

Selbstlernkurs: Schreiben wie ein Profi

Von der Pike auf schreiben lernen

Heike Thormann

© 2022 Heike Thormann, Warendorf
2. aktualisierte Auflage, 1. Auflage 2016

ISBN Softcover: 978-3-347-53552-7
ISBN Hardcover: 978-3-347-53554-1
ISBN E-Book: 978-3-347-53562-6

Druck und Distribution im Auftrag der Autorin:
tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg, Germany

Alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr.
Ohne meine schriftliche Genehmigung ist jede Verwertung unzulässig.
Alle Inhalte wurden von mir sorgfältig erwogen und geprüft, dennoch kann ich keine
Garantie geben. Ich übernehme keine Haftung für Personen-, Sach- und Vermögensschäden.

Portraitfoto: Studio Wiegel, Münster, Fotograf Peter Wiegel
Icon Cover: tredition GmbH, Hamburg

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Lektion 1: Das Geheimnis des Erfolgs	
Was macht einen guten Text aus?	7
Was macht einen guten Text aus?	7
Und was macht einen verständlichen Text aus?	8
Das Hamburger Verständlichkeitsmodell	9
Lektion 2: Schreiben und Kommunizieren	
Wie Sie mit Ihren Lesern reden und so besser schreiben	11
Schreiben ist Kommunikation	11
Nehmen Sie Rücksicht auf Ihre Leser	11
Lernen Sie Ihre Leser kennen	12
Lektion 3: Der Wortschatz I	
Wie Sie die bildhaft-schöne Sprache pflegen und anschaulich schreiben	15
Reißen Sie Sprachunkraut heraus	15
Schreiben Sie aktiv, positiv und sicher	16
Anschaulich schreiben I: Schreiben Sie konkret	17
Anschaulich schreiben II: Schreiben Sie mit Details	19
Anschaulich schreiben III: Schreiben Sie mit bildhaften Wörtern	21
Lektion 4: Der Wortschatz II	
Wie Sie mit Sprache spielen und abwechslungsreich schreiben	23
Spielen Sie mit Metaphern	23
Verwenden Sie Synonyme	24
Setzen Sie Redefiguren ein	27
Lektion 5: Der Aufbau	
Wie Sie Texte sauber konzipieren und nachvollziehbar schreiben	30
Erst denken, dann schreiben	30
Methoden für die Schreibabsicht	30
Methoden für den Textaufbau	32
Lektion 6: Die innere Logik	
Wie Sie durch den Text führen und flüssig schreiben	36
Verbinden Sie Sätze	36
Verbinden Sie Absätze	38
Lektion 7: Der Satzbau	
Wie Sie klare Sätze gestalten und verständlich schreiben	41
Spielen Sie mit der Länge	41
Schreiben Sie kompakt	41

Lektion 8: Der Einstieg

Wie Sie Texte kraftvoll beginnen und spannend schreiben	47
Warum ist ein guter Einstieg wichtig?	47
Was macht einen guten Einstieg aus?	47
Elf Ideen für einen starken Einstieg.....	48
Sonderform: Teaser, Vorspann oder Lead	51
Sonderform: Einstieg in einen Roman.....	52

Lektion 9: Der Titel

Wie Sie Texten die richtigen Titel geben und anziehend schreiben	54
Was macht einen guten Buchtitel aus?.....	54
Besonderheiten bei Genres und Überschriften	55
Wie finden Sie einen guten Titel?	58

Lektion 10: Feilen und Schleifen

Wie Sie mit dem Messer arbeiten und straff schreiben	60
Streichen Sie aus Prinzip	60
Streichen Sie beim Inhalt	60
Streichen Sie bei der Sprache	61

Lektion 11: Der Mut zur eigenen Stimme

Wie aus Lesern treue Fans werden.....	64
Warum sollten Sie sich eine eigene Stimme zulegen?	64
Wie finden Sie Ihren persönlichen Stil?	65

Anhang:

Schlussformen.....	68
Weiterführende Literatur.....	74
Bücher und Kurse von mir.....	75
Über mich.....	76

Lektion 1: Das Geheimnis des Erfolgs

Was macht einen guten Text aus?

Die erste Lektion dieses Kurses habe ich etwas reißerisch genannt: „Das Geheimnis des Erfolgs. Was macht einen guten Text aus?“ Nun, wie immer Sie auch Erfolg definieren: Nicht jeder gute Text wird auch ein erfolgreicher Text. Nicht jeder erfolgreiche Text ist gut. Und wie man an Letzterem schon sehen kann, gibt es natürlich noch andere Erfolgskriterien als die Qualität eines Textes. Trotzdem bin ich der Meinung, dass ein guter Text auch bessere Karten hat, ein erfolgreicher Text zu werden.

Gute Texte = höhere Wahrscheinlichkeit für "Erfolg"

So, damit sind wir allerdings beim nächsten Punkt: Was macht einen guten Text aus? Was sind die Erfolgskriterien für gute Texte? Überlegen Sie doch einmal selbst:

Denkfrage: Was macht für mich einen guten Text aus? Bei welchem Text würde ich sagen: Der ist gut, der gefällt mir? Und was genau gefällt mir an einem für mich guten Text?

Was macht einen guten Text aus?

Haben Sie Ihre eigenen Qualitätskriterien gefunden?

Vieles ist sicher Geschmacks- und Definitionsfrage. Schon Literaturkritiker treffen mit ihren Empfehlungen bekanntlich oft nicht den Nerv des Publikums und umgekehrt ist es genauso. Zudem hängt vieles auch ab von der Schreibabsicht des Autors (was und wie will ich schreiben), der Leseabsicht des Lesers (was will der Leser lesen), der Zielgruppe des Textes (für wen will ich schreiben) und dem Medium des Textes (wo soll der Text erscheinen).

Doch die meisten Texte sind wohl gut - und erfolgreich -, wenn sie gern gelesen werden (nicken Sie?) und gut verstanden werden. Nun, der letzte Gedanke gilt vielleicht nicht für alle Texte. Ich hatte zum Beispiel Teilnehmer, denen es sehr viel Spaß machte, an einem Text zu „knacken“ und ihn Satz für Satz auseinanderzunehmen. Auch bei bestimmten Textgattungen wie der Lyrik geht es ja oft darum, die Aussagen eines Gedichts erst noch herauszufiltern. Bei Texten allerdings, die nur Inhalte transportieren sollen, ist es in der Regel wichtig, dass der Leser diese Inhalte so gut und leicht wie möglich versteht. Das gilt für die meisten Sach- und Fachtexte genauso wie für viele Romane, (Auto-)Biografien und mehr.

Gute Texte = gern gelesen und (meist) gut verstanden werden

Doch welche Texte werden gern gelesen und gut verstanden?

Um in diesem Sinne gut und verständlich zu sein, ist es hilfreich:

- 1) Wenn Ihr Text ohne größere Probleme gelesen werden kann. Das heißt, ein Leser sollte nicht schon am reinen Lesen scheitern. Je mehr Arbeit und Mühe ein Text macht, desto mehr Menschen werden voraussichtlich die Finger davon lassen. (Erste Hürde)
- 2) Wenn Ihr Text für den Leser geschrieben ist. Das heißt, ein Text sollte sichtbar für andere Adressaten als Sie selbst geschrieben sein. Je mehr Sie anderen Menschen das „Lese-Leben“ erleichtern, desto bereitwilliger werden diese in der Regel Ihnen und Ihrem Text folgen. (Zweite Hürde)
- 3) Wenn Ihr Text spannend und unterhaltsam ist. Leser sind auch nur Menschen. Und Menschen mögen Dinge, die attraktiv verpackt sind und Freude machen. Schenken Sie Ihren Lesern kleine „Bonbons“, das kommt immer gut. (Die Kür)
- 4) Wenn Ihr Text dem Leser genug Nutzen bietet. Diesen Punkt hätte ich auch gleich zu Beginn nennen können, denn ein Text ohne Nutzen hat seine Aufgabe verfehlt und sei es die, zu unterhalten. (Die Basis)

Auf Punkt eins bis drei haben Sie durchaus mit Ihrer Art zu schreiben Einfluss, sei es mit Ansprache und Kommunikation, Sprache und Stil oder Zutaten wie Einstieg und Titel. Deshalb werden wir darauf in diesem Kurs noch intensiv eingehen. Punkt vier erreichen Sie in der Regel – oben erwähnte „Knack-Texte“ einmal außen vor – ausschließlich über den Inhalt und das Konzept. Dafür habe ich andere Kurse im Angebot.

Und was macht einen verständlichen Text aus?

Fangen wir einmal bei Punkt eins an, den einigermaßen leicht zu lesenden Texten, an denen ein Leser nicht schon beim Lesen verzweifelt. Täuschen Sie sich bitte nicht, solche Texte sind immer noch relativ selten.

Das kann erstens an ganz banalen Dingen liegen wie einem ungünstigen Layout beziehungsweise Druck- und Schriftbild. Zweitens gilt es oft immer noch als schick oder stellt die Norm dar, kompliziert zu schreiben. Amts-, Rechts- und Wissenschaftssprache lassen grüßen. Und drittens wissen viele Menschen einfach nicht, wie man leicht lesbar und leicht verständlich schreibt. Sie haben es nie gelernt.

Denken Sie daran, dass Sie Ihren Lesern gegenüber im Vorteil sind. Sie als Autor oder Autorin wissen, worüber Sie schreiben. Sie kennen Ihren Stoff. Ihnen ist klar, wie die einzelnen Fakten zusammenhängen.

Für Ihre Leser gilt das nicht. Diese können nur Ihren Gedanken Stück für Stück durch den Text folgen. Sie müssen sich Ihre Worte und Sätze merken. Sie werden Hypothesen

anstellen, was als Nächstes auf sie wartet. Und wenn sie nun noch zu oft über Dinge stolpern, die ihnen das Lesen erschweren, werden sie abschalten und Ihrem Text den Gnadenstoß geben.

Die Psychologen Langer, Schulz von Thun und Tausch haben sich darüber in den 1970er Jahren in ihrem Hamburger Verständlichkeitsmodell Gedanken gemacht.¹ Sie haben sich gefragt: Was macht Texte eigentlich leicht lesbar und verständlich? Und sie haben dazu die folgenden Kriterien gefunden.

Verstanden werden = verständlich schreiben

Das Hamburger Verständlichkeitsmodell

Nach dem Hamburger Verständlichkeitsmodell entscheiden vier Punkte darüber, ob ein Text leicht verständlich ist oder nicht. Diese Punkte sind:

1. Einfachheit

- Beschreiben Sie alles möglichst einfach.
- Schreiben Sie eher einfache, relativ kurze Sätze.
- Erklären Sie unbekannte Ausdrücke oder Fachbegriffe.
- Ziehen Sie geläufige, allgemein bekannte Wörter vor.
- Beschreiben Sie anschaulich und konkret.

2. Gliederung und Ordnung

- Ordnen Sie die Inhalte in einer nachvollziehbaren Reihenfolge.
- Schließen Sie jeden Satz schlüssig am vorhergehenden an.
- Achten Sie auf eine innere Logik und einen roten Faden.
- Machen Sie Ihre Gliederung auch optisch sichtbar.
(Zum Beispiel durch Absätze, Überschriften und so weiter.)
- Trennen Sie Wesentliches von Unwesentlichem sichtbar.
(Zum Beispiel durch Hervorhebungen oder Zusammenfassungen.)

3. Kürze und Prägnanz

- Schreiben Sie eher kurz, knapp und präzise.
- Beschränken Sie sich einigermaßen auf das Wesentliche.
- Reden Sie nicht um etwas herum, kommen Sie auf den Punkt.

¹ Inghard Langer, Friedemann Schulz von Thun, Reinhard Tausch: Sich verständlich ausdrücken. Vgl. Anhang.

4. Anregende Zusätze

- Bauen Sie anregende, interessante Zutaten ein.
(Zum Beispiel Beispiele, Grafiken, Zitate, Fragen, Witze.)
- Versuchen Sie, möglichst abwechslungsreich zu schreiben.
- Beziehen Sie den Leser in den Text oder das Geschehen mit ein.
(Zum Beispiel durch direkte Ansprache oder Beispiele aus seiner Lebenswelt.)
- Werden Sie als Autor oder Autorin persönlich, als Mensch sichtbar.
(Zum Beispiel durch eigene Meinung oder eigene Beispiele.)

Die Punkte Einfachheit und Gliederung/Ordnung sind am wichtigsten. Sicher, kein Leser möchte unterfordert werden. Achten Sie deshalb darauf, nicht zu primitiv zu schreiben und Mini-Satz an Mini-Satz zu reihen. Doch wenn Texte zu kompliziert und ohne eingängige Struktur sind, neigen – genau :-) – Leser zum Abschalten. Bei Kürze/Prägnanz hilft die goldene Mitte, zu knappe und stark verdichtete Texte lassen sich auch nicht gut lesen. Und bei den anregenden Zutaten ist es hilfreich, wenn Sie diese sparsam und gezielt einsetzen.

Denkfrage: Welche Verständlichkeitskriterien nutze ich schon? Welche sind mir neu? Welche möchte ich mir genauer ansehen und noch besser lernen?

Lektion 2: Schreiben und Kommunizieren

Wie Sie mit Ihren Lesern reden und so besser schreiben

Schreiben ist Kommunikation

Nur wenige Menschen sind sich dessen bewusst, dass ein Text mit seinen Lesern „kommuniziert“. (Wussten Sie es?) Gut, das gilt nicht für jeden Text. Selbsterfahrungstexte oder Tagebücher sind zum Beispiel in der Regel nur für Ihre eigenen Erfahrungen, Gedanken und Gefühle da. Texte, die Sie ausschließlich für sich schreiben, können Sie gestalten, wie Sie möchten. Doch sobald auch andere Menschen Ihre Texte lesen sollen, sind Sie nicht mehr allein. Sie stehen jetzt in „Beziehung“ zu jemandem, Sie kommunizieren mit jemandem – ob Sie wollen oder nicht. Und erst, wenn die Kommunikation gelungen ist, ist ein Text wieder gut und ein Erfolg.

Schreiben ist Bringschuld

Mehr noch: Die wenigsten Menschen werden Ihre Texte lesen müssen. Und Lesen kostet: Zeit, manchmal Geld, manchmal Frust oder Unmut über Inhalt, Sprache und Stil. Deshalb können Sie andere Menschen nur einladen, Ihre Werke zu lesen. Man spricht hier auch von der „Bringschuld“ des Autors. Sie sind es, der oder die etwas vom Leser möchte. Deshalb ist es Ihre Aufgabe, dem Leser dafür ausreichend Wertvolles zurückzugeben: nützliche Inhalte, eine schöne Sprache, einen leicht zu lesenden Text.

Schreiben ist Kommunikation und Bringschuld

Nehmen Sie Rücksicht auf Ihre Leser

Wenn Sie von vornherein für andere Menschen schreiben, also, wenn Sie so wollen, auf diese Weise mit ihnen reden, hat das viele Vorteile für Ihr Schreibhandwerk und Ihren Text.

1. Sie bekommen eine hilfreiche Grundeinstellung

Sie werden eher versuchen wollen, sich in die Gedanken und Gefühle des Lesers hineinzuversetzen. Das hilft bei Fragen wie: Was braucht der Leser? Wie tickt der Leser? Sie werden instinktiver darüber nachdenken, wie Sie es dem Leser leicht machen können. So werden Ihre Texte von selbst verständlicher. Und Sie werden sich bemühen, als Autor und „Kommunikationspartner“ greifbar zu sein. Damit stellen Sie ein Band zum Leser her.

2. Sie schreiben ganz allgemein verständlicher und besser

Sie werden den Schreibprozess eher als Kommunikation sehen und entsprechend schreiben. Dadurch werden Sie auch - wie bei einer echten Kommunikation – eher darauf achten,

wirklich verstanden zu werden. Und Sie werden von selbst alltagstauglicher schreiben, denn niemand kommuniziert so, wie abgehobene, gestelzte, künstliche Texte klingen.

3. Sie schreiben für bestimmte Leser passender und besser

Mit konkreten Lesern vor Augen fällt es Ihnen leichter, deren Bedürfnisse zu erfüllen, ob es nun die von bestimmten Auftraggebern, Lesertypen oder Zielgruppen sind. Es fällt Ihnen auch leichter, Inhalt und Sprache anzupassen und zum Beispiel ausreichend für die einen und nicht zu üppig für die anderen zu schreiben. Zudem können Sie natürlich besser auf konkrete Wünsche eingehen, sollten diese vorliegen.

4. Sie bieten für bestimmte Leser einen höheren Mehrwert und Nutzen

Daher versteht es sich, dass Ihre Texte bei diesen Voraussetzungen auch einen höheren „Mehrwert“ haben. Je besser Sie die Bedürfnisse Ihrer Leser erfüllen, desto eher werden diese sich Ihren Texten mit Gewinn (Nutzen) und Genuss (Inhalt oder Sprache) widmen. Und da Sie als Autor oder Autorin ja bekanntlich die oben erwähnte Bringschuld haben, kann es nicht schaden, so nützlich wie möglich zu sein. :-)

5. Sie schreiben für bestimmte Leser überdies wieder verständlicher

Apropos Gewinn und Genuss: Wenn Sie für bestimmte Leser schreiben,

- wissen Sie auch eher, was Sie voraussetzen können und was noch erklärt werden muss,
- wissen Sie, welche Fachbegriffe und Ausdrücke Sie verwenden können und sollen,
- wissen Sie, welche Sprache und welcher Stil gut kommt und welche(r) nicht.

Dadurch schreiben Sie auch wieder leichter und verständlicher.

6. Sie werden als Autor und Mensch greifbar

Übrigens, Sie dürfen auch gern als Autor und Mensch greifbar werden. Zeigen Sie ruhig, wie Sie zu den Informationen kommen, über die Sie schreiben, reflektieren Sie darüber, bringen Sie persönliche Beispiele. Zum einen werden Leser Ihren Gedanken so besser folgen können, Sie werden wieder verständlicher schreiben. Zum anderen stellen Sie das besagte Band zum Leser her, Ihr Leser kann und darf Sie als Autor wahrnehmen. Und je besser Sprache, Gedanken und Sichtweisen zwischen Ihnen und Ihren Lesern stimmen, desto besser gelingt die Kommunikation: Leser werden Ihre Texte gern lesen und Ihre Texte werden ein Erfolg.

Lernen Sie Ihre Leser kennen

„Aber“, werden Sie jetzt vielleicht kontern, „woher soll ich denn wissen, für wen ich da schreibe – und das am besten auch noch möglichst passend? Ich kenne all diese Menschen doch gar nicht.“ Das ist richtig. Nur selten werden Sie einen konkreten Auftraggeber, Vorgesetzten und so weiter haben, auf den Sie sich mit Ihren Texten einschließen können.

So genau muss das Ganze auch gar nicht sein. Versuchen Sie, für den Hauptteil Ihrer Leser ein paar Gemeinsamkeiten zu finden. Welche Bedürfnisse und Erwartungen haben diese Menschen zum Beispiel? Etwa: unterhalten werden, wichtige Informationen geliefert bekommen, neues Wissen beigebracht bekommen. Welchen Wissens- und Bildungsstand können Sie voraussetzen? Welche Sprache dürfen oder müssen Sie pflegen? Wird der Leser sich über Emotionalität freuen (gilt meist eher für Frauen) oder sachlichere Texte bevorzugen (gilt meist für Männer)? Wie viel Zeit kann der Leser wohl Ihren Texten widmen, wie ausführlich dürfen oder müssen Sie also werden? Etwa: dicker Roman, ausführliches Handbuch oder kurze, knappe Anleitung. Um diese und ähnliche Punkte geht es.

Schon vor Jahren habe ich den Tipp gelesen, für einen fiktiven, ideellen Leser zu schreiben, den man sich aus diesen und ähnlichen Überlegungen zusammenstellt. Einer meiner Teilnehmer wandelte diese Information von mir leicht ab: Er zeichnete das Bild eines solchen fiktiven Lesers und klebte es sich an den Monitor. Von nun an konnte er immer ganz wortwörtlich „für den Leser schreiben“. :-)

Sich ein Bild vom Leser machen

Übrigens: Wenn Sie und Ihre Leser auf einer ähnlichen Wellenlänge liegen, haben Sie es leichter, verständlich zu schreiben und verstanden zu werden. Denn egal, wie sehr Sie auch versuchen, sich gut auszudrücken: Jeder liest und sieht in einem Text etwas anderes. Das liegt an unseren individuellen Wahrnehmungs- und Interpretationsfiltern. Eine hundertprozentige Passung zwischen Ihnen und Ihren Lesern wird es deshalb niemals geben, nur eine möglichst große Übereinstimmung.

Mit der folgenden Übung können Sie einen Eindruck davon bekommen, wie wichtig, aber auch wie schwer es ist, so zu schreiben, dass der andere, Ihr Leser, Sie versteht.



Aufgabe: Für den anderen schreiben

Für diese Aufgabe brauchen Sie einen Partner. Geben Sie dem anderen Stift und Papier. Bitten Sie ihn, das zu zeichnen, was Sie ihm gleich mit Worten beschreiben werden. Ihre Aufgabe ist es, irgendeinen Gegenstand im Raum nur mit Worten zu umschreiben, ohne Namen zu nennen oder Gesten zu machen. Sie haben dafür fünf Minuten Zeit, anschließend tauschen Sie und Ihr Partner oder Ihre Partnerin die Rollen. Zum Abschluss folgt die Auflösung: Jeder zeigt dem anderen, was er beschrieben hat. Hat der Partner den richtigen Gegenstand einigermaßen richtig wiedergegeben?

Zur Erklärung: Es geht hier nicht um Ratespiele wie „ich denke an ein Tier, dieses Tier ist ...“, bei der Sie herausfinden müssen, was der andere meint. Es geht darum, das, was Sie sehen, so genau wie möglich zu beschreiben und zu vermitteln. So, wie es auch die Aufgabe

eines Autors ist, die „Bilder“, die er oder sie im Kopf hat, so genau wie möglich niederzuschreiben. Ihr Partner sollte in der Lage sein, Ihren Erklärungen Stück für Stück zeichnend zu folgen, so, wie auch ein Leser Ihren Texten Stück für Stück folgen wird und muss.

Ziel der Übung ist es, eine Vorstellung davon zu bekommen, wie schwer es ist, wirklich gut zu kommunizieren und vom anderen verstanden zu werden. Und wie wichtig es ist, alles möglichst so zu (be-)schreiben, dass der Leser das geistige Bild und die Informationen des Autors zu ähnlichen Bildern und Informationen in seinem eigenen Kopf zusammensetzen kann. Nur so vermeiden Sie Missverständnisse und schreiben wirklich verständlich.

Dabei hilft Ihnen auch die bildhafte Sprache der nächsten Lektion.

Wenn Sie möchten, behalten Sie diese Übung beim Schreiben gern im Hinterkopf.

Lektion 3: Der Wortschatz I

Wie Sie die bildhaft-schöne Sprache pflegen und anschaulich schreiben

Reißen Sie Sprachunkraut heraus

Im Leben kann es mir das Herz brechen, „Unkraut“ zu vernichten. Schließlich können die armen Pflanzen nichts dafür, Unkraut zu sein und gerupft zu werden. :-). Für verständliche, anschauliche Texte würde ich Ihnen allerdings als Erstes empfehlen, sprachliches Unkraut und totes Gestrüpp zu beseitigen, kurz alles, was die Sprache belastet und ihr schadet. Dazu können gehören:

1. Amts- und Behördensprache

Ob Behörde oder Unternehmen – unsere offiziellen Schriften sind oft gespickt mit steifen Phrasen und unnatürlichen Formulierungen. Man richtet sich an jemanden mit „Bezug nehmend auf“ oder schließt mit „in Erwartung von“. Doch solche Formulierungen klingen steif und unnatürlich. Und wenn Sie Pech haben, verstehen die Menschen sie nicht einmal. Wer hat gesagt, dass offizieller Schriftverkehr nicht aus Alltagssprache bestehen darf? Sind Sie frei, Ihren eigenen Stil zu wählen? Dann, genau, reißen Sie heraus.

2. Substantivierungen

Auch Substantivierungen finden Sie oft bei offiziellen Texten. Das sind Verben, die zu Substantiven werden; Sie erkennen sie oft an Endungen wie –ung, -heit, -keit. Wenn jemand „der Beaufsichtigung der Kinder nachgeht“ statt einfach „die Kinder beaufsichtigt“, wenn jemand „sich um die Klärung der Zuständigkeiten kümmern will“ statt einfach „die Zuständigkeiten klärt (oder klären will)“, dann handelt es sich um solche umgewandelten Verben. Manchmal mögen sie notwendig sein, weil sie etwas anderes ausdrücken als das Ausgangswort. Doch wo das nicht der Fall ist, dürfen Sie wieder, genau, herauswerfen.

3. Bandwürmer

Nein, mit Bandwürmern meine ich nicht die aus der Biologie. Doch auch sprachliche Formulierungen können den Charakter von etwas „sich lang Dahinwindendem“ haben. Wörter wie „Materialbeschaffungsmaßnahme“ sind gar nicht mal selten, doch deshalb sind sie trotzdem nicht schön. Viele dieser Begriffe stammen übrigens wieder aus der Amtssprache. Können Sie sie abkürzen, auflösen oder durch andere Formulierungen ersetzen? Aus einem „Stellenausschreibungsprofil“ könnte ein „Stellenprofil“ oder ein „Anforderungsprofil“ werden. Bei der Materialbeschaffungsmaßnahme könnte man mit dem Grundgedanken „Material beschaffen“ oder „Material einkaufen“ arbeiten. Und ein Bindestrich macht eine „Grafikdesignausbildung“ zumindest optisch lesbarer zu einer „Grafikdesign-Ausbildung“.

4. Fachsprache

Auch Fachsprache und Fachbegriffe sind nicht ganz ungefährlich. Nicht jeder wird sie kennen, wird verstehen, wovon Sie reden. Um sicherzugehen, können Sie sie durch den Zusammenhang im Text, durch Klammern im Text oder durch ein Glossar im Anhang erklären. (In

einem Glossar nennen und erklären Sie verwendete Fachbegriffe.) Oder Sie versuchen, so oft wie möglich so allgemein verständlich wie möglich zu schreiben. Schauen Sie, was für Sie je nach Text und Leserkreis machbar ist. Bei hochgradigen Fachtexten für ein entsprechendes Fachpublikum ist Fachsprache ja durchaus erwünscht oder sogar notwendig.

Sprachliches Gestrüpp beseitigen



Aufgabe: Sprachunkraut herausreißen

Schulen Sie Ihren Blick, zum Beispiel mit dieser Aufgabe:

a) Nehmen Sie sich fremde Texte vor und suchen Sie nach Sprachunkraut. (Das können Zeitungsartikel sein, Schreiben von Behörden, ein Werbebrief – was vorhanden ist.)

b) Nehmen Sie sich eigene Texte vor und suchen Sie nach Sprachunkraut.

Finden Sie einiges vom oben erwähnten „sprachlichen Gestrüpp“? Was würden Sie damit machen, wie würden Sie es verbessern? Finden Sie weitere Dinge, die im obigen Sinn eine Last für einen Text sein können? Sie können eine der Teilaufgaben machen oder beide.

Schreiben Sie aktiv, positiv und sicher

Haben Sie Ihr Gestrüpp vernichtet? Gut. Dann gibt es als Nächstes ein paar Grundregeln, die aus Ihren Gedanken wieder verständliche Texte machen. Zum Beispiel:

1. Schreiben Sie aktiv

Wählen Sie möglichst oft aktive Verben, nennen Sie den Handelnden. Wenn passive Formulierungen für den Inhalt wichtig sind, ist es gut. Doch oft schwächen sie nur ab, wirken ungenau oder ermüden den Leser.

Beispiel

Statt: „Ihre neue Sitzgarnitur wird in zwei Wochen geliefert.“ (Passiv)

Lieber: „Wir liefern Ihre neue Sitzgarnitur in zwei Wochen.“ (Aktiv)