilderungen und Informationsmaterialien | ✓ | | |
| 28. Unterzeichnung eines Auftragsvertrags mit dem OPAB, damit die Förderung des Bretonischen langfristig betreut wird | ✓ | | |
| 29. Aufbau eines Bestandes von bretonischen Werken in der kommunalen Bibliothek, der regelmäßig mit neuen Veröffentlichungen erweitert wird | | | ✓ |
| 30. Jährliches Programm von Aufführungen in bretonischer Sprache im Kulturzentrum der Kommune | | | ✓ |
| 31. Verwendung des Bretonischen auf elektronischen Informationstafeln | ✓ | | |
| 32. Aufstellen zweisprachiger Straßenschilder bei der Erneuerung der Schilder oder Schaffung von Straßen | ✓ | | |

ABLAUF UND ORGANISATION

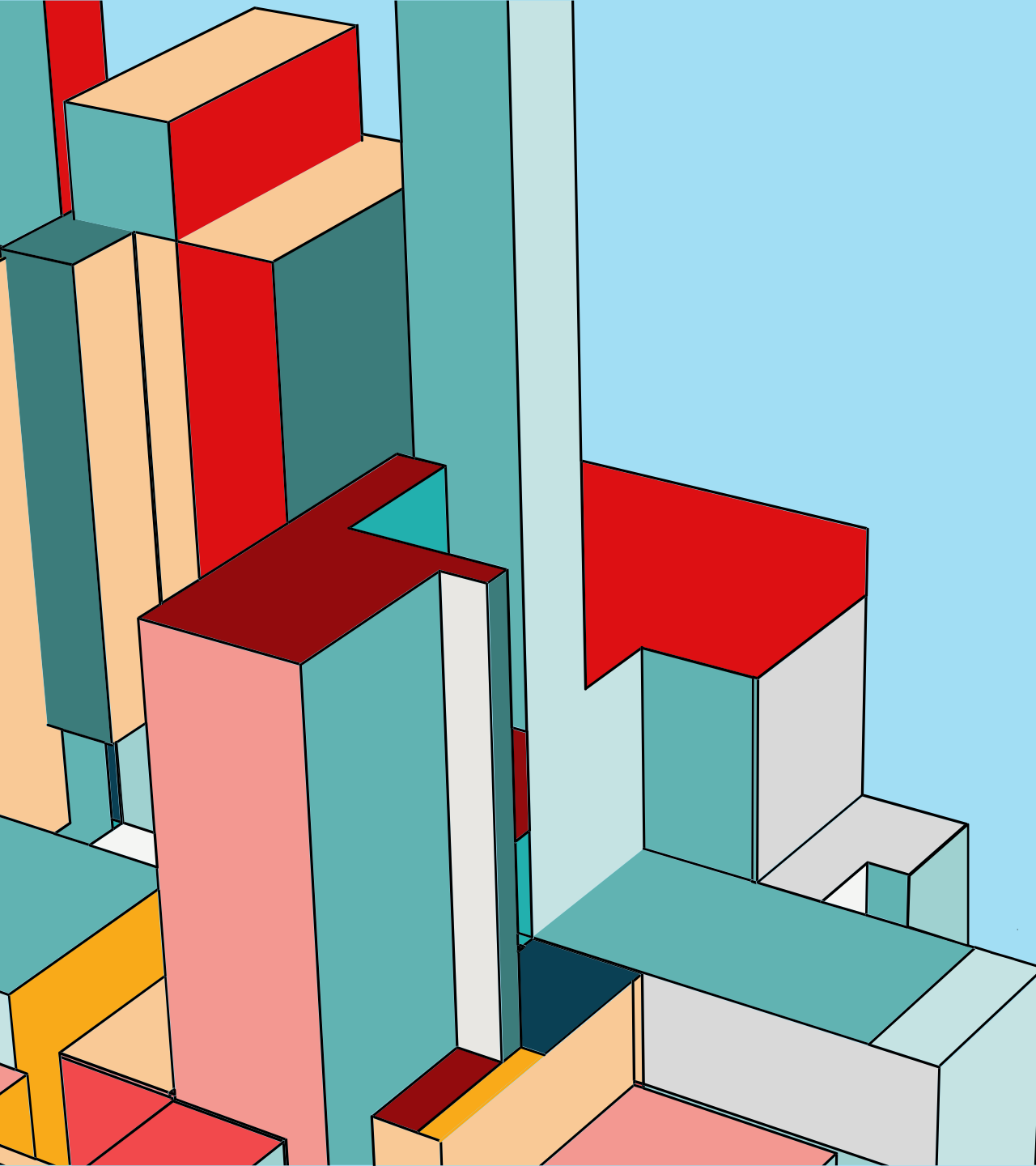
Wie setzt man eine solche Kampagne um?



ORGANISATION UND UMSETZUNG

- Die Kosten für solche Materialien sind überschaubar und geringer als man denken würde.
- Gerade die Sprache soll kein Problem darstellen: Das *Niederdeutschsekretariat* und der *HEIMATverein Cloppenburg* helfen gerne bei Übersetzungen.
- Auch individuelle Unsicherheiten im Design oder Umsetzung können gern abgesprochen werden.
- Wir wollen ein Netzwerk von Akteuren aufbauen, sodass sich ein synergetischer Effekt ergibt und der Einsatz der Sprache als Kennzeichen der Region entsteht.





DISKUSSION
DISKUSCHOON