

---

# **Informationsweitergabe und Textgestaltung**

**„Die vier Verständlichmacher“**

**Workbook**

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einleitung oder worum geht es?</b>	<b>- 3 -</b>
<b>2.</b>	<b>Die vier Verständlichmacher</b>	<b>- 4 -</b>
<b>2.1</b>	<b>Übersichtlichkeit</b>	<b>- 6 -</b>
<b>2.1.1</b>	<b>Übersichtliche und ansprechende Textgestaltung</b>	<b>- 7 -</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Wie gestaltet man Eye-Catcher?</b>	<b>- 8 -</b>
<b>2.2</b>	<b>Prägnanz</b>	<b>- 9 -</b>
<b>2.2.1</b>	<b>Präzise formulieren</b>	<b>- 10 -</b>
<b>2.3</b>	<b>Einfachheit</b>	<b>- 11 -</b>
<b>2.3.1</b>	<b>Einfach formulieren</b>	<b>- 12 -</b>
<b>2.4</b>	<b>Stimulanz</b>	<b>-13 -</b>
<b>2.4.1</b>	<b>Anregend formulieren: Zusätzliche Stimulanz</b>	<b>-14 -</b>
<b>3.</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>- 15 -</b>

---

## 1. Einleitung oder worum geht es?

Es werden folgende Fragen beantwortet:

- Auf welchen Prinzipien beruht eine gute Information?
- Wie können die umgesetzt werden?
- Was ist zu vermeiden?
- Wie erkenne ich, welche MA-Gruppe ich ansprechen muss?
- Welche Schlagworte sind sinnvoll beim Ablegen einer Info (so dass sie auch gut gefunden werden kann)?

In Ihrem Arbeitsalltag haben Sie immer wieder mit der Aufbereitung und Weitergabe von Informationen zu tun. Was Sie hier lernen können ist, wie Sie dieses möglichst wirkungsvoll schaffen.

Sie werden über die menschliche Wahrnehmung lernen, über die verschiedenen Informationswege und Informationskanäle, ihre Vor- und Nachteile. Sie werden auch Gelegenheit bekommen, alles selbst auszuprobieren und Ihre Fragen zu stellen.

Nehmen Sie sich jetzt aber erst einmal die Zeit, alles durchzublättern und lassen Sie sich in aller Ruhe von unseren Anregungen inspirieren.

Und nun: viel Spaß und einen guten Lernerfolg



---

## 2.1 Übersichtlichkeit

Sie haben Einiges zur übersichtlichen und ansprechenden Textgestaltung gehört und gesehen. Was ist bei Ihnen hängen geblieben? Und welche Informationen haben Sie nur unvollständig in Erinnerung? Welche Fragen haben Sie zu dem Thema?

### Worum geht es? Und worum nicht?

Um den Aufbau einer Textnachricht und die übersichtliche und ansprechende
Textgestaltung. Es geht <u>nicht</u> um wirksame inhaltliche Formulierungen!

### Was ist das Ziel?

Das Ziel ist eine bessere Lesbarkeit, besonders von längeren Texten. Bessere Lesbarkeit
bedeutet:
Besseres Verständnis und eine größere Behaltensrate.

### Was sind die Mittel?

Eye-Catcher!
<i>Kursiv</i> , <b>fett</b> , <u>unterstrichen</u> , GROSS
Absätze, Einrückungen
Spiegelstriche, Satzzeichen

### Welche Fragen haben Sie dazu?




---

## 2.2.1 Präzise formulieren

Der Verständlichmacher, mit dem wir uns jetzt beschäftigen wollen, heißt **Kürze, Prägnanz**. Dahinter verbirgt sich nicht nur, dass wir viel Information mit wenig Worten vermitteln und uns aufs Wesentliche beschränken, sondern auch, dass wir ganz **präzise formulieren** müssen. Abstrakte Wörter und Oberbegriffe geben dabei zwar einen ersten Überblick, lassen aber vieles offen. Es ist wichtig, dass wir bei aller Bemühung um die richtige Kürze nicht vergessen, die **Dinge genau zu benennen!**

Was uns einerseits das Schreiben erleichtert, wird sonst nämlich andererseits zum Stolperstein für die Leser. Sie haben nicht immer die Zeit nachzufragen, wenn sie etwas genauer wissen möchten. Sie sind darauf angewiesen, dass wir **Texte in exakten, klaren und deutlichen Worten** schreiben.

Anders ausgedrückt: weitschweifige und schwammige Formulierungen dienen nicht unserem Zweck der verständlichen effektiven Informationsweitergabe, zu knappe, verkürzte Informationen aber sicher auch nicht!

**Prägnant sein bedeutet**, die Dinge kurz und bündig auf den Punkt zu bringen. Prägnant sein bedeutet, sich auf das Wichtigste zu konzentrieren.

Ein allzu kurz geratener Telegrammstil ist aber eben auch nicht ideal. Und hier wird's haarig: Das Kunststück ist, einen Text **so lang wie nötig, aber so kurz wie möglich** zu gestalten.

Wir haben gelernt, dass die Aufmerksamkeit des Menschen begrenzt ist. Ist ein Text zu weitschweifig, läuft man Gefahr, dass der Leser den Faden verliert und unsere Information nicht ankommt.

Andererseits müssen wir aber darauf achten, dass unser Text nicht an **Substanz** verliert, weil wir ihn zu sehr kürzen.

### Fazit:

wir müssen einen Text auf das Nötigste reduzieren, ohne dabei die anderen Verständlichmacher wie „anschauliche, übersichtliche Textgestaltung“ und „zusätzliche Stimulanz“ zu vernachlässigen und wichtige Aspekte unter den Tisch fallen zu lassen!



---

## 2.3 Einfachheit

### Einfache Textgestaltung

**Wir haben gelernt, dass ein Text übersichtlich gestaltet und präzise formuliert sein soll.**  
Der nächste Verständlichmacher ist die Einfachheit. Texte müssen einfach geschrieben sein, damit sie ihren Zweck erfüllen.

**Was heißt das – „einfach geschrieben“?**

Leser auf seinem Level ansprechen,
wie ein normaler Mensch schreiben,
leicht verständlich schreiben,
kein hochwissenschaftliches blabla → einfache Worte auch für komplizierte Sachverhalte
finden

**Welcher Mittel der deutschen Sprache können wir uns da bedienen?**

Hauptsätze statt verschachtelte Nebensätze, klare Satzstrukturen
Verben statt Nomen verwenden
Aktive statt passive Formulierungen
Sparsam mit Fremdwörtern und Abkürzungen umgehen, ggf. erklären!

**Welche Fragen haben Sie dazu?**


---

## 2.4.1 Anregend formulieren: Zusätzliche Stimulanz

Die zusätzliche Stimulanz ist auch bekannt als das Salz in der Informationssuppe. Mit ihrer Hilfe wird der Leser nicht nur intellektuell, sondern auch **gefühlsmäßig** angesprochen. Sie ist in gewisser Weise der Gegenspieler zur Prägnanz.

Gerade auch für die Stimulanz gilt: **zu viel des Guten ist nie sinnvoll!**

Im Allgemeinen steht fest, dass wir bei Sachtexten sowieso **sparsam** mit Ausschmückungen umgehen müssen, damit die Sachinformationen nicht zu kurz kommen. Um Ihnen aber einen kleinen Eindruck zu vermitteln, wie man einen Text mit zusätzlichen Stimulanz anreichern *kann*, zeigen wir Ihnen hier ein paar Möglichkeiten auf:

### Beispiele formulieren:

jedes **praxisnahe Beispiel** hilft dem Leser, den Sachverhalt nachzuvollziehen. Wenn unsere Informationen selbst nur einen Einzelfall abbilden, ist die Verwendung von Beispielen allerdings nicht sinnvoll. Im anderen Fall kann es eine gute Hilfe sein.

### Sprachliche Analogien verwenden:

das menschliche Gehirn ist dafür gemacht, Bildhaftes aufzunehmen und zu speichern, sprachlich Abstraktes fällt ihm schwerer. Indem wir **sprachliche Bilder** (*Stimulanz = Salz in der Informationssuppe*) verwenden, machen wir Inhalte verständlicher. Hier müssen wir aufpassen, dass wir nicht zu bildhaft werden und ins Umgangssprachliche abrutschen. Bei kurzen Sachinformationen sind Analogien fehl am Platz.

### Graphische Darstellungen:

selbst wenn es nicht immer möglich ist, Inhalte graphisch abzubilden, ist dies bei der Weitergabe von Sachinformationen nicht übertrieben, sondern sogar empfehlenswert. Wie auch bei den sprachlichen Analogien erreichen **graphische Bilder** den Leser leichter als reine Sachtexte. Natürlich gilt wieder: zu viele Abbildungen verfehlen ihr Ziel!

Möglich sind natürlich alle Stilmittel, die uns die Sprache bietet. Wir können einen lustigen Unterton und viele beschreibende Adjektive verwenden, die Aufmerksamkeit mittels Alliterationen (Kind und Kegel) auf Wichtiges lenken, ausschmückende Vergleiche anstellen,...

Wir sollten nur beachten, dass der Rahmen unserer Informationsweitergabe nicht viel Raum lässt für viel zusätzliche Stimulanz. Ein bisschen Salz in der Suppe ist sicher ansprechend, im Sinne des Verständlichmachers „Kürze/ Prägnanz“ sollte sich das in Grenzen halten, damit die Suppe nicht versalzt!