



Vorwort

Markus Reiter, Steffen Sommer

Perfekt schreiben

ISBN (Buch): 978-3-446-43459-2

ISBN (E-Book): 978-3-446-43519-3

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43459-2>

sowie im Buchhandel.

Vorwort

Ein Blick in die Stellenanzeigen zeigt, wie wichtig Arbeitgebern Schlüsselkompetenzen sind. Auch Schulen und Hochschulen sind sich ihrer Verantwortung zunehmend bewusst. Mindestens ebenso wichtig wie Fachwissen sind allgemeine Fähigkeiten, mit den verschiedenen Situationen und Herausforderungen des Lebens zurecht zu kommen. Das vorliegende Buch gehört zu der Pocket Power-Reihe SoftSkills, die Bausteine für den lebenslangen Prozess des Lernens, der Weiterbildung und Kompetenzentwicklung liefert.

Was sind Schlüsselkompetenzen? Die Bezeichnung „Kompetenz“ steht für ein Begriffsfeld mit drei Komponenten:

- Wissen
- Fähigkeiten, Können
- Einstellungen, Haltungen

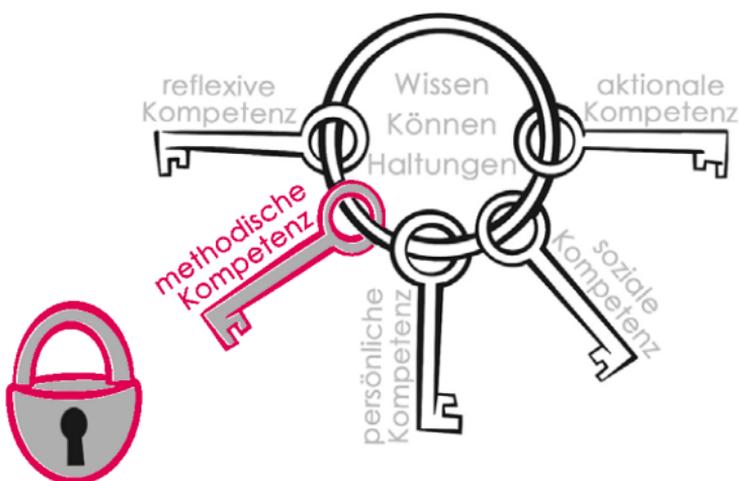
Schlüsselkompetenzen sind überfachliche Kompetenzen, die sich thematisch in folgende Kategorien einteilen lassen:

- **Persönliche Kompetenz:** z. B. Wertebewusstsein, meine Stärken und Schwächen kennen, Selbstreflexion als innenorientierte Fähigkeit, über sich selbst nachzudenken.
- **Soziale Kompetenz:** z. B. Kommunikationsfähigkeit, Einfühlungsvermögen, Verständnisbereitschaft.
- **Methodische Kompetenz:** z. B. präsentieren, moderieren, verständlich schreiben.

- **Aktionale Kompetenz:** z. B. Initiative, Tatkraft, Durchhaltevermögen.

Diese tradierte Einteilung (Heyse & Erpenbeck 2004) kann um eine fünfte Kategorie ergänzt werden:

- **Reflexive Kompetenz:** Außenorientierte Fähigkeit, Strukturen, Prozesse und Ergebnisse systemorientiert zu analysieren, also aus der Distanz, „von oben“ zu reflektieren. Wird diese Kompetenz vernachlässigt, besteht die Gefahr, dass die aktionale Kompetenz einseitig dominiert und zu einem blinden Aktionismus führt.



Schlüsselkompetenzen: Fünf Dimensionen, die eng miteinander verknüpft sind.

Zur Übersicht dient ein Schlüsselbund, der die fünf Kategorien darstellt (siehe Bild). Alle Bücher dieser Pocket Power SoftSkills Reihe fördern schwerpunktmäßig eine bestimmte Basiskompetenz. Dieser Band

vermittelt Ihnen, wie Sie Texte lebendig schreiben, klar gliedern und die richtigen Worte finden. Er ist also in erster Linie der *methodischen Kompetenz* zuzuordnen, wobei mehrere Kompetenzen ineinander greifen.

München, Juni 2009

Anne Brunner



Leseprobe

Markus Reiter, Steffen Sommer

Perfekt schreiben

ISBN (Buch): 978-3-446-43459-2

ISBN (E-Book): 978-3-446-43519-3

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-43459-2>

sowie im Buchhandel.

1

Warum gute Texte wichtig sind

Nach Erreichung des Zielpunktes nahm ich eine Situationsanalyse vor, die ein Military Success-Ereignis zur Folge hatte. Mit diesem Satz wäre Caesar vermutlich nie berühmt geworden. Er schrieb ihn auch nicht. Vielmehr formulierte er in seiner Schrift „Zum Gallischen Krieg“: *Ich kam, sah und siegte.* Das ist eindringlich, klar und verständlich.

Viele Texte, mit denen wir im Alltag konfrontiert sind, ähneln leider eher der ersten Version. Dabei ist ein verständlicher Stil Ausdruck intellektueller Disziplin. Der Wissenschaftstheoretiker und Philosoph Sir Karl Popper sagte einmal: „Wer’s nicht einfach und klar sagen kann, der soll schweigen und weiterarbeiten, bis er’s klar sagen kann.“ Viele Autoren verbergen nämlich die Unklarheit oder Banalität ihrer Gedanken hinter einer unklaren Ausdrucksweise. Popper zeigte das an einem Beispiel. Er nahm einen Satz des deutschen Soziologen Jürgen Habermas und übersetzte ihn in einfaches Deutsch. Heraus kam eine Binsenweisheit:

[Theorien] erweisen sich für einen speziellen Gegenstandsbereich dann als brauchbar, wenn sich ihnen die reale Mannigfaltigkeit fügt, schrieb Habermas. Popper machte daraus: *Theorien sind auf ein spezielles Gebiet dann anwendbar, wenn sie anwendbar sind.*

Schlecht und unverständlich formulierte Texte sind nicht nur ein Ärgernis für Sprachpuristen, sie sind für Unternehmen ein ernsthaftes Problem:

- Schlechte Texte kosten den Leser Zeit, weil er sie mühsam entschlüsseln muss.
- Schlechte Texte verursachen Missverständnisse, weil sie wegen ihrer Unklarheit unterschiedlich interpretiert werden.
- Schlechte Texte können hohe Kosten zur Folge haben, wenn jemand sie falsch versteht.

Bei bestimmten Textformen, zum Beispiel Bedienungsanleitungen, kann ein missverständlicher Text sogar dazu führen, dass ein Unternehmen regresspflichtig gemacht wird.

Gute, verständliche Texte zu schreiben ist keine Kunst. Es ist ein Handwerk, das man lernen kann. Es erfordert allerdings ein wenig Mühe. Der berühmte Journalistenausbilder Wolf Schneider hat es einmal so formuliert:



Einer muss sich quälen – entweder der Leser oder der Autor. Da der Autor ein Interesse daran hat, dem Leser etwas mitzuteilen, sollte er es sein, der sich quält.

Verständlichkeit, nicht „guter Stil“

In diesem Buch geht es nicht um einen „guten Stil“. Wenn Sie nach „wegen“ den Dativ statt des Genitivs benutzen, stört das vielleicht einen Leser mit ausgeprägtem Sprachgefühl. Er wird Ihren Text dennoch verstehen.

Anders ist das, wenn Sie gegen die Grundregeln der Verständlichkeit verstoßen. Dann weiß der Leser nicht sofort, was Sie meinen. Einige Autoren behaupten

ten nun: Das macht ja nichts! Der Leser kann den Satz mehrmals lesen – so lange, bis er ihn verstanden hat.

Eine solche Sichtweise ist zum einen rücksichtslos dem Leser gegenüber, der wenig Zeit hat und viele Informationen erfassen will. Sie geht zum anderen an der Realität vorbei. Die meisten Leser brechen, wenn sie nicht durch die Umstände dazu gezwungen werden, die Lektüre schwieriger, schwer verständlicher Texte einfach ab.

Oder wie lange würden Sie sich mit einem Satz wie diesem aufhalten, der aus dem Kommunikationskonzept einer deutschen Bank stammt?

Zur Penetration klar definierter Kernthemen muss eine integrierte Kommunikation aller zur Verfügung stehenden Kommunikationsinstrumente im Sinne einer Orchestrierung hin zu unseren Zielgruppen erfolgen.

So formuliert hingegen werden Sie auf Anhieb verstehen, was gemeint ist:

Damit unsere wichtigsten Themen bei den Zielgruppen gut ankommen, müssen alle Instrumente der Kommunikation zusammenwirken.

Hamburger Psychologen haben erforscht, was einen verständlichen Text ausmacht („Hamburger Verständlichkeitsmodell“). Sie haben dafür vier Kriterien gefunden:

- **Einfachheit:** Der Text sollte aus kurzen, klaren Sätzen und geläufigen Wörtern bestehen sowie konkret und anschaulich geschrieben sein.
- **Gliederung und Ordnung:** Ein Text muss klar gegliedert sein, die Gedanken sollten logisch aufeinander aufbauen und einem roten Faden folgen.
- **Kürze/Prägnanz:** Ein Text sollte kurz sein, ohne überflüssige Floskeln oder ausladende Formulierungen.

rungen. Er darf aber nicht zu kurz sein, weil sonst die Gedanken zu sehr verknappt werden.

- **Anregende Zusätze:** Das sind zum Beispiel Anekdoten, rhetorische Fragen und lebensnahe Beispiele. Man darf einen Text allerdings nicht mit solchen Zusätzen überfrachten.

Die Forscher haben diese vier Kriterien in einem sogenannten Beurteilungsfenster zusammengefasst. ++ und + stehen darin für eine positive Ausprägung der Eigenschaften, 0 steht für eine ausgewogene Ausprägung, - und - - für eine negative Ausprägung. Der optimale Text sieht nach der „Hamburger Verständlichkeitsforschung“ aus wie in Bild 1 gezeigt.

In jüngster Zeit hat die Hirnforschung durch die sogenannten bildgebenden Verfahren viele Erkenntnisse der Verständlichkeitsforschung belegt.

Die Neurologen liefern einen einsichtigen Grund für verständliches Schreiben: Unser Gehirn ist nämlich nicht für das Lesen geschaffen. Da in unseren Breiten eine Alphabetisierung breiter Bevölkerungsschichten kaum 200 Jahre zurückliegt, hatte die Natur noch keine Möglichkeit, sich auf diese Aufgabe

Einfachheit	Gliederung, Ordnung	++	++
Kürze, Prägnanz	Zusätzliche Stimulanz	0	+

Bild 1: Beurteilungsfenster für einen optimalen Text nach der „Hamburger Verständlichkeitsforschung“

genetisch einzurichten. Zum Lesen nutzen wir Menschen deshalb Fähigkeiten, die eigentlich für andere Dinge gedacht waren.

Es spricht somit vieles dafür, es dem Gehirn so leicht wie möglich zu machen. Je mehr sich unser Gehirn anstrengen muss, zu verstehen, was das Geschriebene bedeutet, desto weniger Energie steht ihm zur Verfügung, um sich mit dem *Inhalt* des Geschriebenen zu beschäftigen.

Für die Analyse von Sprache ist normalerweise die *linke* Gehirnhälfte zuständig. In ihr wird die Grammatik verarbeitet; hier ist die Bedeutung von Begriffen gespeichert. Die meisten Texte, mit denen wir im Alltag konfrontiert sind, aktivieren nur diese Hirnhälfte. Der Münchner Hirnforscher Professor Ernst Pöppel spricht vom „begriffsorientierten Lesen“.

In der *rechten* Gehirnhälfte wohnt unsere Fantasie, die räumliche Vorstellung, das Sinnliche. Guten Romanen und Gedichten gelingt es, beim Lesen auch diese Hemisphäre anzusprechen. Pöppel nennt dies das „bildorientierte Lesen“ – denn im Kopf des Lesers entsteht ein kleiner Film.

Wer sich an die Regeln einer klaren und anschaulichen Sprache hält, kann den Leser auch emotional bewegen und seine Sinne ansprechen.

