

Trend: Ein guter Schreibstil ist für die Karriere von zunehmender Bedeutung – auch in der E-Mail ist Höflichkeit unerlässlich

Am Anfang des Erfolgs war das Wort

VDI nachrichten, Bonn, 7.1.05 -

Flapsige Worte in der E-Mail an Kollegen, missverständliche Anweisungen – all das verlangsamt oder verhindert wichtige Prozesse im Berufsalltag. Die Erkenntnis, dass der Schreibstil von Mitarbeitern auch für das Unternehmen wichtig ist, setzt sich nach und nach durch. Firmen schicken Mitarbeiter in Seminare.

Warum es einfach machen, wenn es auch kompliziert geht: „Von der Kostenseite her ist das Produkt zu preisaufwändig“, schreibt der Ingenieur in der Hausmitteilung. Gemeint ist natürlich: Das Produkt ist zu teuer. Statt sich zu unterhalten, kündigt er ein „Prozedere zum Abstimmungsprozess“ an. Und selbst eine Glühbirne zu wechseln, klingt bei ihm kompliziert: „Um den Austausch der Lampe durchzuführen, müssen Sie zunächst den Glaskörper der Leuchte mittels einer leichten Drehung in Linksrichtung entfernen.“

So komisch diese – übrigens authentischen – Stilblüten auch sein mögen: Sich schriftlich verständlich machen zu können, ist heute wichtiger denn je. Denn das geschriebene Wort erlebt eine Renaissance: Sekretariate – und damit der letzte Sprachfilter zwischen Manager und Außenwelt – sind vielerorts den Rotstiften zum Opfer gefallen. Gleichzeitig steigt das Textaufkommen durch neue Medien wie E-Mail, Instant Messaging und PowerPoint. Richtig und verständlich zu schreiben, wird so zu einer unerlässlichen Zukunftsfähigkeit.

Das erkennen immer mehr Unternehmen und schicken ihre Angestellten wieder auf die Schulbank. Seminaranbieter spüren den Trend bereits:

Dabei garantiert sogar ein Hochschulabschluss keineswegs, dass sich ein Jobkandidat gut schriftlich ausdrücken kann – im Gegenteil: „An der Uni wird ein Stil gelehrt, der im Wirtschaftsleben kontraproduktiv ist“, urteilt Corinne Ullrich von Typetrain in Berlin, einem weiteren Anbieter von Schreibtrainings.

Wie läuft ein Kurs für verständliches Schreiben ab? Vorweg zur Beruhigung: Hier geht es nicht um neue oder alte Rechtschreibung. Denn die Orthogra-

Tipps rund um die Feder

So verbessern Sie sich

- Das Wichtigste nach vorn („Bauplan genehmigt, Nachzahlung nötig“).
- Belangloses und Binsenweisheiten weglassen („...in unserer zunehmend durch IT geprägten Welt“).
- Hauptsachen in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze schreiben.
- Kurze Hauptsätze, wenig Nebensätze, keine Schachtelsätze (Tipp: Suchen Sie das Verb. Auf einen Blick sollte erkennbar sein, worauf es sich bezieht.)
- Aktiv schreiben. (Nicht: „Der Gutachter führte eine Untersuchung durch. Besser: „Der Gutachter untersuchte“.
- Wenig Adjektive benutzen.
- Verneinungen vermeiden. (Nicht „Das ist nicht unzulässig“, sondern „Das ist zulässig.“)
- Fremdwörter und Fachbegriffe vermeiden.



Verständlich und höflich, so sollte Kommunikation sein. Doch das fällt nicht immer leicht. Deshalb setzen manche Firmen auf Seminare, in denen Mitarbeiter einen besseren Schreibstil vermittelt bekommen.

Foto: Schilke

phie haben die meisten Angestellten nicht zuletzt dank Rechtschreibkontrolle im Griff. Die Teilnehmer sollen vielmehr lernen, Informationen effizient zu vermitteln. Wer ist der Empfänger? Was ist meine Botschaft? Wie reihe ich Gedanken aneinander? Genau diese Fragen stellen sich Sprachsünder häufig nicht – und tippen lieber drauflos. Vor allem Techniker tun sich oft schwer damit, allgemein verständlich zu schreiben.

Egal ob Amateur oder Profi – die Regeln für verständliches Schreiben sind gleich. Deshalb bläut Schmuck seinen Kunden jene Grundsätze ein, die jeder Journalist aus seiner Ausbildung kennt: vor dem Schreiben Gedanken ordnen. Überschrift passend zum Text wählen. Das Wichtigste in den ersten Satz pa-

cken, Details später nachlegen. Und vor allem: Sätze kurz halten. Denn einen Satz mit acht Worten versteht jeder; bei 15 Wörtern fällt der Wert schon auf 75 %, und einem 25 Worte-Monster kann nur noch jeder Zweite folgen.

Die gleichen Regeln gelten auch für E-Mail. Wer mit elektronischer Post den Empfänger überzeugen will, sollte sich an der Papierform orientieren – und nicht am flapsigen Telegrammstil der Net-Kids. Ordentliche, freundliche Ansprache ist gefragt, genau wie korrekte Orthographie. Von vermeintlich coolen Abkürzungen wie „MfG“ dagegen sollen Führungskräfte lieber die Finger lassen. Zum einen beeindruckt es junge Mitarbeiter keineswegs, wenn der Chef so tut, als würde er

Eminem eine SMS schicken. Zum anderen tendiert auch der Mailstil derzeit wieder Richtung Knigge. „Eine richtige Grußformel ist eine Sache der Höflichkeit“, findet Schreibtrainerin Ullrich.

Gute Führungskräfte wissen schon lange, dass die Feder mächtiger ist als unbeschwertes Mailblabla. Jack Welch etwa, der legendäre Ex-Chef des US-Konzerns General Electric, verschickte an verdiente Angestellte ab und zu handgeschriebene Dankeskärtchen. Und diese Kärtchen hängen noch heute in so manchem Büro an der Wand – mehrere Jahre nach Welchs Abgang.

CONSTANTIN GILLIES