

Verständliche Fachtexte schreiben: So liebts Ihr Leser

Komplexe Fachthemen lesefreundlich aufbereiten

Inhalt

Im Frust vereint 5

Der Prozess: vom Entwurf zum Meisterwerk 6

So entwickeln Sie einen guten Rohtext 6

- Was ist das Thema meines Textes? 7
- Wer sind meine Leser? 7
- Warum ist mein Thema wichtig für diese Leser? 7
- Inhaltsskizze für Ihren Fachtext 7
- Optional: Welchen zusätzlichen Mehrwert liefert der Text? . 8

Ein Gerüst für Ihren Fachtext 9

- Den Rahmen abstecken 9
- Die Lücken füllen 9
- Immer an der Wand lang: Rohtext ausformulieren 10

Vom Rohtext zum Reintext 10

- So bauen Sie übersichtliche Sätze 11
- So gewinnt Ihr Text eine klare Struktur 12
- So finden Sie das beste Wort für jeden Zweck 13
- Verneinung/Witz/Ironie 14
- Fachbegriffe mit Augenmass verwenden 14
- Text entschlacken 15

Viel Weissraum, wenig Blei 15
So nutzen Sie die Wirkung der Satzzeichen 17
Stilistische Finessen für mehr Lesespass 18
Verlegenheitsfloskeln streichen 18
Wortwahl: kurz und deutsch 19
Aktiv schreiben 19
Verben vor Substantive 20
Adjektive sparen 21
Zu guter Letzt: Fehlersuche 21
Verständliche Fachtexte schreiben: Spickzettel 22
Rohtext entwickeln 22
Verständnishürden ausräumen 23
Stilistische Finessen 24
Fehlersuche 24

Verständliche Fachtexte schreiben: So liebts Ihr Leser

Komplexe Fachthemen lesefreundlich aufbereiten

Liebe Ingenieure, Mikrobiologen, Ärzte, Softwareentwickler, Finanzplaner, Steuerberater und Soziologen.

Wir sind euch wirklich dankbar für eure Arbeit. Nur eine Bitte: Wenn ihr uns etwas zu sagen habt, lest vorher das hier.

Danke.

Dies ist eine ausführliche Anleitung. Was wir hier empfehlen, hat sich in zahllosen Inhouse-Trainings mit Fachleuten aller Richtungen bewährt. (Bauingenieure, Pharmazeuten, Juristen, Banker, Doktoranden …)

Was Sie erwartet?

- Ein Masterplan für einen professionellen Schreibprozess (Vorbereitung > Rohtext > Reintext > Korrektorat)
- Praktisch bewährte Tipps und Hilfsmittel für jede Phase
- Viele Querverweise zu vertiefender Lektüre
- Ein Spickzettel mit den wichtigsten Informationen auf einem Blatt

Im Frust vereint

Der Frust. Das ist die vorherrschende Emotion bei Fachleuten und Laien, wenns um Fachtexte geht.

Die Fachleute leiden unter dem Zwang zur Vereinfachung und Veranschaulichung, leiden darunter, bei Adam und Eva beginnen zu müssen und viele spannende Details weglassen zu müssen, weil der Horizont ihrer Leser einfach nicht ausreicht.

Die Laien leiden unter der verwirrenden Vielfalt ungewohnter Fachbegriffe, unter labyrinthischen Satzkonstruktionen und unter gedanklichen Sprüngen, weil etwas «Selbstverständliches» weggelassen wurde, das ihnen zum Verstehen fehlt.

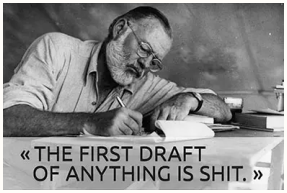
Recht haben sie. Beide.

Aber sie sind auch aufeinander angewiesen. Die Fachleute brauchen die Laien, weil ihr Wissen dort den grössten Marktwert hat. Und die Laien brauchen die Fachleute, wenn ihre eigene Kompetenz ans Limit stösst.

Wenn Sie Fachtexte schreiben und Ihren Lesern ein paar Schritte entgegenkommen möchten, sind Sie hier goldrichtig.

Der Prozess: vom Entwurf zum Meisterwerk

Jeder gute Text war mal ein erbärmlicher Entwurf.



Ernest Hemingway meinte dazu:

«The first draft of anything is shit.»

Warum ich Ihnen das erzähle?

Weil Sie viel besser schreiben, wenn Sie nicht von Anfang perfekt sein wollen. Der Rohentwurf ist dazu da, Ihre Gedanken einzufangen. Mehr nicht.

Danach gehts ans Überarbeiten und Feilen. Das dauert manchmal länger als der erste Entwurf.

Der Rohtext ist Verbrauchsmaterial. Vieles, was dort drinsteht, wird noch überarbeitet, ergänzt oder wieder gelöscht. Aber auch der Rohtext braucht ein paar Vorüberlegungen, damit er nicht zum Fehlstart wird.

So entwickeln Sie einen guten Rohtext

Zuerst müssen wir uns mit Ihrer Perspektive beschäftigen. Sie kennen sich aus. Sie können abendfüllend über Ihr Thema reden und immer neue spannende Details aus dem Hut ziehen. Es macht Ihnen Freude, Ihre Kompetenz auszuspielen. Nicht aus Geltungsdrang, sondern aus Leidenschaft fürs Thema. Diese Leidenschaft darf aber nicht zulasten Ihrer Leser gehen. Denn die wichtigste Regel für alle Texte ist:

Texte sind Dienstleistungen für Leser.

Gute Texte müssen nicht den Autoren, sondern ihren Lesern gefallen. Es geht also nicht darum, was Sie als Autor können oder wollen,

sondern darum, was Ihre Leser brauchen. Entwickeln Sie Ihre Texte wie ein Produkt, das für seine Zielkundschaft unwiderstehlich ist.

Fragen Sie sich: Welche Aufgabe hat der Text? Was gehört hinein, damit der Leser am Ende denkt: «Gut, dass ich das gelesen habe.»? Dazu beantworten Sie sich die folgenden Leitfragen:

Was ist das Thema meines Textes?

- Was muss der Text **unbedingt enthalten**?
- Welche (interessanten, benachbarten …) Themen **klammere ich absichtlich aus**, damit die Kernbotschaft maximale Strahlkraft erhält und der Leser den Überblick behält?
- Welche (maximal drei) **Einsichten** soll der Leser am Ende gewonnen haben? (Wenn Sie ein Buch schreiben, reichen drei Einsichten nicht. Dann gilt diese Regel für Abschnitte oder Kapitel.)

Wer sind meine Leser?

- Welche **Beziehung** haben sie zum Thema?
- Wie viel **Vorwissen** kann ich voraussetzen?
- Welche **Erwartungen** haben sie an meinen Text?

Warum ist mein Thema wichtig für diese Leser?

- Gibt es einen aktuellen **Bezug**?
- Welches **Problem** will der Leser lösen?
- Welche **Chancen** will der Leser nutzen?
- …

Inhaltsskizze für Ihren Fachtext

- Wie könnte ich **starten** (erster Satz)?
- Wie könnte ich **enden** (letzter Satz)?
- Was gehört **dazwischen** (in wenigen Stichworten den Gedankengang skizzieren)?

Optional: Welchen zusätzlichen Mehrwert liefert der Text?

- Literaturempfehlungen zum Vertiefen
- Checklisten und Schritt-für-Schritt-Anleitungen
- Veranstaltungstipps
- Lieferantenempfehlungen
- Linksammlungen, Videos
- ...

Ein Gerüst für Ihren Fachtext

Den Rahmen abstecken

Wenn Sie sich über diese Fragen im Klaren sind, können Sie ein Gerüst Ihres Textes bauen. Unter dem Punkt «Inhaltsskizze» weiter oben haben Sie dazu schon wichtige Vorarbeit geleistet.

Wenn Sie bis hierhin mit Papier und Stiften gearbeitet haben, sollten Sie jetzt **Ihre Textverarbeitung anschmeissen**. Alles, was Sie ab hier tun, gehört schon zum Rohtext.

Zuerst bauen Sie sich eine **Liste der Überschriften und Zwischenüberschriften**, die die wichtigen Wegpunkte Ihres Textes markieren. Fangen Sie noch nicht mit dem Ausformulieren des Textkörpers an. Erst soll das ganze Gerüst stehen.

Ob Ihr Gerüst vollständig ist, überprüfen Sie ganz einfach:

Wenn Sie sich in Gedanken **von Überschrift zu Überschrift** hangeln, muss in Ihrem Hinterkopf der Eindruck entstehen: «Prima – wenn ich das alles sauber aufgeschrieben habe, ist das ein gelungener Text, der genau das liefert, was meine Leser sich wünschen.»

Die Lücken füllen

Wenn die Überschriften stehen, gehen Sie eine Ebene tiefer. Schreiben Sie zunächst nur ein paar **Stichpunkte** unter die Überschriften; als Skizze der Gedanken, die zur jeweiligen Überschrift gehören.

Bleiben Sie noch kurz bei Ihrem Gerüst. Wenn Sie es überfliegen, soll sich der gesamte Gedankengang vor Ihrem geistigen Horizont entfalten. Alles drin, alles dran, **nichts zu viel und nichts zu wenig?** Prima. Dann sind Sie bereit für die nächste Phase. Die geht Ihnen (dank der Vorarbeit) nun viel leichter von der Hand.

Immer an der Wand lang: Rohtext ausformulieren

Jetzt formulieren Sie Ihren Rohtext aus. Gehen Sie Abschnitt für Abschnitt vor und gönnen Sie sich auch mal eine kreative Pause. Bleiben Sie dabei eng an den Vorgaben, die die Überschriften und die Stichworte abgesteckt haben. Schreiben Sie nicht mehr, als Sie in Ihrer Skizze geplant hatten. Viele schlechte Texte kranken daran, dass dem Schreiber die Disziplin fehlte, nur das Notwendige zu schreiben.

Wenn Sie irgendwo steckenbleiben, gehen Sie einfach weiter. Später fällt Ihnen zu der schwierigen Stelle vielleicht leichter etwas ein.

Jetzt haben Sie einen Rohtext. Ein anerkennendes Schulterklopfen ist angebracht. Wenn sonst keiner auf die Idee kommt, müssen Sie es selbst tun: Gratulieren Sie sich. Ab hier bläst Rückenwind.

Vom Rohtext zum Reintext

Und wie gehts weiter mit Ihrem Entwurf?

Vom Rohtext zum Reintext gelangen Sie in zwei Schritten. Erst räumen Sie die «Lesebremsen» und Verständnishürden aus und dann setzen Sie noch ein paar Glanzpunkte (Anleitungen für beides siehe unten).

Die wichtigen Stellschrauben für die Textverständlichkeit sind in unserem Artikel «Die vier Dimensionen der Textverständlichkeit» beschrieben. Das dort beschriebene «Hamburger Modell» ist sehr einleuchtend. Mit dem im Hinterkopf lesen Sie Ihren Text jetzt zügig durch und markieren die Stellen, an denen Sie hängen bleiben, das Lesetempo verlangsamen oder zurückgehen müssen.

Wo das passiert, gibt es nichts zu verhandeln. Dort ist Ihr Text noch nicht gut genug. Solche Passagen müssen Sie umformulieren.

Das häufigste Problem ist undurchsichtiger Satzbau.

So bauen Sie übersichtliche Sätze

Zum Satzbau und seiner Wirkung auf die Lesbarkeit, vor allem bei Fachtexten, hätte ich, beginnend mit der ehernen Regel «Ein Gedanke pro Satz» und der Empfehlung «Hauptsachen in Hauptsätze» und dem Hinweis darauf, dass kurze Sätze leichter verstehbar sind, lange aber Atmosphäre schaffen, viel zu sagen.

Das war, Sie ahnen es, ein schlechtes Beispiel. Vor allem, weil es gegen die erste Regel verstösst:

Ein Gedanke pro Satz.

Pressen Sie nicht zwei Gedanken in einen Satz und strecken Sie einen Gedanken auch nicht über mehrere Sätze. Spendieren Sie jedem Gedanken einen Satz ganz für sich allein.

Ausserdem: Die Hauptsache gehört in den Hauptsatz. In den Nebensatz gehören die Nebensachen, die Ergänzungen und Zusatzinformationen.

Kurze Sätze sind meist verständlicher als lange. Aber lange Sätze sind nicht per se schlecht. Wenn ihre Struktur klar ist, sind sie interessantes Stilmittel.

In einem langen, aber übersichtlichen Satz kann sich ein schillernder Gedanke entfalten, der neben seiner Hauptaussage auch noch Zwischentöne kennt; der in der Schwebe bleibt, bis auch die Untertöne formuliert sind, die ihn glänzen lassen.

Solche langen Sätze müssen aber sequenziell (ohne Rückbezüge) gegliedert sein. Dann sind sie mühelos verständlich.

Kurze Sätze erzeugen Tempo und Spannung; lange Sätze verlangsamen und schaffen Atmosphäre. Bei langen Sätzen (mit Einschüben)

ist die 3-Sekunden-Regel wichtig: Einschübe zwischen zusammengehörenden Textteilen müssen sich in maximal 3 Sekunden lesen lassen. Mehr überfordert das Kurzzeitgedächtnis und stört den Lesefluss.

Statt: «Nachdem der vor einer Woche mit 128 Stimmen in offener Abstimmung zum Vorsitzenden gewählte Peter Steinmann seinen Verzicht zur Annahme der Wahl erklärt hatte, wählte die Mitgliederversammlung am Mittwoch im dritten Wahlgang Barbara Schmidlin in dieses Amt.»

Besser: «Vor einer Woche wurde Peter Steinmann mit 128 Stimmen zum Vorsitzenden gewählt. Inzwischen hat er die Wahl aber abgelehnt. Gestern wählte die Mitgliederversammlung im dritten Wahlgang Barbara Schmidlin an seiner Stelle.»

Wer seine Sätze vermurkst, vermurkst meist auch den Aufbau. Das ist die zweithäufigste Stolperfalle.

So gewinnt Ihr Text eine klare Struktur

In Ihren eigenen Gedanken finden Sie sich leicht zurecht; auch wenn Sie beim Erzählen Haken schlagen, Gedankensprünge einbauen und Hintergründe weglassen.

Aber wenn Sie einen Aussenstehenden mitnehmen wollen, brauchen Ihre Gedanken einen roten Faden, an dem sich der Leser festhalten kann.

Vielleicht müssen Sie die Reihenfolge Ihrer Inhalte verändern. Präsentieren Sie Ihre Gedanken in einer schlüssigen Struktur (vorher – nachher, allgemein – konkret …) und verbinden Sie Abschnitte mit Textscharnieren, die zeigen, wie die Teile zusammenhängen.

Textscharniere sind der «Kitt», der Ihre Gedanken zusammenhält (deshalb, im Gegensatz dazu, ausserdem, vor diesem Hintergrund …). Ausführlicher finden Sie das in unserem Artikel «Der rote Faden».

Wenn Satzbau und Struktur stimmen, ist Ihr Text schon verständlicher als das meiste, was Ihren Lesern sonst vor Augen tritt. Aber vielleicht hat Ihr Text noch etwas mehr Potenzial, wenn Sie die Begriffe zuspitzen.

So finden Sie das beste Wort für jeden Zweck

Gute Schreiber hören genau hin, was Sie schreiben. Sie mühen sich um das klare, das treffende Wort, damit ihr Leser weniger Mühe hat und die Botschaft punktgenau landet.

Das bedeutet:

- Erklären Sie unverständliche Fachausdrücke oder benutzen Sie konkrete Beispiele.
- Suchen Sie stets das konkrete, treffende Wort: Auto > Porsche Geflügel > Gänse Sport -> Krafttraining
- Pars pro toto statt Oberbegriffe: Allgemeine Formulierungen sollen oft eine Vielfalt benennen. Der Oberbegriff «Bäume» kann für Tannen, Eichen, Fichten oder Erlen stehen. Eine vollständige Aufzählung all dessen, was der Oberbegriff meinen kann, ist meist unmöglich. Eleganter und schwungvoller ist die Figur des «pars pro toto», also das Aufzählen beispielhafter Elemente, die für die ganze Vielfalt stehen. Statt: Wir organisieren vielfältige Anlässe Besser: Party, Hochzeit oder Familienbrunch: Wir kümmern uns. Verlassen Sie sich drauf: Der Leser versteht, dass hier auch ein Klassentreffen möglich ist.
- Meiden Sie unscharfe / allgemeine / abstrakte Wortwahl: Gute Texte führen zu anschaulichen Bildern in den Köpfen Ihrer Leser. Schreiben Sie so, dass Ihre Leser sich etwas vorstellen können. Statt: Die Erkrankung macht dem Patienten Probleme. Besser: Seit ihn der Schwindel heimsucht, traut er sich nicht mehr aus

dem Haus. Er verliert oft das Gleichgewicht, läuft unsicher und sucht dauernd Halt.

- Meiden Sie schiefe Sprachbilder / Wortverbindungen: «Sein Rücken ist seine Achillesferse.» «Dank Schlaganfall war er gelähmt.»
- Meiden Sie aufgeblähte Formulierungen: das ist eine anspruchsvolle Aufgabe > es ist schwierig vor diesem Hintergrund erscheint besonders wichtig, dass > deshalb Die globalen Aspekte dieses Themenspektrums haben weit reichende Implikationen. > ... (Wer nichts zu sagen hat, soll schweigen.)

(Mehr dazu in unserem Artikel «Das treffende Wort».)

Verneinung/Witz/Ironie

Wenn Ihr Leser übersieht, dass eine Passage ironisch oder witzig gemeint ist, geht Ihre Botschaft baden.

Auch Verneinungen sind Verständnishürden. Verneinung sagt nur, was nicht gemeint ist (Das neue Gesetz ist keine Lösung). Offen bleibt, was gemeint ist (Das neue Gesetz führt zu mehr Bürokratie).

Humor und Ironie sind, gekonnt platziert, ein Segen für Ihre Texte. Aber sie sind auch ein riskantes Stilmittel. Nicht jeder durchschaut die Ironie und nicht alle lachen über das Gleiche. Vergewissern Sie sich, indem Sie andere Leute fragen, ob Ihr Witz wirklich lustig ist und Ihre Ironie richtig verstanden wird. Beim kleinsten Zweifel: weglassen.

Fachbegriffe mit Augenmass verwenden

Wenn Sie für ein fachlich versiertes Publikum schreiben, dürfen Sie nicht ganz auf Fachjargon verzichten. Sonst befremden Sie die Fachleute, die wissen, wo welcher Fachbegriff hingehört.

Wenn Sie das gleiche Thema für ein Laienpublikum schreiben, müssen Sie die allermeisten Fachbegriffe erläutern oder durch verständliches Deutsch und konkrete Beispiele ersetzen. Es ist also vom Zielpublikum abhängig, wie viel Fachchinesisch Ihr Text braucht oder verträgt.

Text entschlacken

In Ihren Text darf nur, was nötig ist. Jeder Absatz, jede Passage, jedes Wort, das nicht zu seiner Wirkung beiträgt, ist schlecht für Ihren Text. Es ist nicht nur überflüssig (wie ein Regenschirm bei Sonne), sondern störend bis gefährlich (wie ein Geschwür).

Ganz selten mal dürfen Sie sich einen Luxus-Schnörkel gönnen. Aber nur, wenn er auch etwas beiträgt: ein abstraktes Thema anschaulich macht, Atmosphäre schafft oder die Beziehung zum Leser vertieft.

Ich habe in meinem ganzen Leben noch keinen Rohtext gesehen, der nicht durch Kürzen besser geworden wäre.

Das Rezept für einen interessanten Text:

- Wichtiges zu Beginn; betont, hervorgehoben
- Unwichtiges weglassen
- Kurioses, Menschliches, Niedliches, Aktuelles: sparsam einsprenkeln

Viel Weissraum, wenig Blei

Viele Leser «scannen» Texte nur. Denen muss man rasch zeigen, was der Text zu bieten hat.

Eine ganze (Bildschirm-) Seite Text ohne Hervorhebungen oder grafische Elemente (Bleiwüste) wirkt ermüdend. Verwöhnen Sie ihre Leser

mit abwechslungsreichem Layout und bieten Sie dem schweifenden Blick immer mal wieder ein Plätzchen zum Verweilen an.

Solche Haltepunkte können sein:

- Überschriften
- Zwischenüberschriften
- Hervorhebungen (fett)
- Bullet Points
- Tabellen
- Bilder / Grafiken
- Bildunterschriften
- Zitate in Kästen

In meinen Schreibseminaren für Fachtexte erweisen sich die Bullet Points immer wieder als Segen. Schauen Sie selbst:

Das Didaktik-Zertifikat kann an der Hochschule … für die Fächer Agrarwissenschaften, Elektrotechnik und Informationstechnologie, Gesundheitswissenschaften und Technologie, Lebensmittelwissenschaft, Maschineningenieurwissenschaften und Verfahrenstechnik, Rechnergestützte Wissenschaften und Umweltlehre sowie für die gymnasialen Fächer Informatik, Mathematik und Physik erworben werden. (Quelle: Hochschul-Webseite).

Mit Bullet Points wirds viel übersichtlicher:

Das Didaktik-Zertifikat kann an der Hochschule … für die Fächer

- Agrarwissenschaften
- Elektrotechnik und Informationstechnologie
- Gesundheitswissenschaften und Technologie
- Lebensmittelwissenschaft
- Maschineningenieurwissenschaften und Verfahrenstechnik
- Rechnergestützte Wissenschaften und

- Umweltlehre sowie für die
- gymnasialen Fächer Informatik, Mathematik und Physik

erworben werden.

Nun sind Sie schon bei den raffinierteren Verständnishelfern angekommen. Dazu gehört auch die Vielfalt der Satzzeichen.

So nutzen Sie die Wirkung der Satzzeichen

Die meisten Amateure benutzen in ihren Texten fast nur Punkt und Komma, gelegentlich ein Fragezeichen und viel zu viele Ausrufezeichen.

Semikolon, Doppelpunkt, Gedankenstrich: Fehlanzeige.

Der Punkt trennt schärfer als das Komma, das Semikolon schwebt dazwischen; und der Doppelpunkt: Wie der die Aufmerksamkeit bündelt. Filmreif.

Der Gedankenstrich passt zu einem betonten Einschub. Er setzt den Zwischenruf – von kurzen Kunstpausen umrahmt – viel deutlicher ab, als das ein Komma könnte.

Das Ausrufezeichen dürfen Sie nur einmal im Monat benutzen; und nie als Flickschusterei an einem welken Satz, der verzweifelt um Aufmerksamkeit bettelt.

Im schriftlichen Ausdruck fehlen uns viele Ausdruckmittel, die in Gesprächen selbstverständlich sind: Sprachmelodie, Lautstärke, Mimik, Gestik, Körperhaltung: All diese Stilmittel verändern die Bedeutung dessen, was wir sagen. Beim Schreiben haben wir nur den Text und eine mickrige Auswahl an Satzzeichen. Kaum zu glauben, dass so viele Schreiber nicht einmal das Wenige ausschöpfen, das ihnen gegeben ist.

Stilistische Finessen für mehr Lesespass

Wenn Ihr Fachtext verständlich ist, haben Sie schon fast gewonnen. Jetzt kommt noch die Kür: Stilistische Feinarbeit macht aus einem verständlichen Text ein kleines Juwel.

Die folgenden Vorschläge helfen weiter:

Verlegenheitsfloskeln streichen

Ein- und Ausstieg von Texten bereiten vielen Schreibern Mühe. Sie wollen nicht einfach mit der Tür ins Haus fallen oder nicht unvermittelt abbrechen, wenn alles Wichtige gesagt ist. Dann verhunzen sie ihre Texte mit abgegriffenen Allerweltsfloskeln.

Beispiele:

- Unser Alltag ist geprägt von ...
- In der heutigen Zeit ...
- Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit ...

Solche Sätze sind «ein netter Versuch, etwas Nettes zu sagen». Sie ärgern niemanden, lösen aber auch nur ein müdes Lächeln aus. Echte Höflichkeit erschöpft sich nicht im Abspulen einer Floskel. Oft kann man gerade an diesen Stellen glänzen, wenn man etwas Originelles schreibt:

- Seit dem 8. April ist es amtlich...
- Wir sehen uns wieder am ...
- Jetzt sind Sie am Zug ...

Tipp: Wenn Ihr Text fertig ist, prüfen Sie, ob er besser wird, wenn Sie den ersten Satz/Absatz und den letzten Satz/Absatz streichen.

Wortwahl: kurz und deutsch

Die besten Wörter sind die treffenden, kurzen, deutschen, die jeder versteht, die aber noch nicht abgenutzt sind.

- Kurze Wörter sind besser als lange.
- Extralange Komposita wie «Nutzerinformationen» oder «Dampfschifffahrtskapitän» verschlechtern die Lesbarkeit. Weil sie unübersichtlich sind und selten vorkommen, müssen sie Buchstabe für Buchstabe gelesen werden. Kurze Wörter erkennt Ihr Leser mit einem halben Blick.
- Deutsche Wörter sind besser als Fremdwörter. Die Sprache guter Kinderbücher haben wir zuerst gelernt. In ihr wurzeln unsere tiefsten Emotionen.

Aktiv schreiben

Aktive Formulierungen klingen meist lebendiger, persönlicher und interessanter als passive. Also statt «Ihre Anmeldung wurde entgegengenommen» lieber «Sie sind jetzt angemeldet».

Stellen Sie sich ein Formel-I-Rennen vor. Das Aktiv ist die Aufnahme aus der Helmkamera des Piloten. Wir sind dabei. Das Passiv klingt nüchtern und distanziert. Wer engagierte Leser will, schreibt aktiv. Wer das Klima abkühlen oder versachlichen will, schreibt passiv.

Leider wird an vielen Hochschulen (in Anleitungen für wissenschaftliches Schreiben) ein Passiv-Stil propagiert. Angeblich sei der besser, weil er konsequent die Personalpronomina «ich» und «wir» vermeidet. Es gehe ja nicht um die Autoren, sondern um die Sache.

Ich meine: Es ist ein Gewinn, auch bei Fachtexten die Autoren «durchzuschmecken». Albert Einstein, Werner Heisenberg, Sigmund

Freud, Robert Koch: Sie alle hatten ihre unverkennbare Schreibstimme, in der ihre Persönlichkeit sichtbar wurde. Natürlich ist ein wissenschaftlicher Text kein Erlebnisaufsatz. Es gibt aber keinen vernünftigen Grund, zwanghaft das Passiv zu suchen.

Wenn Sie diesen Artikel lesen, weil Sie gerade eine Masterarbeit schreiben müssen, haben Sie womöglich keine Wahl. Wenn Ihr Professor elegante Prosa als «unwissenschaftlich» abstraft, müssen Sie mit den Wölfen heulen.

Aber später, wenn Sie im wirklichen Leben für andere Leute schreiben, holen Sie das Aktiv zurück in Ihre Texte.

Verben vor Substantive

Verben zeigen Aktion. Da tanzt der Bär. Da jubelt das Herz. Substantive klingen statisch.

Natürlich kommt es auch hier auf die Mischung an. Aber meist gewinnen Texte, wenn man den Anteil der Verben erhöht. Chancen für mehr Verben bieten Substantive auf -ung und –keit und –heit (Erläuterung, Aufmerksamkeit, Klugheit). Solche «Nominalisierungen» können Sie durch Ausdrücke mit Verben ersetzen.

Beispiel:

- «Um Aufmerksamkeit für die Ideensammlung wird gebeten» – das ist ein Satz mit 5 PS.
- «Bitte beachten Sie unsere Ideensammlung» – klingt schon etwas stärker.
- «Wir haben fleissig gesammelt und jetzt schenken wir sie Ihnen: Die 32 besten Ideen für …» – dieser Satz hat 100 PS.

Mehr dazu in unserem ausführlichen Artikel «Das Lob der Verben».

Adjektive sparen

Adjektive sind prima. Wenn es etwas zum Unterscheiden oder Bewerten gibt: «Die braunen Schuhe, nicht die schwarzen», «Das rote Kleid ist festlicher». Sonst sind sie meist überflüssig, will sagen schädlich:

- oft sind sie selbstverständlich (die gelbe Sonne)
- oft ersetzbar durch ein treffendes Wort (laut und schief singen – grölen)
- und oft klischeehafte Kombinationen (schwere Verstösse, gravierende Probleme)

Schwache Adjektive einzusparen, macht Ihre Texte kürzer und interessanter, erweitert Ihren Wortschatz und erzieht Sie zum präzisen, originellen Formulieren.

Mehr dazu lesen Sie beim Artikel über Mark Twains Abneigung gegenüber Adjektiven.

Zu guter Letzt: Fehlersuche

Jetzt haben Sie einen verständlichen Text, der auch stilistisch etwas hermacht. Das Einzige, was den guten Eindruck jetzt noch ramponieren könnte, sind schlampige Rechtschreibung und Fehler in der Grammatik.

Solche Fehler sind umso schwerer zu finden, je intensiver Sie an einem Text gearbeitet haben. Ich spreche aus Erfahrung. Weil Sie Ihren Text in- und auswendig kennen, «lesen» Sie ihn gar nicht mehr. Ihr Bewusstsein schweift per Autopilot von Zeile zu Zeile. Sie wissen ja schon, was drinsteht.

So finden Sie keine Fehler.

Lassen Sie den Text eine Weile (je länger, desto besser) liegen und ziehen Sie auch noch ein fremdes Augenpaar hinzu.

Zum Korrigieren brauchen Sie eine «gesteigerte Aufmerksamkeit» und vielleicht noch ein paar Quellen und Werkzeuge. Alle Tricks, Tipps und Hilfsmittel dazu haben wir in unserem Artikel «Korrekturlesen: So finden Sie (fast) alle Fehler» zusammengetragen (mit Tool zur schweizerdeutschen Rechtschreibprüfung).

Verständliche Fachtexte schreiben: Spickzettel

Rohtext entwickeln

Texte sind Dienstleistungen für Leser.

- Was muss der Text **unbedingt enthalten**?
- Welche Themen klammere ich absichtlich aus?
- Welche **Beziehung** haben meine Leser zum Thema?
- Welche **Einsichten** sollen die Leser gewinnen?

Ein Gerüst für Ihren Text

- Bauen Sie sich eine **Liste der Überschriften und Zwischenüberschriften**
- Schreiben Sie ein paar **Stichpunkte** unter jede Überschrift; als Gedankenskizze
- Formulieren Sie Ihren Rohtext **Abschnitt für Abschnitt**
- Schreiben Sie nicht mehr, als Sie in Ihrer Skizze **geplant** hatten

Verständnishürden ausräumen

Klippen finden

- Lesen Sie Ihren Text zügig durch und markieren Sie die Stellen, an denen Sie hängen bleiben, das Lesetempo verlangsamen oder mehrmals lesen müssen. Diese Stellen überarbeiten Sie zuerst.

Wichtige Verständnishelfer

- **Ein Gedanke** pro Satz.
- **Schachtelsätze** und unübersichtliche Konstruktionen meiden.
- **Kurze Sätze** erzeugen Tempo und Spannung; **lange Sätze** schaffen Atmosphäre. **3-Sekunden-Regel** beachten.
- Gedanken in **schlüssiger Struktur** präsentieren (vorher – nachher, allgemein – konkret ...)
- Abschnitte mit **Textscharnieren** (deshalb, im Gegensatz dazu ...)
- Stets das **konkrete, treffende Wort** (Sport -> Krafttraining)
- Schiefe Sprachbilder meiden (Sein Rücken ist seine Achillesferse.)
- Zurückhaltung üben bei **Verneinung/Witz/Ironie**
- **Fachbegriffe** mit Augenmass verwenden; das richtige Mass hängt vom Publikum ab.
- Nur schreiben, **was nötig ist**, damit der Text seinen Zweck erfüllt.
- Abwechslungsreiches (und hilfreiches) Layout statt **Bleiwüste**.
- **Satzzeichen** bewusst einsetzen: Häufiger Doppelpunkt, Semikolon, Gedankenstriche verwenden.

Stilistische Finessen

- Verlegenheitsfloskeln streichen. Wenn Ihr Text fertig ist, prüfen Sie, ob er besser wird, wenn Sie den ersten Satz/Absatz und den letzten Satz/Absatz streichen.
- Wortwahl: kurz, deutsch, echt
- Aktive Formulierungen bevorzugen (lebendig, persönlich, interessant)
- Passive Formulierungen erzeugen Distanz und Kälte.
- Meist gewinnen Texte, wenn man den Anteil der Verben erhöht.
- Nominalisierungen (Erläuterung, Aufmerksamkeit) meiden. Durch Ausdrücke mit Verben ersetzen.
- Adjektive sparen – die meisten sind überflüssig

Fehlersuche

- Lassen Sie den Text eine Weile liegen, bevor Sie Fehler suchen.
- Lassen Sie den Text auch von jemand anderem lesen.
- Hilfsmittel unter Korrekturlesen

Das wars für heute.

Vielen Dank fürs Lesen.

Matthias Wiemeyer



Copyright © 2026 Matthias Wiemeyer

Gefunden auf: schreibszene.ch/blog

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung *(die im Regelfall aber gewährt wird – einfach anfragen an info@schreibszene.ch)* des Herausgebers in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln – elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen, Scannen oder auf andere Weise – reproduziert, gespeichert oder übertragen werden. Es ist illegal, diesen Text zu vervielfältigen, auf einer Website zu veröffentlichen oder auf andere Weise ohne Genehmigung zu verbreiten.

Veröffentlicht von schreibszene und Content Marketing Akademie