

10 Goldene Stil-Regeln zum Schreiben guter Sachtexte

Vielfach wird beim Schreiben von Sachtexten ein großer Fehler begangen: Autoren glauben, es käme nur auf den Inhalt an – für die Wissensvermittlung, für das eigene Wirken in der breiteren Öffentlichkeit, kurzum: für den eigenen Erfolg.

Barbara Budrich und das Team von **Inspirited Experts** sind angetreten, Dich vor diesem Irrglauben zu bewahren: Wir wissen nicht nur, wie wichtig der angemessene Stil für jeden Text ist. Wir haben auch das Handwerkszeug, um Dir das Leben als Autorin leichter zu machen. Denn: Gutes Schreiben kannst Du lernen!

Im Folgenden findest Du „10 Goldene Stil-Regeln“ zum Schreiben guter Sachtexte. Mehr sowie Möglichkeiten für grundlegende Schulungen findest Du bei **Inspirited Experts**.

1. Die richtige Struktur

Einleitung, Mittelteil, Schluss – so einfach ist die richtige Struktur! Achte darauf, dass sich diese Struktur auf den verschiedenen Ebenen Deines Textes wiederfindet: in der Gesamtstruktur, innerhalb eines jeden Kapitels, in jedem Absatz.

» Bildung kommt von Bildschirm. Wenn es von Buch käme, hieße es Buchung. «

Dieter Hildebrandt

2. Wer ist die Zielgruppe?

Welche Worte, welchen Stil Du einsetzt, ist abhängig davon, für wen der Text gedacht ist. Eine Einführung für Anwender einer technisch orientierten Software verfolgt ein anderes Ziel – richtet sich an eine andere Zielgruppe – als ein allgemeiner Ratgeber. Im ersten Fall kannst Du nach einer kurzen Einführung alle technischen Register ziehen, um den Text knapp zu halten, aber auch um Deiner Zielgruppe zu zeigen, dass Du das Fach beherrschst. Im zweiten Fall wirst Du darauf achten, eine bildreiche und direkte Sprache zu verwenden, um möglichst gut verstanden zu werden und Deine Informationen mit Freude zu vermitteln.

3. Das treffende Wort

Vielfach ist es sinnvoll, nach alternativen Ausdrücken zu suchen und Wiederholungen zu vermeiden. Doch bei Fachworten ist es zumeist nicht möglich, ein Synonym zu finden. Dann ist es gut, einfach das Fachwort zu wiederholen – denn es ist das einzige wirklich **treffende Wort**.

4. Die redundante Gefahr: Adjektive

Manchmal sind Adjektive sinnvoll – aber nicht immer. Prüfe, ob die Adjektive in Deinem Text gebraucht werden oder überflüssig sind.

» Misstrauen gegen nur schmückende Beiwörter und Argwohn gegen das Adjektiv überhaupt, mit der Nutzenanwendung: den Text auf irgend entbehrliche Adjektive durchsehen, jedes gestrichene als einen Gewinn betrachten und ein schlechtes Gewissen gegenüber jedem Satz haben, der mehr als ein Adjektiv behält. «

Wolf Schneider

5. Verben geben den Ton an

Verben sind die wichtigsten Elemente Deines Textes. Verben transportieren den Sinn und beherrschen den Text. Achte darauf, dass Du aus Deinen Verben keine „Streckverben“ machst, die – ohne Not – den Text wieder stärker nominalisieren: „einsetzen“ statt „zum Einsatz bringen“ usw.

6. Spreizung und Blähung I: Der Nominalstil

Manchen Autoren erscheint ein Text nicht ausreichend „fachlich“, wenn er vermehrt auf Verben setzt. Lass Dich von den Nomen nicht verführen: Verben werden heute von den Sprachhütern als die elegantere Alternative gesehen.

» Die Trinkung des Schnapses erfolgt durch die Bergleute. «

Liebblingsbeispiel von Johannes Rau

7. Spreizung und Blähung II: Fachchinesisch und schwülstig

Auch darauf solltest Du achten: Schreibe so verständlich und klar, dass Dein Text voraussetzungslos zu verstehen ist. Nur wenn Du eine spezifische Zielgruppe ansprechen willst, ist es in Ordnung, eine entsprechende Fachsprache zu verwenden – wie in unserem Technikbeispiel oben.

» Schwulst ist ein Pathos, das nicht aus einem Sachverhalt wächst, sondern aus der mühelosen Selbstaufblasbarkeit des Autors. «

Martin Walser

8. In ganzen Sätzen: Hypotaxe und Parataxe

Ein guter Text lebt vom Wechsel zwischen kürzeren und längeren Sätzen; allein Hauptsätze für einen Text zu verwenden, reicht nicht aus; jeden Satz über mehrere Zeilen gehen zu lassen, kann überfordern: Packe zentrale Aussagen in Hauptsätze, Nebensächliches in Nebensätze.

9. Schreiben, um verstanden zu werden

Neun Wörter pro Satz ist die Obergrenze der optimalen Verständlichkeit; 18 Wörter die Obergrenze der Leichtverständlichkeit, 19 bis 25 Wörter: verständlich; 25 bis 30: schwer verständlich, darüber hinaus: sehr schwer verständlich. Sprachwissenschaftler sagen: Unser Kurzzeitgedächtnis hat beim Zuhören eine Speicherkapazität von 7 bis maximal 14 Wörtern! ... Wann hört das Verständnis auf?

- 8. Wort: bei Siebenjährigen
- 11. Wort: bei einem Drittel der Erwachsenen
- 14. Wort: bei der Hälfte der Erwachsenen

Achte also beim Schreiben Deines Textes darauf: Wer ist Deine Zielgruppe? Wie viele Worte pro Satz sind also geboten?

10. Schreiben ist ein Prozess

Wenn der Text fertig geschrieben ist, ist er noch lange nicht fertig. Folge dem Rat des Stilexperten Wolf Schneider und bearbeite Deinen Text zum Wohle Deiner Leser – und letztlich für Deinen eigenen Erfolg – nach folgendem Schema:

- Laut lesen.
- Dabei oder danach: die meisten Füllwörter und möglichst viele Adjektive streichen; bei fahrlässigen Wiederholungen andere Wörter einsetzen; rote Schlangenlinien an Stellen des Missvergnügens setzen.
- Den logischen Ablauf prüfen.
- Den dramaturgischen Aufbau prüfen.
- Alle Stellen überarbeiten, die eine Schlangenlinie bekommen haben.
- Die Passagen überarbeiten, die den Gegenleserinnen missfallen haben.
- Noch mal laut lesen.
(nach Wolf Schneider)

Die Checkliste



<input type="checkbox"/>	Struktur-Check auf allen Ebenen (Gesamttext, Kapitel bzw. Unterpunkte, Absätze).	
<input type="checkbox"/>	Text ist für Zielgruppe angemessen (Vorsicht: Fachsprache!).	
<input type="checkbox"/>	Überflüssige Wiederholungen durch Synonyme vermieden – Fachbegriffe mit Absicht wiederholt.	
<input type="checkbox"/>	Alle Adjektive gestrichen – bis auf die notwendigen.	
<input type="checkbox"/>	Streckverben (Kombination Verb & Nomen) durch entsprechende Verben ersetzt.	
<input type="checkbox"/>	Nominalphrasen, wo sinnvoll, durch Verbkonstruktionen ersetzt.	
<input type="checkbox"/>	Pomp und Schwulst belächelt und aufgelöst.	
<input type="checkbox"/>	Wechsel von Haupt- und Nebensätzen kontrolliert.	
<input type="checkbox"/>	Die Anzahl von Wörtern pro Satz im Sinne der Zielgruppe überprüft und angepasst.	
<input type="checkbox"/>	Die Schritte zum guten Text selbst abgeprüft.	
<input type="checkbox"/>	„Freiwillige“ zum wiederholten Gegenlesen ernannt; Kritik souverän eingearbeitet.	

Literatur

Budrich, Barbara (2016): Schreib Dich an die Spitze! Dein Buch für Deine Zielgruppe. Opladen.

Budrich, Barbara (2015): Erfolgreich publizieren in den Sozial- und Erziehungswissenschaften. 2. Auflage, Opladen & Toronto.

Reinhardt, Klaus (2011): Vom Wissen zum Buch. Fach- und Sachbücher schreiben, 2. Auflage, Bern.

Scheuermann, Ulrike (2013): Schreibdenken. Schreiben als Denk- und Lernwerkzeug nutzen und vermitteln. 2. Auflage, Stuttgart.

Schneider, Wolf (2007): Deutsch! Das Handbuch für attraktive Texte. 2. Auflage, Reinbek.

Schneider, Wolf (2001): Deutsch für Profis. Wege zu gutem Stil. 14. Auflage, München.

Möchtest Du weitere Unterstützung auf dem Weg zur „autorisierten“ Expertin, zum „autorisierten“ Experten?
Wir unterstützen Dich in folgenden Bereichen:

- Konzeptentwicklung,
- Publikationsstrategie,
- Schreiben,
- Publizieren.

Wir freuen uns über Deine unverbindliche Anfrage – info@inspirited-experts.de.
Weitere Info: www.inspirited-experts.de.