

**BUSINESS
TOOLBOX**

... professionell & sicher im Job!



Sigrid Varduhn

Einfach besser schreiben im Beruf

Überzeugende E-Mails, Angebote, Konzepte & Co.

STARK

Sigrid Varduhn

Einfach besser schreiben im Beruf

Überzeugende E-Mails, Angebote, Konzepte & Co.

Coverbild: iStock.com/drogatnev

ISBN 978-3-8490-2032-3

© 2016 by Stark Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
www.berufundkarriere.de

Das Werk und alle seine Bestandteile sind urheberrechtlich geschützt. Jede vollständige oder teilweise Vervielfältigung, Verbreitung und Veröffentlichung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Verlages.

Inhalt

Zum Einstieg	5
Das können Sie schon alles	7
Texte als schriftliche Gespräche	8
Ist das dann nicht Umgangssprache?	10
Wie reden Sie denn?	15
Ihre Gesprächsstärken im Text	18
Sich selbst besser zuhören	20
Die Fragen des Lesers	25
Ihre Antworten: Einfach losschreiben	27
Knifflige Fragen = bessere Texte	31
Floskeln? Brauchen Sie gar nicht!	35
Ihnen fällt viel mehr ein	36
Auswählen, was passt	41
Schreiben, was Sie meinen	43
Vor dem Klang: die Klarheit	44
Von der Botschaft zur Formulierung kommen	47
Knackpunkte ansprechen	53
Das Vertrauen des Lesers gewinnen	54
Auf Einwände eingehen	57
Verstanden werden	63
Verständlichkeit = Leselust	65
Auch Fachleute lesen gern einfach	69
Kaugummi-Substantive und Passiv-Stil	73
Verben statt Substantiven	74
Aktiv statt passiv formulieren	76

Wie hört es sich an?	81
Satzzeichen: Bringen Ihren Text zum Klingen!	82
Heute schon gefragt?	85
Kopfkino beim Leser	89
Zeigen statt behaupten	91
Das Gelbe vom Ei? Passende Redewendungen finden	94
Persönlich werden	99
Spiegeln zeigt, dass Sie verstanden haben	100
Auch bei Mehrfachsendungen – die individuelle Note ..	105
Erzählen Sie doch mal	107
Storytelling macht es spannend	109
Erfinden? Brauchen Sie gar nicht	110
Schlusswort	115
Häufig gestellte Fragen – meine Antworten	117
Anhang	127
Auflösung zur Übung „Kaugummi-Substantive umwandeln“ (Kapitel „Verben statt Substantiven“)	128
Auflösung zur Übung „Vom Passiv zum Aktiv“ (Kapitel „Aktiv statt passiv formulieren“)	129
Auflösung zur Übung „Texte zum Klingen bringen“ (Kapitel „Heute schon gefragt?“)	130
Literaturverzeichnis	131
Stichwortverzeichnis	132

Zum Einstieg

Woran haben Sie heute schon geschrieben? An geschäftlichen E-Mails oder Briefen? An einem Konzept oder einem Bericht, einem Angebot oder einer Präsentation? Haben Sie gleich gewusst, wie Sie anfangen wollen und waren Sie mit allen Formulierungen und Argumenten zufrieden? Oder hatten Sie das Gefühl, dass es noch nicht hundertprozentig das ist, was Sie eigentlich sagen wollten?

Seit 20 Jahren arbeite ich als Schreibtrainerin mit Menschen, die im Marketing, im Verkauf und im Service tätig sind. Sie schreiben nicht nur, aber auch und möchten gern prägnanter und aufmerksamkeitsstärker formulieren. Wenn ich ihnen im Gespräch zuhöre, merke ich: Das Material dafür ist längst da. Nur nutzen sie es noch zu wenig beim Schreiben.

Ob E-Mails, Berichte, Präsentationen, Werbebriefe, Newsletter oder Onlineseiten – wir alle sind auch Empfänger von Texten aller Art. Wir legen oder klicken weg, was unseren Bedarf nicht trifft oder nicht spannend genug ist. Die Folge: Diese Texte werden nicht oder nur angelesen. Es kann sein, dass die Absender

etwas Spannendes zu erzählen haben. Aber sie tun es nicht – zumindest nicht in ihren Texten.

Den einen **perfekten Text**, der sich für alle Situationen nutzen lässt, gibt es nicht. Ob ein Text erfolgreich ist, ergibt sich daraus, ob er zum **Kommunikationsziel**, zum Anlass, zum Verfasser und zum Empfänger passt. Auch was sehr gut formuliert ist, kann am Leser und seinen Bedürfnissen vorbeigeschrieben sein. Statt Mustervorlagen finden Sie deshalb in diesem Buch einfach umzusetzende Techniken, mit denen es gelingt, in jeder Textsorte **dialog- und zielorientiert** zu schreiben.

Ihre Texte können mehr! Die Fragen des Lesers zu beantworten und Knackpunkte anzusprechen, bringt nicht nur einen lebendigeren Stil in Ihre Texte, sondern oft auch prägnantere Argumente und Inhalte. Sie lernen, sich selbst gut zuzuhören und auf Formulierungen zu achten, die Sie im Gespräch einsetzen. Mit der Zeit wird es für Sie zur vertrauten Gewohnheit, beim Schreiben auf Ihre eigene Stimme zu achten und sie zu Papier oder auf den Bildschirm zu bringen. Damit es wirklich Ihre Worte sind, die in Ihren Texten landen. Nicht nur Sie haben dann noch mehr Lust, diese Texte zu lesen – der Empfänger auch.

Aktiv formulieren, mehr Verben verwenden, bildhaft schreiben – diese Methoden funktionieren auch, ohne dass Sie darauf achten, wie Sie im Gespräch vorgehen. Aber wieso sollten Sie nur in kleinen Schritten vorankommen, wenn auch ein Quantensprung möglich ist? Wer mehr auf die eigenen Gespräche achtet, merkt schnell: Dort formulieren wir längst aktiver, prägnanter und bildhafter. Deshalb lege ich Ihnen **„Schreibe, wie du sprichst“** in diesem Buch so sehr – und gern auch öfter – ans Herz.

In Ergänzung zum Buch erhalten Sie zu einigen Themen **Checklisten** als **Online Content**. An passender Stelle wird durch ein entsprechendes Symbol auf die Listen und die Adresse zum Download verwiesen.

www

Das können Sie schon alles

In jedem meiner Seminare und jeder Einzelberatung erlebe ich es, dass Menschen engagiert, lebhaft und detailreich von ihren Projekten und Aufgaben erzählen. Aber immer wieder erlebe ich auch: In ihren Texten steckt davon nur wenig und manchmal auch gar nichts.

Im Gespräch gelingt vieles von ganz allein. Da können wir nicht lange überlegen und formulieren spontan. Mitunter sprachlich noch nicht völlig rund, aber meistens persönlich und konkret. Über Jahre und Jahrzehnte haben wir unsere ganz eigenen **Strategien** entwickelt, wie wir das Interesse für ein Thema wecken – und es auch halten. Ob Sie besonders bildhaft formulieren, die entscheidenden Stellen durch Ihre Stimme betonen oder den anderen durch Fragen einbinden, all das ist Ihre Art der **Gesprächsführung** – von der Sie vieles auch beim Schreiben einsetzen können.

Nicht alles, was wir im Gespräch vorbringen, ist stimmig, klar und überzeugend. Es gibt Gespräche, in denen der andere nachfragt, was wir eigentlich meinen oder in denen wir wenig Aufmerksamkeit bekommen. Es gibt Projekte oder Aufgaben, zu denen uns im Gespräch wenig einfällt, weil wir inhaltlich noch nicht tief genug eingestiegen sind oder keinen Zugang zum

Thema finden. Aber im Vergleich liegen die Gespräche vorn, was Bildhaftigkeit, Lebendigkeit und Überzeugungskraft angeht. Da steckt fürs Schreiben also noch einiges drin.

Texte als schriftliche Gespräche

BEISPIEL

Sabine bringt eine Vorlage mit ins Textseminar, mit der sie nicht zufrieden ist. Trotzdem nutzt die Mitarbeiterin im Kundenservice den Text schon eine ganze Weile. Mindestens einmal pro Woche schreibt sie per E-Mail oder Brief: „Wir bedauern, Ihnen mitteilen zu müssen, dass die Bearbeitung Ihrer Anfrage ohne Angabe Ihrer vollständigen Kundendaten nicht möglich ist.“ Am Telefon würde Sabine es z. B. so formulieren: „Geben Sie mir doch bitte Ihre Adresse, dann kann ich Ihre Frage klären.“ Das lässt sich auch fast genau so schreiben, findet sie, nachdem es erst einmal auf dem Papier steht. Sie ändert noch zwei Kleinigkeiten, dann steht da: „Teilen Sie mir bitte Ihre Adresse mit, dann kann ich Ihre Frage klären.“ So ist der Text für sie in Ordnung und in Zukunft will sie versuchen, ihren eigenen Worten mehr zu trauen.

Nicht in jeder Situation unterscheidet sich unser Sprechen und Schreiben so sehr. Wenn uns das Thema liegt, uns der Empfänger des Textes vertraut ist, schreiben wir persönlich und anschaulich – ähnlich, wie wir auch im Gespräch formulieren würden. Aber je schwerer wir einen Zugang zum Thema oder zum Leser finden, desto weiter entfernt sich unser Schreiben von den Sätzen, die wir zum selben Sachverhalt gesprochen hätten. Wir werden unverständlich statt verständlich. Mit **Floskeln** baut sich Distanz auf. Wir reden um den heißen Brei herum, statt auf den

Punkt zu kommen. Ob „Wie schon mehrfach mitgeteilt ...“ oder „Sollte nicht umgehend ...“, „Sehen wir uns gezwungen, ...“ – statt auf Augenhöhe zu kommunizieren und Knackpunkte lösungsorientiert anzusprechen, verwenden wir Formulierungen, die zu allgemein sind, rechthaberisch oder herablassend klingen. So kann ein Text eine schwierige Situation noch weiter eskalieren lassen. Auch am Telefon ist der Ton in solchen Situationen oft nicht mehr ganz so locker. Aber wir sind doch näher dran am Gesprächspartner, sprechen schwierige Punkte an und sind offen für mögliche Einwände des anderen. Dieses Engagement fehlt vielen Texten zu schwierigen Themen.

„Zu unserer Entlastung senden wir Ihnen Ihre Unterlagen zurück.“ Haben Sie diese Formulierung schon einmal gelesen? Wenn ich Aussagen wie diese in meinen Seminaren anspreche, höre ich oft: „Das schreibt man bloß so. Das ist gar nicht so gemeint.“ Wenn es nicht so gemeint ist, braucht es allerdings auch nicht so geschrieben zu werden. Denn auch Texte sind Kommunikation – mit einem Absender und einem Empfänger, bei dem etwas ankommen soll. Möglichst das, was wir gemeint haben. Deshalb lässt sich z. B. auch einfach schreiben: „Sie erhalten Ihre Unterlagen zurück“ oder „Mit diesem Schreiben senden wir Ihnen Ihre Unterlagen zurück“.

Unsere schriftliche Kommunikation ist auch davon geprägt, dass wir im Laufe unseres Berufslebens mit verschiedenen Vorgaben oder Textvorlagen in Kontakt kommen, die wir uns mehr oder weniger aneignen. Wer beim Schreiben oft auf Standardisierungen und Vorlagen zurückgreift, schreibt womöglich aber irgendwann nicht nur wie die anderen, sondern auch das, was die anderen schreiben. Und zwar unabhängig davon, ob es hundertprozentig zu dem passt, was er oder sie eigentlich sagen wollte. Alles „im Computer“ zu haben, hat an der Stelle nicht nur Vorteile. Gespeicherte Texte verführen dazu, nicht frisch zu schreiben – der Situation und dem Empfänger angemessen –,

sondern Fertiges zu verwenden, das dem aktuellen Anliegen nicht unbedingt gerecht wird.

Sowohl die mündliche als auch die schriftliche Kommunikation verändern sich im Laufe der Zeit. Jeder von uns hat verschiedene **Stile** und braucht sie auch. Wir schreiben privat anders als beruflich. Wir schreiben einen Brief fürs ganze Unternehmen anders als eine E-Mail an einen Kollegen. Aber wir brauchen eine E-Mail, die wir an den Ansprechpartner schicken, mit dem wir gerade telefoniert haben, vom Ton her nicht völlig anders zu schreiben, als das Gespräch war. Wenn unsere Kommunikation zu ein und demselben Thema zu unterschiedlich ist, kommt die Botschaft nicht überzeugend an.

Ist das dann nicht Umgangssprache?

„Tun“ schreibt man nicht und „brauchen“ ist auch nicht fein genug für einen Text. Kennen Sie das? Viele der Regeln und „Verbote“ fürs Schreiben haben wir früh gelernt und sie haben sich uns tief eingeprägt. Wir haben früh und immer wieder zu hören bekommen, dass **Schriftsprache** anders klingen muss als das gesprochene Wort. Das kann dann zu gedrechselten Phrasen führen, die elegant klingen sollen, aber oft nicht besonders gut zu dem passen, was wir sagen wollen. Zudem haben diese Regeln nicht immer etwas mit dem Schreiben im Beruf zu tun, bei dem es vor allem darum geht, ein bestimmtes **Kommunikationsziel** zu erreichen.

Wenn Menschen befürchten, nicht gut genug schreiben zu können und deshalb lieber Vorlagen oder fertige Texte benutzen, hängt das oft nicht mit ihren tatsächlichen Fertigkeiten zusammen. Manchmal hat sich diese Befürchtung schon recht früh verfestigt, z. B. wenn man in der Schule in Rechtschreibung schlechte Noten bekommen oder Aufsätze mit der Bemerkung „Thema verfehlt“ zurückbekommen hat. Warum sollte aber jemand, der zu den Themen in seinem Beruf schlüssig, überzeugend und in-

teressant erzählen kann, darüber nicht auch genauso gut schreiben können?

„Das ist doch Umgangssprache.“ Immer wieder erlebe ich es, dass beim Besprechen von Beispieltextrn dieser Kommentar fällt. Darauf folgt dann meist die Frage, ob das denn „erlaubt“ sei. Zum Beispiel, weil eine Redewendung verwendet wird, weil ein Satz mit „Oder“ anfängt bzw. ein vermeintliches Füllwort wie „allerdings“ enthält. Dabei schwingt auch die Frage mit, ob das unprofessionell wirkt und den Inhalten der eigenen Texte ihre Wichtigkeit nimmt.

Den Begriff „Umgangssprache“ hat Joachim Heinrich Campe im 19. Jahrhundert in die Sprachwissenschaft eingeführt. Es ging ihm zunächst einmal darum, bestimmte Sprachstile voneinander abzugrenzen. Wenn Sie heute auf der Internetseite des Duden als Suchbegriff „umgangssprachlich“ eingeben, erhalten Sie über 13.000 Treffer. Darunter sind z. B. „Mikro“ als Abkürzung für „Mikrofon“, „von wegen“ – umgangssprachlich für „auf keinen Fall“, „verdaddeln“ für „verspielen“ oder Paarformeln aus dem Alltag wie „klipp und klar“, „drunter und drüber“ und Redewendungen wie „von etwas Wind bekommen“. Schon an diesen wenigen Beispielen ist erkennbar: Wann etwas Umgangssprache ist und wann nicht, hängt auch vom Zusammenhang ab. Info, Infomobil, Infostand, Infotag, Infoblatt, Infothek – alles „ugs.“ laut Duden. Und trotzdem könnte es sein, dass Sie den einen oder anderen von diesen Begriffen auch schon einmal in Ihren Texten verwendet haben. In einer Zeit, in der die schriftliche Kommunikation noch eher selten war, schien Alltagssprache dafür nicht angemessen zu sein. Heute dagegen gehören E-Mails und Briefe, Präsentationen und Konzepte zu unserer beruflichen Alltagskommunikation dazu. Beim Schreiben sind wir oft unsicher in Bezug auf das richtige Maß: Wie locker darf ein Text geschrieben sein? Wie viel Fachsprache ist angemessen? Wie sehr sollten wir beim jeweiligen Thema in die Tiefe gehen? Dabei haben wir

einen Gradmesser dafür zur Hand, wie viel wovon gerade richtig ist: Unser Vorgehen im Gespräch.

„Da ist ein Fehler!“ Vielleicht kennen Sie auch das: Schon nach wenigen Sekunden haben Sie in einem fremden Text entdeckt, dass ein Komma fehlt, ein Wort zweimal hintereinander steht oder in der Grammatik etwas nicht stimmt. Rechtschreibung, Grammatik oder Zeichensetzung sind wichtig, keine Frage. Weil es dafür klare Falsch-richtig-Regeln gibt, fallen uns Fehler hier besonders schnell auf. Formale Korrektheit macht allerdings allein noch keinen guten Text aus, der beim anderen erfolgreich ankommt. Sie trägt nur dazu bei. Aber Falsch-richtig-Regeln sind ein Grund dafür, dass wir uns oft mehr auf die Form konzentrieren als auf die Lebendigkeit der Sprache.

Auch das höre ich oft: Die gesprochene Sprache sei in vielen Bereichen heute viel zu lässig geworden. Wenn die Menschen da noch schrieben, wie sie sprechen, würde es noch schlimmer werden. Aber Ihre E-Mails, Angebote, Konzepte oder andere Texte im Beruf werden Sie auch nicht so formulieren, wie Sie es im privaten Alltag, im Unterhaltungsfernsehen oder in den sozialen Medien manchmal zu hören bekommen. Das ist mit „Schreibe, wie du sprichst“ nicht gemeint. Denn für Ihr Schreiben im Beruf orientieren Sie sich an Ihren eigenen Gesprächen – mit Kollegen, Kunden oder Geschäftspartnern. Wie sich andere Menschen in anderen Zusammenhängen unterhalten, ist dafür nicht wichtig.



Das Wichtigste in Kürze

Alles, was Sie zum ausdrucksstarken und überzeugenden Schreiben brauchen, haben Sie schon. Allerdings kann es sein, dass Sie Ihre Kommunikationsstärken noch nicht so nutzen, wie Sie es könnten. Wenn Sie merken, dass Sie sich selbst beim Schreiben oft eher kritisch im Weg stehen: Prüfen Sie, ob Ihre Schreib-Regeln tatsächlich zu Ihrem heutigen Berufsalltag passen oder ob es sich lohnt, auch einiges davon zu „ver-lernen“.

Wie reden Sie denn?

Sie sitzen abends mit Freunden zusammen und erzählen von einem wichtigen Projekt, an dem Sie gerade arbeiten. Die anderen hören Ihnen interessiert zu. Vermutlich weil Sie auch über sich selbst in dem Projekt sprechen, darüber, was noch schwierig und was schon gemeistert ist. Stellen Sie sich jetzt vor, Sie würden bei Ihrem Abendtermin das Konzept zu dem Projekt vorlesen. Wäre das genauso interessant? Oder eher nicht so? In unseren Texten konzentrieren wir uns oft auf Zahlen, Daten und Fakten. Die sind auch wichtig, keine Frage. Aber sie kommen noch einprägsamer beim Leser an, wenn wir sie auch spannend verpacken.

In meinen Seminaren kommt es häufig vor, dass Menschen mir erklären, sie würden nun einmal so trocken schreiben, so wären sie halt. Wenn ich sie im Gespräch erlebe, dann empfinde ich ihre Kommunikation aber oft ganz anders: engagiert, humorvoll, lebhaft, überzeugend.

In E-Mails locker und persönlich, in Briefen eher nicht? Im Newsletter kommen Sie leichter ins Schreiben hinein als im Bericht? Oder genau andersherum? Je nachdem, welche Erfahrungen Sie beim Schreiben im Beruf gesammelt haben, fällt Ihnen das Formulieren bei einer **Textsorte** vielleicht leichter als bei einer anderen. Das geht nicht nur Ihnen so:

BEISPIEL

- *Die Assistentin der Geschäftsführung, Maria, schreibt ihre E-Mails und Briefe flott und lebendig, aber zu ihren Aufgaben gehört auch das Verfassen eines internen Newsletters für alle Mitarbeiter. Da sie sich damit schwertut und nicht viele Informationen für den Inhalt bekommt, bieten die Artikel wenig Abwechslung und Maria formuliert längst nicht so schwungvoll wie in ihren anderen Texten.*
- *Hinrich arbeitet im Reklamationsmanagement. Wenn er E-Mails von Kunden bekommt, sind seine Antworten sehr individuell und persönlich und er lässt sich gut auf den Ton des Kunden ein. In Briefen ist das anders. Sobald er ein Briefdokument in der Textverarbeitung anlegt, ändert sich auch sein Tonfall. Er schreibt distanziert und nicht so persönlich, wie er demselben Kunden per E-Mail geantwortet hätte.*
- *E-Mails sind für Andrea, die im Verkauf tätig ist, kein Thema. Schwierig wird es für sie, wenn es um Konzepte, Berichte oder Präsentationen geht. Ohne direkte Ansprache fällt es ihr schwer, spannend und auch mal humorvoll zu schreiben.*

Wo schreiben Sie in Ihren Texten schon so abwechslungsreich und inhaltlich spannend, wie Sie Ihre Gespräche führen? Und wo noch nicht? Wo haben Sie das Gefühl, dass es gar nicht passen würde, so zu schreiben wie Sie – zum selben Thema – sprechen? Und stimmt das wirklich?

Auch wenn Sie anderen Menschen zuhören, können Ihnen die Unterschiede zwischen dem gesprochenen und dem geschriebenen Wort auffallen. Zum Beispiel wenn ein Kollege über ein geplantes Projekt spricht oder sich mit einem Kunden unterhält. Wie erklärt er einen bestimmten Prozess, welche Bilder verwendet er, welche Redewendungen? Vielleicht kennen Sie auch seine Texte. Sind sie genauso lebhaft?

Ein Text braucht nicht eins zu eins das gesprochene Wort abzubilden. Der Vorteil des Geschriebenen liegt darin, es noch einmal durchsehen zu können, Überflüssiges und Wiederholungen herausnehmen, die Reihenfolge logischer gestalten und Ergänzungen vornehmen zu können. Aber das gesprochene Wort kann zumindest den **ersten Entwurf** darstellen. Wenn diese erste Fassung mit Ihren überzeugenden Argumenten und in ihrer sprachlichen Lebendigkeit erst einmal steht, dann sind oft gar nicht mehr viele Verfeinerungen notwendig, um sie druckreif zu machen. Sie brauchen sich keinen neuen Stil anzugewöhnen und sich nichts auszudenken. Sie bringen einfach das, was sowieso schon da ist, auf den Bildschirm oder das Papier und sehen anschließend, was Sie daraus machen können.



© **STARK Verlag**

www.stark-verlag.de

info@stark-verlag.de

Der Datenbestand der STARK Verlag GmbH ist urheberrechtlich international geschützt. Kein Teil dieser Daten darf ohne Zustimmung des Rechteinhabers in irgendeiner Form verwertet werden.

STARK