

## **Erste Wort-Partnerschaft: Gesellschaft für deutsche Sprache und Stadt Hattingen setzen sich für das Wort nett ein**

Ein Wort braucht Hilfe – Bekanntgabe unserer Wort-Partnerschaft

Hattingen/Ruhr. Das Wort nett braucht dringend Hilfe. Gemeinsam mit der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) geht die Stadt Hattingen erstmalig eine Wort-Partnerschaft ein.

In Zeiten von Höher, Schneller, Weiter sieht sich das Wort nett immer stärker in die Ecke gedrängt – mal diffamiert als kleine Schwester von „Sch...“, mal abgestempelt als Synonym für langweilig, fristet es ein trostloses Dasein. Offenbar reicht es heute nicht mehr, nur freundlich, verständnisvoll oder sympathisch zu sein. Insbesondere im Marketing wird propagiert, dass wir mehr wollen sollen. Mehr Wow, mehr Show, mehr große Geste. Nur, stimmt das? Im Grunde ist nett doch genau das, wonach wir uns alle sehnen. Wir möchten nette Menschen treffen, nette Orte entdecken, es uns einfach nett machen.

„Mit der Wort-Partnerschaft zwischen der GfdS und der Stadt Hattingen möchten wir einen Beitrag dazu leisten, die positive Bedeutung des Wortes nett wieder in den Mittelpunkt zu rücken. Wir möchten, dass wir, wenn wir nett sagen, auch nett meinen“, so Hattingens Bürgermeister Dirk Glaser. „Daher freue ich mich sehr über diese besondere und einmalige Partnerschaft mit der GfdS, die unser Vorhaben wissenschaftlich begleitet. Und wer weiß, vielleicht wird nett mit unserer Hilfe Wort des Jahres.“

Symbolisch besiegelt wurde die Partnerschaft am 23. Juni durch die Enthüllung eines provisorischen Schildes im Gewerbe- und Landschaftspark Hattingen vis á vis des LWL-Industriemuseum Henrichshütte. Es ist das erste von zehn Schildern, das die Wort-Partnerschaft in der ganzen Stadt für Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besuchende an touristischen Standpunkten sichtbar macht. Vor der feierlichen Enthüllung sprachen der Bürgermeister der Stadt Hattingen, Dirk Glaser, sowie Dr. Lutz Kuntzsch von der GfdS über die Idee zur Kooperation, den Bedeutungswandel des Wortes nett und darüber, warum das kleine Wort so zentral für die Stadt ist.

„Als uns die Anfrage erreichte, eine Expertise zur Herkunft und Verwendung von nett zu verfassen, freuten wir uns sehr darüber. In der Sprachberatung werden wir oft gefragt, ob man bestimmte Wörter noch ohne Bedenken verwenden kann. Die Tatsache, dass Hattingen dem Wort so eine große Aufmerksamkeit gewidmet hat, führte zur Wort-Partnerschaft. Wir zeichnen nun den Bedeutungs- und Sprachwandel nach, denn Worte entwickeln und verändern sich aufgrund gesellschaftlicher Ereignisse“, erklärt Dr. Lutz Kuntzsch.

„Der Stadt Hattingen liegt etwas an nett, weil sie selbst genau das ist und auch sein möchte – ganz selbstbewusst und ohne Ironie. Seit einiger Zeit gibt es deshalb die Kampagne Nettes Hattingen, die mit bürgernahen Aktionen zeigt, dass nett noch immer erstrebenswert ist und den modernen, kreativen und urbanen Charakter der Stadt betont. Nettes Hattingen“, so Dirk Glaser.

Seit 2021 läuft die Kampagne Nettes Hattingen, die die Stadtverwaltung mit Hattingen Marketing umsetzt. Sie unterstützt Bürgerinnen und Bürger dabei, Hattingen aktiv mitzugestalten und zu einem Ort zu machen, an dem jeder sich wohlfühlt. Die Maßnahmen der Kampagne sollen sich positiv auf die Stadtgemeinschaft sowie die Hattinger Wirtschaft auswirken, die wie überall stark unter der Corona-Pandemie gelitten hat. Aktionen der Kampagne sollen für alle Bürgerinnen und Bürger zugänglich sein.

Im Spätsommer letzten Jahres tourte eine Wanderbaumallee durch Hattingen, die als Begrünung und Sitzgelegenheit diente und zum Treffen und Verweilen einlud. Um die Wanderbäume herum entstanden in dieser Zeit viele kleine Aktionen, die von den Bürgerinnen und Bürgern selbst initiiert wurden.

„Dieser Sommer steht nun im Zeichen der Netten Samstage, die von den Ideen der Hattinger Händler und Gastronomen getragen werden. Zu drei festen Terminen überlegen sie sich kreative Aktionen und kleine Aufmerksamkeiten für ihre Kunden.

Begleitend dazu treten Straßenmusiker auf und es gibt mal ein Straßenfest, mal präsentieren sich die Hattinger Sportvereine mit ihrem Programm in der Stadt“, erklärt Georg Hartmann von Hattingen Marketing.

„Angestoßen durch die Kampagne wird das Gemeinschaftsgefühl und der Austausch in der Stadt gestärkt und in gegenseitiger Unterstützung entstehen im Handel neue Impulse zur Belebung der Innenstadt. Der erste Nette Samstag in diesem Jahr fand am 18. Juni statt. Weitere Termine sind der 13. August sowie 17. September. Auftraggeber der Kampagne Nettes Hattingen ist die Stadt Hattingen, die die Kampagne mit Hattingen Marketing umsetzt. Die ausführende Agentur ist die pro in space aus Köln.

Weitere Informationen zur Kampagne gibt es unter [www.nettes-hattingen.de](http://www.nettes-hattingen.de)

Fotos unter Angabe von Fotograf Strzysz oder Stadt Hattingen

Auf dem Foto: Bürgermeister Dirk Glaser, Hattingen Marketing Chef Georg Hartmann, Pressereferentin Susanne Wegemann