

Klare Gedanken, klare Struktur, klare Texte

Ein große Zahl von Texten wird jeden Tag geschrieben und versendet. Wir bekommen E-Mails, Briefe, Notizen, Berichte, Protokolle. Aber Hand aufs Herz: Wie viele Texte lesen wir tatsächlich? Und wie viele unserer Texte werden wohl gelesen?

Was macht einen Text lesenswert? Wenn er den **Erwartungen des Lesers** entspricht – von Anfang an. Daher ist es erforderlich, jeden Text so zu strukturieren, dass er gleich die wesentlichen Inhalte angemessen vermittelt.

**Reihenfolge
+
Höflichkeit**

Verstecken wir jedoch die für den Leser **wichtigste Information** „irgendwo“ im Text, so wird er in vielen Fällen den Text nur „anlesen“ und damit nicht erfahren, was wir mitteilen wollten. Denn: Berufliche Schreiben sind keine Krimis, deren Spannung bis zum Ende immer mehr steigen soll.

Lassen Sie mich ein Beispiel geben: Sie suchen in einem Laden nach einem „guten“ Buch, wissen aber noch nicht für welches Sie sich entscheiden sollen. Wodurch wird Ihr Interesse geweckt? Kommt es auf das Cover an, den Titel, den Autor oder den ersten Satz im Text? Oder lesen Sie erst einmal längere Passagen?

**Interesse
wecken**

Das Angebot ist heutzutage riesig, ja fast unüberschaubar. Meist wird es wohl so sein, dass Sie ein Buch gleich wieder zurücklegen, wenn es Sie nicht sofort anspricht. Ihre Entscheidung fällt also innerhalb weniger Sekunden. Ein oder zwei Auswahlkriterien führen blitzschnell zu einem „Ja“ oder „Nein“.

**Schnelle
Entscheidung**

Es ist menschlich, wenn wir auf eine ausführliche Leseprobe der angebotenen Bücher verzichten, uns von den ersten Eindrücken leiten lassen. Eine genaue Analyse würde jeden Kauf zu einer mühevollen Prozedur machen. Anders mag es sein, wenn wir viel Zeit haben und im Buchladen ein wenig schmökern möchten ...

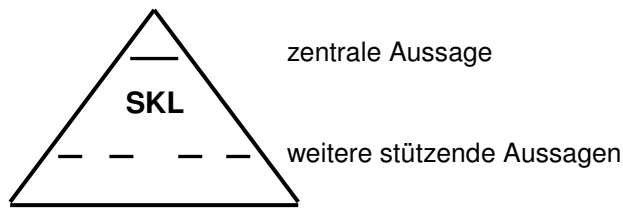
Was hat das mit dem **Büroalltag** zu tun, fragen Sie sich jetzt vielleicht. Sehr viel – denn auch hier wählen wir unter Texten aus. Wenn wir alles lesen würden, was uns auf Schreibtisch und Bildschirm kommt, hätten wir zu nichts anderem mehr Zeit.

Wonach entscheiden Sie, ob Sie einen Text lesen? Oder ob Sie sich nur Teile davon anschauen? Warum löschen Sie die eine oder andere Mail ungelesen? Unser Verhalten gleicht dem im Buchladen: Wir prüfen ein, zwei Kriterien und reagieren. Die Entscheidung über das „Ja“ oder „Nein“ zu einem Text fällt wiederum sehr schnell.

Was bedeutet diese Erkenntnis für die schriftliche Kommunikation? Als Schreiber muss es uns sofort gelingen, ein „Ja“ auf unseren Text zu erhalten. Das sogenannte „Pyramiden-Prinzip“ hilft uns dabei, den Leser zu überzeugen ...

**Pyramiden-
Prinzip**

Das Pyramiden-Prinzip (Barbara Minto)



Die zentrale Aussage eines Textes steht also am Anfang, bildet die **Spitze einer Reihe von Inhalten**, die durch Einzelheiten gestützt wird. Zum Beispiel durch Gründe, Maßnahmen, Ergebnisse oder Vorteile.

Zentrale Aussage

Eine klare Struktur setzt klare Gedanken voraus. Halten Sie also zuerst alle Gedanken fest. Danach formulieren Sie die zentrale Aussage Ihres Schreibens als Überschrift oder Betreff.

Eine sehr gute Möglichkeit, die zentrale Aussage zu stützen, ist die sogenannte logische Kette. Dabei gehen Sie **schrittweise** vor, indem Sie nach einem vorgegebenen Muster miteinander verbinden. Aus den ersten beiden Aussagen folgt die dritte. Gemeinsam geben die drei Informationen eine Antwort auf die Frage „Warum?“.

Logische Kette

Zentrale Aussage

1. Schritt: **Situation**
2. Schritt: **Komplikation** („Aber“)
3. Schritt: **Lösung** („Deshalb“)

SKL

Beispiel:

Zentrale Aussage: Wir sollten uns mehr im Freien bewegen.

1. **Situation:** Viele von uns sitzen fast den ganzen Tag.
2. **Komplikation:** Aber draußen ziehen Wolken auf.
3. **Lösung:** Deshalb nehmen wir Regenschirme mit.

Diese dreischrittige Gliederung kann sich auch über drei Absätze erstrecken, weil das Thema eine ausführlichere Darstellung erfordert. Dennoch gilt: Je knapper und klarer, desto besser.

Am Schluss eines Textes steht oft ein Appell, eine Aufforderung, damit Ihr Leser die von Ihnen genannten Maßnahmen ausführt. In diesem Fall kann die „Pyramide“ zu einem „Diamanten“ weiterentwickelt werden:

**Diamant:
mit Appell**

Erweiterung zur Diamantstruktur

