

Thilo Baum

30 Minuten

Gutes Schreiben

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen

Lektorat: Diethild Bansleben, Offenbach

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2004 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

6. Auflage 2011

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

978-3-86936-290-8

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Gut gedacht ist halb geschrieben	9
Was will ich sagen?	12
Mindmapping	13
Was will meine Zielgruppe?	15
Die Reihenfolge der Gedanken	16
Wie lang wird mein Text?	19
Jeder Gedanke ein Absatz	21
2. Die Geheimnisse guten Stils	29
Das Sprachmüll-Kartell	31
In dr Krz lg d Wz	31
Weg mit den Floskeln	33
Konkret statt abstrakt	34
Positiv statt negativ	36
Aktiv statt Passiv	42
3. Bausätze für Sätze	45
Lang oder kurz?	47
Schachtelsätze entschachteln	48
Hauptsatz oder Nebensatz?	51
4. Die richtigen Wörter	55
Wortmüll entsorgen	55

Die besten Verben	58
Die besten Substantive	60
Adjektive richtig verwenden	63
Die richtigen Bindewörter	66
5. Im Zauberland der Satzzeichen	71
Das Komma	72
Der Punkt	72
Der Doppelpunkt	73
Das Semikolon	74
Das Ausrufezeichen	75
Das Fragezeichen	75
Der Gedankenstrich	76
Die Klammern	77
Akzente, Apostrophe und Anführungszeichen	78
6. Gute Sprache, schlechte Sprache	83
Do you sprech Denglish?	83
Floskeln, Fachbegriffe, Wort-Monster	86
Fast Reader	90
Weiterführende Literatur	95
Register	96

Vorwort

„Mir fehlen die ... äh ... die Worte!“ Kennen Sie das? Wir sitzen vor der Tastatur und haben nur Fragezeichen im Kopf. Wo bist du, treffendes Wort? Wie erzeuge ich Vorstellungen und Bilder? Mitreißender Stil, wie geht das?

Damit Ihre Texte klar, verständlich und spannend werden, reicht es, wenn Sie dieses kleine Buch lesen. Sie werden Regeln finden, die für Briefe gelten, für Zeitungsartikel, Reden, Sachbücher, Kurzgeschichten, Romane – kurz: für alle Texte. Ja, wirklich! Skeptisch? Dann möchte ich Sie zu einem kleinen Spiel einladen. Bitte bewerten Sie die folgenden zwei Sätze. Welcher ist besser?

- (1) *Das Wetter lässt nichts zu wünschen übrig, und ein Kind ist mit seinem Spielzeug beschäftigt.*
- (2) *Die Sonne scheint, und ein Kind spielt mit dem Ball.*

Satz 1 ist lang und umständlich. Satz 2 ist kurz, im Kopf entsteht ein Bild. Ganz klar: Satz 2 ist besser! Und dabei ist es egal, ob er in einem Roman, in einem Sachbuch oder in der Zeitung steht. Sprache ist gut, wenn sie einfach, bildhaft und verständlich ist. Egal, worüber wir schreiben.

Manche Menschen finden Texte aus Boulevardzeitungen anspruchslos. Vor umständlichen Texten aus

Wissenschaft und Weltliteratur dagegen verneigen sie sich. Warum? Gute Autoren können auch komplizierte Dinge einfach sagen; für Boulevardjournalisten gehört das zum Beruf. Und die Romanciers, Politiker und Wissenschaftler, die uns mit verknoteten Sätzen quälen – zeigen sie damit nicht nur, dass sie sich nicht klar ausdrücken können?

Dieses Buch zeigt in 30 Minuten, wie man gut und einfach schreibt – von der Text-Planung bis zu den Satzzeichen. Wir werden viele schräge und sinnlose Formulierungen aus Politik und Medien zerpfücken und daraus Regeln für guten Stil ableiten. Am Ende haben Sie einen praktischen Werkzeugkasten für Ihre Schreibarbeit, mit dessen Hilfe Sie schnell die treffenden Worte finden.

Viel Spaß beim Lesen!
Thilo Baum

Thilo Baum (Jahrgang 1970) studierte Publizistik, lernte an der Henri-Nannen-Schule Berlin und arbeitete bei einer Boulevardzeitung als Lokal- und Schlussredakteur. Seit 2004 hält er als Kommunikationstrainer Seminare wie „Ich will in die Presse!“ und „Schnell schreiben“. Als ehemaliger Raucher gibt Thilo Baum außerdem das erfolgreiche Seminar „Nichtraucher in fünf Stunden“. Thilo Baum lebt in Berlin. Nähere Informationen und Kontakt über www.thilo-baum.de.



Würden Sie einfach drauflos-schreiben?

Seite 9

Wie grenzen Sie Ihr Thema ein?

Seite 13

Wissen Sie, wie Sie die Textlänge bestimmen?

Seite 19

1. Gut gedacht ist halb geschrieben

Einen Text schreiben – wie fängt man da an? Wenn wir Freunde oder Kollegen fragen, bekommen wir oft zweierlei Antworten. Die erste lautet: „Ich schreibe einfach drauflos!“ Und die zweite lautet: „Ich überlege mir, was ich sagen will. Dann schreibe ich alles der Reihe nach auf.“

Mit dem einen Weg machen wir uns es schwer, mit dem anderen leichter. Wenn wir drauflosschreiben, kostet uns das eine Menge überflüssige Kraft und Zeit – da ist der Text schon fast fertig, und wir flicken mühsam all das ein, was wir vergessen haben. Das passiert uns nicht, wenn wir vorher überlegen, was wir schreiben wollen. Planen wir also unseren Text!

Regel 1: Erst denken, dann schreiben!

Wir werden uns eine vollständige Stichwort-Liste erarbeiten und unsere Gedanken in eine Reihenfolge

bringen. Doch damit schließen wir noch nicht aus, dass wir zu viel schreiben. Wie lang wird unser Text?

Manche Menschen sagen: Ein Text ist zu Ende, wenn alles gesagt ist. Vorsicht, Labergefahr! Zu allem und jedem können wir beliebig viel schreiben, denn alles in unserer Welt hängt zusammen. Von jedem Stichwort gelangen wir zu anderen Stichwörtern, das ist eine Frage der Phantasie und der Assoziationen. Ob unsere Leser so einen Text lesen wollen, in dem wir vom Hundertsten ins Tausendste kommen? Verschonen wir sie damit. Suchen wir lieber gleich zu Beginn nach der Grenze unseres Themas.

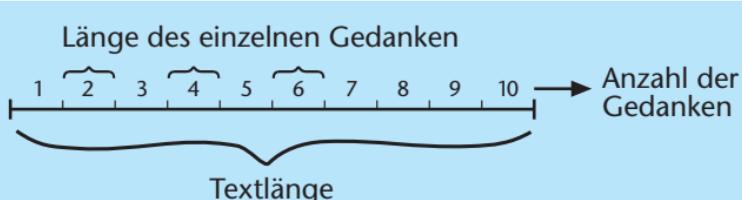
Andere Menschen sagen: Ein Text ist fertig, wenn der Platz gefüllt ist. Viele Autoren überschütten uns mit Wortmassen, weil sie selbst bestimmen dürfen, wie lang ihr Text wird; sie halten ihr Thema für besonders wichtig. Andere bringen in riesigen Texten zu wenig Substanz unter. Beides ist langweilig!

Legen wir also gleich eine Höchstgrenze fest. Sind die Grenzen unseres Themas die Grenzen unseres Textes, erspart uns das viel überflüssige Arbeit. Wir werden von vornherein nichts Unnötiges schreiben und müssen hinterher nicht umständlich kürzen.

Was ich Ihnen anbieten möchte, ist eine Methode zu schreiben, die nach meiner Erfahrung die schnellste und kraftsparendste Methode ist. Damit entwickeln

wir ein schlüssiges und vollständiges Konzept, finden heraus, wie lang unser Text wird, und passen alle wichtigen Gedanken ein. Drei Größen sind wichtig:

- die Anzahl der Gedanken, die wir unterbringen wollen,
- die Länge unseres Textes,
- der Platz, den jeder Gedanke bekommt.



Drei Werte: Textlänge, Anzahl der Gedanken, Länge der einzelnen Gedanken

Aus der Anzahl der Gedanken und der Textlänge ergibt sich, wie viel Platz wir für jeden Gedanken haben. So können wir schreiben, ohne später kürzen zu müssen. Lassen Sie uns diese Größen auf den folgenden Seiten ermitteln!

Fragen wir uns zuerst, was wir sagen wollen – daraus ergibt sich unsere Gedankensammlung. Im zweiten Schritt legen wir unsere Textlänge fest. Und im dritten Schritt ermitteln wir, wie viel Platz jeder Gedanke hat.

Was will ich sagen?

Welche Aussagen wollen wir treffen? Sagen wir, was wir sagen wollen! Nicht mehr und nicht weniger. Das klingt banal, ist aber wichtig. Es geht um zwei Fragen:

- Was ist wichtig und gehört zum Thema?
- Was ist unwichtig und gehört nicht zum Thema?

Finden wir alle Aspekte unseres Themas! Erfassen wir dabei alles Wesentliche und schließen wir zugleich das Unwesentliche aus.

Nehmen wir das Thema „Gruppenreise nach Berlin“ und schreiben wir für ein Amt oder eine Schule einen Bericht über eine Bus-Exkursion mit Jugendlichen. Eine Textlänge ist nicht vorgegeben.

Zum Thema „Gruppenreise nach Berlin“ gehören die Gruppe, die Reisedauer, Informationen zur Stadt, die Anreise, das Hotel, die Ausflüge, die Freizeit, die Meinung der Einzelnen zu der Reise und die Abreise.

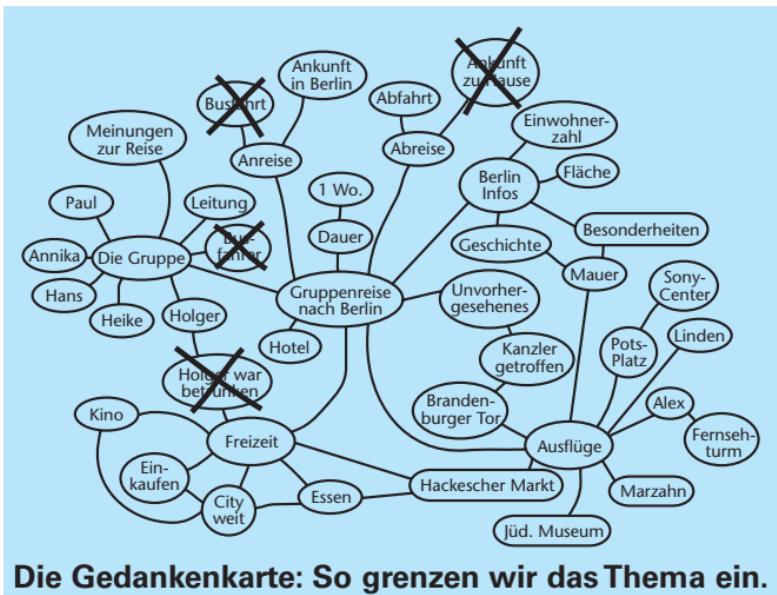
Um einen Überblick über unser Thema zu bekommen, können wir unsere Gedanken auf einem Blatt Papier mit Hilfe des so genannten „Mindmapping“ ordnen. Und damit wir nichts vergessen, klopfen wir unsere Gedanken auf Zusammenhänge ab. Was war los auf der Reise?

Mindmapping

Das Mindmapping stammt von dem britischen Psychologen Tony Buzan. Mindmapping heißt so viel wie „eine Landkarte der Gedanken zeichnen“: Wir schreiben unser Thema („Gruppenreise nach Berlin“) in die Mitte des Blattes und ordnen darum herum in Stichwörtern unsere Gedanken an. Damit wir die Zusammenhänge schnell erkennen, verbinden wir zueinander gehörende Stichworte mit Strichen. Ein Netz entsteht.

Damit uns alles Wesentliche einfällt, spielen wir das „Spiel der naheliegenden Fragen“. Jede Tatsache wirft Fragen auf. Stellen wir alle diese Fragen und beantworten wir sie! So bestimmen wir schnell, ob ein neuer Gedanke wichtig ist. Beim Thema „Gruppenreise nach Berlin“ fragen wir etwa: „Ist etwas Unerwartetes geschehen?“ Die Antwort könnte sein: „Wir haben die Kanzlerin getroffen!“

Alle Informationen und alle offenen Fragen notieren wir auf unserer Gedankenkarte. Gedanken, die nicht wichtig sind, streichen wir. Was wir wie anordnen, hängt von uns ab. Denn bei der Gedankenkarte gibt es kein Richtig und kein Falsch; sie bildet letztlich unsere Denkstruktur ab. Machen wir es so, wie es uns am besten gefällt. Die Gedankenkarte ist nur für uns gedacht. Eine Gedankenkarte zum Thema „Gruppenreise nach Berlin“ könnte etwa so aussehen:



Die Gedankenkarte: So grenzen wir das Thema ein.

Wenn unsere Gedankenkarte entsteht, merken wir schnell, wann unser Thema abgegrast ist: Wir kommen immer wieder an Punkte, an denen die Antworten auf unsere Fragen unwichtig sind oder keine weiteren sinnvollen Fragen mehr aufwerfen. So ist zwar die Freizeit wichtig, aber nicht unbedingt, dass Holger betrunken war.

Sind wir mit dem „Spiel der naheliegenden Fragen“ fertig, wissen wir, wo das Thema beginnt und endet. Wir haben es grafisch vor uns.

Schreiben wir längere Texte, etwa Erzählungen oder Romane, empfiehlt es sich, wenn wir für jedes Kapitel oder jede Szene eigene Gedankenkarten anlegen.

Zeichnen wir diese Gedankenkarten auf Karteikarten, haben wir jedes Kapitel oder jede Szene als anschauliche Grafik vor uns.

Jetzt sollten wir prüfen, ob wir mit unserem Thema auch unsere Zielgruppe erreichen.

Was will meine Zielgruppe?

Schreiber sind Dienstleister. Unsere Leser bezahlen mit Zeit und oft mit Geld.

Manche professionellen Autoren sehen zu ihrem Publikum herab, weil es bestimmte Wörter oder Argumente nicht versteht. Betrachten wir unsere Leser lieber als unsere Ernährer, wenn wir unseren Lebensunterhalt mit dem Schreiben verdienen! Seien wir froh, dass es die Leser gibt und versuchen wir, ihnen den besten Service zu bieten. Überlegen wir also, wie wir unverständliche Wörter und Argumente durch verständliche Formulierungen ersetzen.

Um herauszufinden, ob wir uns aus Sicht unseres Publikums klar ausdrücken, prüfen wir unsere Gedankenkarte. Sind alle Aspekte so klar, dass die Leser sie verstehen?

Dazu wechseln wir kurz das Beispiel. Stellen wir uns vor, wir schreiben eine Broschüre zum Thema „Reiseapotheke“, die sich an deutschsprachige Urlauber richtet. Worauf sollten Reisende achten, welche Medikamente sollten sie mitnehmen?