



Texte müssen überarbeitet werden: Denn keiner schreibt auf Anhieb druckreif, sagt die Trainerin für berufliches Schreiben Judith Wolfsberger. Foto: iStock

# „In der Schule lernen wir das Texteschreiben falsch“

Im Job schreiben wir ständig: auf Websites, für Kunden, an Chefs. Dass Texte nie auf Anhieb perfekt sind und überarbeitet gehören, wissen aber wenige.

*Beruflich schreiben wir ständig Texte, ob Mailings, Präsentationen oder Webtexte: Was viele nicht wissen, ist, dass Texte überarbeitet werden müssen, keiner schreibt einen fertigen Text in einem Fluss.*

**Judith Wolfsberger:** Ja, das ist ganz wichtig und das wissen die wenigsten Menschen. Das hat auch mit unserem Schulsystem zu tun. Es ändert sich schon ein bisschen etwas. Und der Prozessgedanke beim Schreiben kommt langsam in den Lehrerausbildungen an. Aber die meisten Erwachsenen haben in der Schule noch dieses Schularbeitsschreiben gelernt. Wo es heißt: Achtung, fertig, los, du hast eine Stunde Zeit und es muss alles sofort perfekt sein: Themenwahl, Geschichte, Aufbau, Sprache, Rechtschreibung. Und dieser erste Wurf zählt alles, denn er wird benotet. So lernen viele schreiben und tragen es in ihr Berufsleben hinein, mit dem Anspruch, dass alles auf Anhieb perfekt sein muss.

*Können Sie den Schreibprozess kurz erläutern?*

**Wolfsberger:** Es geht darum zu verstehen, wie ich Ideen finde, was ich beispielsweise für einen Artikel für eine Firmenzeitung brauche, wie ich einen roten Faden finde. Vor dem Schreiben sollte man sich eine Struktur überlegen: Für wen schreibt man und in welcher Form, also ob Mailing, Werbetext, Artikel. Dann geht es darum, einfach einmal loszuschreiben. Sobald die erste Fassung am Papier ist, kommt das Überarbeiten, dann schaue ich mir die Satzlängen an, Nebensächlichkeiten, die ich gar nicht brauche. Es ist ein Umdenken, das nicht schwer ist, aber unglaublich viel bewirkt:

Wenn ich verstehe, wie der Schreibprozess funktioniert und dass niemand druckreif schreibt.

*Marcel Reich-Ranicki sagte einmal: „Ich werde ein ganz gefährliches Experiment beginnen. Ich werde für das Publikum schreiben, und ich werde so schreiben, dass alle verstehen, was ich meine.“ Ist das ein grundsätzliches Problem, dass zu kompliziert und verschachtelt geschrieben wird, auch im beruflichen Kontext?*

**Wolfsberger:** Man denkt, man ist gescheit, wenn man komplizierter schreibt. Im Businessbereich geht es ja darum, Menschen sehr schnell und direkt zu erreichen. Da ist natürlich Effizienz viel wichtiger. Wenn auf meiner Website Texte stehen, die keiner versteht, werde ich mein Produkt nicht verkaufen. Dann klickt man einfach weg. Im Internet ist das ja noch viel extremer. Die Aufmerksamkeitszeitspanne erfordert dort noch viel klarere und verständlichere Texte. Aber: Klar und verständlich zu texten ist das eine, wenn der Inhalt und die Kommunikationsstrategie unklar sind, nützt auch ein guter Text nichts. Dazu gehört ein gutes Marketing-Knowhow, das vielen fehlt: Was sind gute Geschichten? Wie kann ich meine Zielgruppe erreichen? Wie kann ich etwas schreiben, das nicht nur Werbung ist?

*Haben Sie ein Beispiel?*

**Wolfsberger:** Wenn ich als Shiatsu-Masseurin auf meiner Homepage seitenlang über die Geschichte von Shiatsu schreiben, dann wird mir das keine Kunden bringen. Daher muss ich mich fragen, was die Zielgruppe wissen möchte. Etwa, hilft mir das bei Kreuzschmer-

zen? Macht Shiatsu bei Migräne Sinn? Wie hilft mir Shiatsu? Wichtig ist es, die Kundenperspektive einzubringen und sich zu fragen, welche Sprache sie versteht. Es geht also um so viel mehr als nur um verständliches Schreiben. Wie kann ich das, was ich kommunizieren will, schriftlich gut kommunizieren?

*Wie es ist bei E-Mails? Unsere E-Mail-Korrespondenz war kurz und bündig. Haben wir beide hier alles richtig gemacht, gewinnt Einfachheit über Komplexität?*

**Wolfsberger:** Ja, absolut. Es geht darum, dass das ankommt, was erreicht werden soll. In unserem Fall, dass ein Interview zustande kommt. Lange E-Mails im Businesskontext sind ein Problem. Wir leben in einer kompletten Textflut. Wenn ich diese Flut durchdringen will, dann kommt es auf Klarheit, Kürze und Freundlichkeit an. Zu kurz sollten E-Mails allerdings auch nicht sein, wenn ich dafür beispielsweise auf Freundlichkeit bei der Tonalität verzichte. Zu jemandem mündlich zu sagen: „Schick mir das“ ist etwas anderes, als dies in einer E-Mail zu schreiben. Dort klingt es nach Befehl und das wirkt sehr unfreundlich.

*Überarbeiten Sie Ihre E-Mails?*

**Wolfsberger:** Ja. Ich schreibe eine Mail, dann lese ich sie mir nochmals durch. E-Mails werden oft zu schnell geschrieben, sodass manchmal das Wesentliche fehlt. Ich habe schon E-Mails mit Einladungen bekommen, in denen der Termin oder der Ort gefehlt hat. Wichtig ist also, zu schauen, ob alles enthalten ist und ob Tippfehler gemacht wurden. Wenn es eine ganz entscheidende E-Mail

ist, dann drucke ich sie mir aus und gehe dann am nächsten Tag nochmals darüber. Entscheidend ist zudem, welche Kommunikationssituation der Mail zugrunde liegt. Schreibe ich eine E-Mail an eine Kollegin, an einen Kunden oder einen Vorgesetzten? Zudem ist bei E-Mails ganz entscheidend: Wofür nütze ich eine E-Mail und wofür nicht? Viele nützen sie auch, um Ärger loszuwerden, weil es einfach wirkt und ich demjenigen nicht ins Gesicht schauen muss. Ich warne sehr davor, heikle und schwierige Dinge über Mails zu lösen. Das funktioniert nie.

*Was sollte jeder übers Schreiben wissen, ob beruflich oder privat?*

**Wolfsberger:** Schreiben wird in unserem Kulturraum als Genie- oder als Talentsache verstanden. In Wahrheit ist Schreiben ein Handwerk, es hat viel mit Übung zu tun. Und jeder kann es lernen.

Das Gespräch führte  
Nina Zacke



Judith Wolfsberger.

Foto: Ida Raethel

## Zur Person

**Judith Wolfsberger** ist Autorin, Coachin und Trainerin für wissenschaftliches, berufliches & freies Schreiben. 2002 hat Wolfsberger das Writingsstudio in Wien gegründet. Dort wird u. a. auch der Lehrgang „Schreibkompetenz fürs Business“ angeboten.