



Die Markensprache der Bayerischen

Die Markensprache der Bayerischen

Inhalt

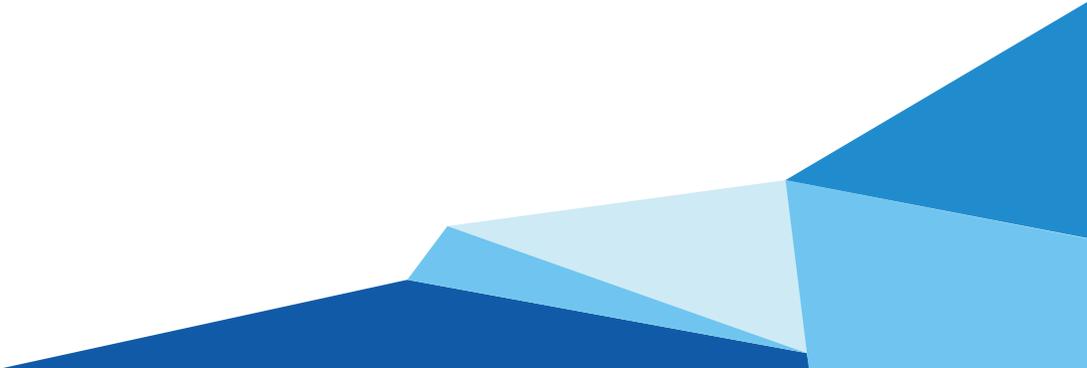
1. Einleitung
2. Das Reinheitsgebot der Bayerischen, unsere Markenwerte und unsere Sprache
 -  2.1. Persönlich
 -  2.2. Verlässlich
 -  2.3. Vorausschauend
3. Genderfreundliche Sprache
4. Vorher – Nachher: Auszüge aus Anschreiben
5. Spezielle Schreibweisen

1. Einleitung

Wie wir kommunizieren, spiegelt unsere Haltung und Persönlichkeit wider. Genauso ist das bei Marken. Was und wie wir mit unseren Kunden, Partnern, der Öffentlichkeit und miteinander sprechen, zeigt, wer wir sind. Besonders für Versicherungen wird eine einheitlich geregelte Sprache, eine „Markensprache“, immer wichtiger, weil unsere Produkte und Dienstleistungen nicht physisch greifbar sind. Sprache ist zusammen mit dem Corporate Design einer der wichtigsten Träger für unsere Marke – vom Anschreiben bis zur Website.

Die vorliegende Version stellt eine erste verbindliche Guideline dar. Wir möchten sie kontinuierlich mit Ihrer Mithilfe weiterentwickeln: Daher sind Ihre Anregungen und Vorschläge zu diesem Thema sehr willkommen. Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen unsere Lösungen und Werte besser und klarer zu kommunizieren.

Ihre Bayerische



2. Das „Reinheitsgebot“ der Bayerischen, unsere Markenwerte und unsere Sprache

Unser Markenclaim „Versichert nach dem Reinheitsgebot“ ist ein Versprechen: Das Reinheitsgebot ist eines der ältesten „Verbraucherschutzgesetze“ der Welt. Es garantiert die Sicherheit, dass für ein Qualitätsprodukt nur fest definierte Inhalte verwendet werden.

Diese Sicherheit geben wir durch unsere Inhalte und Lösungen - und ebenso durch unsere Kommunikation. Die Sprache der Bayerischen vermittelt Vertrauen, Transparenz und Wertschätzung: an allen Punkten, an denen Menschen mit unserer Marke in Berührung kommen, von der Beratung über Versicherungsprodukte bis hin zum Service.



Persönlich



Verlässlich



Vorausschauend

Unsere Markenwerte hängen eng mit dem Reinheitsgebot zusammen und wirken sich ebenso auf unsere Kommunikation aus. In der Art des Sprechens und Schreibens schwingen immer unsere Werte mit. Dennoch kann man Sprache nicht zu 100% mechanisch konstruieren. Wichtig ist ein sprachlicher Gesamtstil, der uns in unserer Kommunikation immer persönlich, verlässlich und vorausschauend wirken lässt.

Wie das konkret klingt, zeigen wir auf den folgenden Seiten.

2.1 Persönlich

Wir sind eine mitgliedschaftlich organisierte Versicherung (VVG, Versicherungsver- ein auf Gegenseitigkeit). Unsere Grundhaltung ist daher die eines partnerschaftlichen Unterstützers auf Augenhöhe.

In unserer Kommunikation bedeutet das:

Wir sind **freundlich, authentisch, herzlich, hilfsbereit**, serviceorientiert, Kontakt an- bietend, erreichbar, **sprechen von gleich zu gleich** und belehren nicht. D.h. wir stellen immer einen direkten Draht zum Kunden her.

Schreibtipps

Sprachregel	Dos	Don'ts
Direkter Dialog: „Sie“ und „wir“	„Wir helfen Ihnen gern weiter.“ „Wir überweisen Ihnen den Betrag auf Ihr Konto.“	„Eine Beratung kann auf Wunsch erfolgen.“ „Der Betrag wird dem uns bekannten Konto zuge- führt.“
Kein Amtsdeutsch („erfolgt, ist zulässig, ist gestattet“ u.Ä.)	Ihre Weiterversicherung bearbeiten wir, sobald Sie uns damit beauftragen. „Wir haben Ihren Vertrag zum 01.12.18 beendet.“	„Die Bearbeitung Ihrer Weiterversicherung erfolgt auf gesonderten Antrag.“ „Durch unser Schadenmanagement wurde der im Be- treff genannte Vertrag ausgesteuert.“
Fragen stellen	„Haben Sie Fragen zu Ihrer Weiterversicherung?“	Bei Fragen zu Ihrer Weiterversicherung wenden Sie sich bitte an die Abteilung...“
Ansprechpartner mit Namen, Mail und Telefon nennen	Wenden Sie sich an Herrn Mustermann, T 089 6787-4444, oder michael.mustermann@diebayerische.de	Bei Fragen zu Ihrem Schadenfall wenden Sie sich bitte an die Abteilung K-Schaden.
Verständnis zeigen (wenn es nicht auf- gesetzt wirkt)	„Vielleicht haben Sie es vergessen...“	„Leider sind wir vorerst gezwungen, Ihre Forderung zurückzuweisen.“
Belehrende Formulierungen vermeiden, auf Augenhöhe sprechen	„Wir haben Ihre Argumente berücksichtigt, kommen jedoch zu einem anderen Ergebnis: ...“	„Nach § 121b sind Ihre vorgebrachten Ausführungen in dieser Angelegenheit nicht maßgeblich.“

2.2 Verlässlich



Unsere über 160- jährige Geschichte als Versicherungsgesellschaft zeigt: Wir sind seriös, verantwortungsbewusst und vertrauenswürdig.

In unserer Kommunikation bedeutet das:

Wir formulieren immer **klar und eindeutig** und vermitteln damit solide Tatkraft und Verlässlichkeit. (Die ja auch schon im Reinheitsgebot mitschwingt.)

Seriosität beweisen wir auch durch **korrekte Rechtschreibung** sowie einheitliche Schreibweisen; eine Auflistung der wichtigsten Schreibweisen finden Sie im gleichnamigen Kapitel.

Schreibtipps

Sprachregel	Dos	Don'ts
Nur Wesentliches	Das Wichtigste zuerst, Überflüssiges löschen. Kurze Sätze (ideal 15 Wörter, maximal 20 Wörter). Keine Wiederholungen.	Floskeln wie „es versteht sich von selbst“
Aktive Verben, möglichst kein Passiv	„wir erstatten“	„es wird erstattet“
keine Angst vor Alltagsdeutsch: normale Verben verwenden	z.B.: schicken, erledigen, haben, machen	verfügen über, erfolgen, zuführen, ist zulässig, aussteuern usw. Achtung bei Nomen mit Endung „-ung“! Oft können sie in ein Verb verwandelt werden.
Möglichst kein „sollen, müssen, dürfen“	„Innerhalb Ihres Rahmens von XY pausieren Sie maximal zweimal.“	„Sie dürfen nur zweimal innerhalb des vereinbarten Rahmens aussetzen“
Wenig Konjunktiv (würde / könnte / hätte)	„Falls Sie diese Urkunde nicht mehr finden, füllen Sie einfach das mitgeschickte Formular Verlusterklärung aus und senden es an uns.“	„Sollte diese Urkunde nicht mehr auffindbar sein, wäre uns die beigefügte Verlusterklärung ausgefüllt und unterschrieben zurückzugeben.“
Abkürzungen und Fachbegriffe erklären; bei Ersterwähnung der ausgeschriebene Begriff, dahinter in Klammern die Abkürzung)	„Aus diesem Grunde kündigen wir nach § 1 der Allgemeinen Bedingungen für die Kraftfahrtversicherung (AKB) die Ihnen mit unserer Bestätigungskarte erteilte vorläufige Deckung.“	„Aus diesem Grunde kündigen wir nach § 1AKB die Ihnen mit unserer Bestätigungskarte erteilte vorläufige Deckung.“
Versicherungsfachbegriffe vermeiden	„Sie zahlen keine Beiträge mehr ab dem 12.12.2020“; „Vertrag beenden“	„Beitragsfrei stellen“; „Vertrag aussteuern“
Konkret statt abstrakt: genaue Zahlen und Datumsangaben	„Innerhalb der nächsten vier Werktage“; „Wir senden es Ihnen bis zum 04.12.2020 zu“	„baldmöglichst“, „ungefähr“, „in Kürze“

2.3 Vorausschauend

Unsere Lösungen und Produkte sind so geplant, dass sie auch noch in vielen Jahren Bestand haben – vorausschauend, fortschrittlich und lösungsorientiert.

In unserer Kommunikation bedeutet das:

Wir bieten **strukturierte**, auch weiterführende **Informationen** und Angebote, denken Alternativen mit und finden die beste langfristige Lösung für die Kunden. Und die beschreiben wir so, dass unsere Kunden alle Ausführungen **leicht nachvollziehen** können.

Wir bieten unseren Kunden Hilfestellungen („Können wir Ihnen mit etwas anderem helfen?“). Und wir beantworten Fragen, bevor sie auftauchen: indem wir uns in die Situation des jeweiligen Kunden versetzen und **proaktiv** handeln, z. B. mit weiterführenden Informationen/Angeboten.

Schreibtipps

Sprachregel	Dos	Don'ts
Übersichtliche Struktur: mit Auflistungen, Fettungen und ggf. Zwischenüberschriften	„Unser Schadensschnellservice bietet Ihnen diese Leistungen: ■ fachgerechte Reparatur ■ kostenloser Ersatzwagen ■ kostenloser Hol- und Bringservice...“	„Weiterführende Leistungen wie Reparatur, Ersatzfahrzeug und Abholservice werden Ihnen durch unseren Schadensschnellservice zur Verfügung gestellt.“
Sätze gliedern durch Punkte / Doppelpunkte statt Kommas	„Insofern trägt die Courtageerhöhung nicht der Kunde, sondern die Bayerische. Wir geben diese Einsparung einfach an Sie weiter. Denn gerade in der heutigen Zeit sind Zusammenhalt und gegenseitige Unterstützung von besonderer Bedeutung.“	„Insofern trägt die Courtageerhöhung nicht der Kunde, sondern die Bayerische gibt diese Einsparung einfach an Sie weiter, denn gerade in der heutigen Zeit sind Zusammenhalt und gegenseitige Unterstützung von besonderer Bedeutung.“
Lesefreundlichkeit durch kurze Wörter oder Bindestriche	„Bachelor-Studierende“	„Bachelorstudierende“
Proaktiv Hilfen anbieten	„Wie passen die vereinbarten Leistungen zu Ihrer aktuellen Lebenslage? Brauchen sie vielleicht eine Anpassung?“	„Eine Anpassung Ihrer vertraglich vereinbarten Leistungen an aktuelle Gegebenheiten ist unter bestimmten Voraussetzungen möglich.“
Zusatzinformationen, Zusatzangebote geben - besonders sichtbar auch als „PS“ am Ende eines Schreibens	„PS: Unter allen Kunden, die sich auf Meine Bayerische registrieren und bis 30.06. 2020 am Gewinnspiel teilnehmen, verlosen wir 100 elektrische Zahnbürsten von happybrush!“	„... mit unserem Online-Versicherungs- und Vertragsmanager Meine Bayerische. Denn gerade jetzt liegen die Vorteile der Online-Kommunikation klarer denn je auf der Hand, und dazu können Sie noch bis 30.6.20 eine happybrush gewinnen. Außerdem ...“

3. Gendersensible Sprache

Wenn wir Botschaften an alle Personen adressieren möchten, müssen wir alle Geschlechter einbeziehen - oder sie individuell ansprechen. Bei einem Anschreiben an „Frau Müller“ z. B. sprechen wir also von „Sie als Versicherungsnehmerin“. Bei Texten, die allgemein für mehrere Personen oder unbestimmte Zielgruppen sind, verwenden wir möglichst neutrale Formulierungen wie:

- die Beitragszahlenden
- die Versicherten
- die Rentenbeziehenden
- Studierende
- Mitarbeitende
- Eltern
- Lehrkraft
- Führungskraft
- Geschäftsführung

Dort wo neutrale Bezeichnungen nicht möglich sind, wollen wir beide Geschlechter explizit ansprechen. Wir sprechen also von Kundinnen und Kunden und von Schülerinnen und Schülern. Praktische Anwendungsfälle zu unserem Umgang mit der gendersensiblen Sprache haben wir in der "Handreichung gendersensible Sprache" ausführlich dargelegt. Diese finden Sie auch in der BrandZone unter dem Reiter "Bild- und Markensprache".

Achtung: Bitte verwenden Sie in Texten keine Sparschreibungen (d. h. Schrägstriche, Klammern oder Binnen-I, Sternchen, Unterstriche), sie stören den Lesefluss. Zu vermeiden sind selbstverständlich auch Redewendungen, die Stereotypen wiedergeben, z. B. „Milchmädchenrechnung“, das „starke Geschlecht“ etc.

Stellenausschreibungen:

Hier verwenden wir die übliche männliche Bezeichnung mit dem Zusatz (m/w/d)
Leiter (m/w/d), Volontär (m/w/d) usw.

4. Vorher – nachher: Auszüge aus Anschreiben

Vorher	Nachher
Zu diesem Zweck müssen wir Ihre Gesundheitsdaten erheben und verwenden. Dabei kann es auch zur Weitergabe an externe Stellen kommen - etwa einen medizinischen Gutachter oder einen sonstigen Dienstleister.	Damit wir entscheiden können, ob Sie Leistungen erhalten, werden wir Ihre Gesundheitsdaten verwenden und sie auch möglicherweise an einen medizinischen Gutachter weitergeben.
Nach den geltenden datenschutzrechtlichen Vorschriften benötigen wir für die Erhebung, Verwendung und Weitergabe Ihrer Gesundheitsdaten sowie deren Abfrage bei Dritten Ihre Einwilligungs- und Schweigepflichtserklärung.	Damit wir Ihre Daten im Rahmen der geltenden Datenschutzregelungen für Sie nutzen können, senden Sie uns bitte die beigefügte Einwilligungs- und Schweigepflichtserklärung.
Sie baten um Beseitigung der Doppelversicherung und kündigten den oben genannten Vertrag. Ihre Kündigung müssen wir vorsorglich bis zur Klärung zurückweisen.	Sie haben Ihren Vertrag XY gekündigt. Wir helfen Ihnen gern bei der Beseitigung der Doppelversicherung, die wir aber vor einer Kündigung klären möchten.
Die Sanierungsstufe 1 wurde anhand des beigefügten Datenblattes ermittelt, aus dem Sie die entsprechenden Informationen entnehmen können.	Hierfür haben wir die Sanierungsstufe 1 ermittelt. Das beigefügte Datenblatt enthält alle Informationen dazu.
In den zurückliegenden 5 Versicherungsjahren wurden uns 5 Schadensfälle gemeldet, für welche wir Leistungen in Höhe von insgesamt 1.000,00 EUR erbracht haben.	In den letzten 5 Versicherungsjahren hat die Kundin uns 5 Schadensfälle gemeldet: Für diese haben wir Leistungen in Höhe von insgesamt 1.000,00 EUR gezahlt.

Wir freuen uns über die Zusendung weiterer interessanter Beispiele unter:

pirmin.sessler@diebayerische.de

Eine Übersicht über unsere Whitelist verwendeter Fachbegriffe, sowie eine Blacklist mit Begriffen, die wir nicht mehr verwenden und wirkungsvolle „Power-Wörter“ finden Sie auf Confluence: <https://www.bbv.de/delvconfluence/x/Os1Aw>

5. Spezielle Schreibweisen

die Bayerische | Thomas-Dehler-Str. 25 | 81737 München

Betreff — **Jetzt Steuern sparen mit Ihrer bestehenden Zukunftsvorsorge!**

Unsere Grußformeln — Liebe Frau Musterfrau,
Markenname „die Bayerische“ — die Basisrente bei der Bayerischen war eine gute Entscheidung. Sie sorgen für Ihre Zukunft vor und mit jedem eingezahlten Euro können Sie zudem Einkommensteuer sparen.
Anführungsstriche — Dies ist ein ergänzender Beispielsatz, der Angestellten der Bayerischen erläutert, wie „Beispielzitate“ geschrieben werden oder Produkt-Eigennamen, wie z. B. Unfall-Police OPTIMAL ohne Ergänzung des Firmennamens geschrieben wird. An einem Beispielenvent können Sie am 01.03.2019 um 19:00 Uhr vorbei kommen. Der Beispielentritt kostet 5.000,00 EUR. Allerdings müssen Sie 00 % davon bezahlen.
Z. B. — **Nutzen Sie jetzt die Möglichkeit mit einer Zuzahlung Ihren Steuervorteil zu erhöhen und gleichzeitig in Ihre Altersvorsorge zu investieren.**

Und so einfach geht's: Den ausgefüllten Zuzahlungsantrag unterschrieben an die Bayerische senden und dieses Jahr noch Steuern sparen.

Die steuerlichen Auswirkungen Ihrer Zuzahlung können Sie der aktuellen Steuertabelle für das Jahr 2019 im Internet unter: www.diebayerische.de/steuertabelle2019 entnehmen.

Herzliche Grüße

Michael Mustermann

PS: (Postskriptum) — **PS:** Wenn Sie bei der Berechnung Ihres Steuervorteils Fragen haben, ist Ihr Betreuer oder unser Kunden Service Center gerne für Sie da unter T 089 6787-4444.

Optionaler Briefabbinder — **Sprechen Sie uns an, wenn Sie Fragen haben oder wir sonst etwas für Sie tun können – wir freuen uns auf Sie!**

Telefonnummern — **die Bayerische**
E-Mail — **Michael Mustermann**
Musterstr. 14 | 93326 Musterstadt
T 089 6787-4444
M 0170 12345678
E-Mail: Franz.Bauer@diebayerische.de

Markenname in Verbindung mit anderen Wörtern
Produktnamen
Datumsangaben, Uhrzeiten
Euro-Angaben,
Gruppierung von Zahlen, 00 %

Duzen/Siezen

B 100000 (02/19)

Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G.
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Alexander Hemmelrath;
Vorstand: Dr. Herbert Schwedtmann (Vorsitzender),
Martin Gräber, Thomas Heigl.
Sitz und Registergericht: München; Reg.-Nr. HR B 262

Neue Bayerische Beamten Lebensversicherung AG
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Alexander Hemmelrath;
Vorstand: Dr. Herbert Schwedtmann (Vorsitzender),
Martin Gräber, Thomas Heigl.
Sitz und Registergericht: München; Reg.-Nr. HR B 203

Bayerische Beamten Versicherung AG
Aufsichtsratsvorsitzender: Prof. Dr. Alexander Hemmelrath;
Vorstand: Martin Gräber (Vorsitzender), Thomas Heigl,
Dr. Herbert Schwedtmann.
Sitz und Registergericht: München; Reg.-Nr. HR B 41 906

Telefonnummern

Mit vorgestelltem T, Trennung T 089 6787-4444

E-Mail

michael.mustermann@diebayerische.de

Unsere Grußformeln

Anrede: Liebe/r Frau/ Herr ...

Schluss: Herzliche Grüße

Alternative:

Anrede: Sehr geehrte/r Frau/ Herr ...

Schluss: Freundliche/Viele Grüße

Optionaler Briefabbinder

Sprechen Sie uns an, wenn Sie Fragen haben oder wir sonst etwas für Sie tun können – wir freuen uns auf Sie!

Betreff

Bei Brief: nicht „Betreff:“ schreiben, sondern nur den jeweiligen Betreff anführen.

PS: (Postskriptum)

Immer fett schreiben.

Z. B.

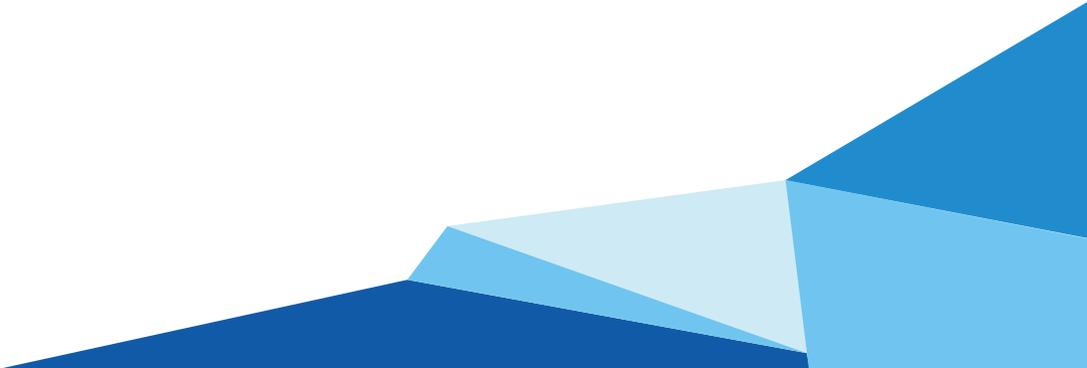
Immer mit Leerzeichen zwischen Z./z. und B.

Anführungsstriche

Deutsche Zeichensetzung „...“

Markenname „die Bayerische“

Deklinieren, also „Produkte der Bayerischen“.



Markenname in Verbindung mit anderen Wörtern

Nie koppeln, also statt die Bayerische-Versicherten: Versicherte der Bayerischen.

Produktnamen

Produkt-Eigennamen in Blockschrift, z. B. Unfall-Police OPTIMAL. Bei allgemein gültigen Begriffen wie „Berufsunfähigkeitsversicherung“ ergänzen Sie: „die Berufsunfähigkeitsversicherung der Bayerischen“ (nicht bei Produkt-Eigennamen).

Datumsangaben

01.03.2019, 27.05.1968 (ohne Leerzeichen)

Uhrzeiten

10:30 Uhr, 06:45 Uhr, 22.30 Uhr

Euro-Angaben

Immer mit €-Zeichen hinter dem Betrag bzw. im Fließtext „EUR“ hinter der Summe. In Tabellen kann das €-Zeichen auch vorangestellt werden.

Gruppierung von Zahlen

Mit Punkten, Komma und zwei Nullstellen nach Komma:

1.000.000,00 EUR

2.847,56 €

00 %

Immer mit Leerzeichen zwischen der Zahl und dem Prozentzeichen.

Duzen/Siezen

In der Kundenkommunikation verwenden wir grundsätzlich „Sie“, in Social Media das „Du“.

Emojis

Nur auf Social Media einsetzen

Und: Es gilt die neue deutsche Rechtschreibung.

