



6

Der Stil wissenschaftlicher Arbeiten: Damit Ihr Gughupf gelingt, brauchen Sie das richtige Händchen

6.1 Sie backen – schreiben – für Leser!

R. Kaufmann schrieb einst in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, die Kunst, **unverständlich** zu formulieren, sei Gütesiegel eines erfolgreich abgeschlossenen Studiums. Leider – muss man hinzufügen. Denn an diese „Kunstrichtung“ glauben sehr viele Studenten – aber auch manche Professoren samt Mitarbeiterstab. Völlig grundlos verfallen sie dabei in eine „umständliche, aufgeplustert tiefsinnige, selbstgefällig-unverständliche Wissenschaftssprache“, wie A. Schöne, Präsident der Internationalen Vereinigung für Germanische Sprach- und Literaturwissenschaft, dies einmal ausdrückte (vgl. Schneider 2006, S. 35).

Unverständliche Wissenschaftssprache

Schneider (2006, S. 11 f.) ist wohl etwas über das Ziel hinausgeschossen, als er schrieb, dass die Wissenschaft den Menschen nie zuvor „so rücksichtslos einen so scheußlichen Jargon in so ungeheuren Mengen aufgenötigt“ habe; wer aber in einschlägigen Publikationen stöbert, gewinnt bisweilen den Eindruck, dass der ein oder andere Autor nicht gerade ein Anhänger der gepflegten Sprache (Logik, Verständlichkeit, Ästhetik) ist. Jedenfalls scheint mancher Verfasser der Überzeugung zu sein, die (stilistische) Qualität seiner Arbeit komme besonders gut zur Geltung, wenn er

Scheußlicher Jargon

- möglichst viele **Fremdwörter** verwendet (Der Text soll ja „gut klingen“),
- einen **spröden, möglichst „staubtrockenen Wissenschaftsstil“** wählt – kombiniert mit umständlichem (und häufig missverständ-



lichem) „**Verwaltungsdeutsch**“, z. B. „die Bewerkestellung des empirischen Datenerhebungsprozesses seitens des Autors“,

- **komplexe Sätze** formuliert, deren Inhalt „ja ohnehin nur Wissenschaftler und andere Experten verstehen sollen“.



Eine solche „Philosophie“ ist jedoch vor allem deshalb bedenklich, weil alle wissenschaftlich Arbeitenden – auch Studierende – eine **Verantwortung** gegenüber jenen haben, die nicht der eigenen Zunft angehören; denn (vgl. Schneider 2006, S. 27 f.):

- Verquastenes „Fachchinesisch“ fördert **Fachidiotie** und Gettoisierung (Immunsierung) der eigenen Disziplin und verhindert damit, was Wissenschaft sein soll: eine Gemeinschaft, die fachübergreifend zusammenarbeitet (= sog. **Transdisziplinarität**). Dies aber ist nur möglich, wenn **alle Mitglieder** der „Scientific community“ „gutes Wissenschaftsdeutsch“ pflegen.
- (Angehende) Wissenschaftler haben auch eine **Verpflichtung gegenüber Laien**, denen man komplexe Sachverhalte gleichfalls möglichst einfach und transparent darlegen sollte, z. B. technische Gebrauchsanweisungen oder Einsatzmöglichkeiten und Konsequenzen neuer Technik. Wer meint, Kompliziertes könne man nicht einfach ausdrücken, sollte sich fragen, ob er es jemals ernsthaft versucht hat. Dass man selbst „starken Tobak“ wie die Astrophysik leicht genießbar präsentieren kann, belegen Wissenschaftler wie Stephen Hawking.

Selbstverständlich sollen Sie in Ihren Texten **Sachthemen** darstellen und kritisch diskutieren – und fraglos benötigen Sie hierzu auch **Fachbegriffe** (gerade **weil** Sie damit etwas Spezifisches ausdrücken können); dennoch wäre es falsch zu behaupten, man könne einen wissenschaftlichen Text grundsätzlich nicht allgemein verständlich formulieren. Häufig sind Gedankenlosigkeit und Arroganz jener, die mit Fachtermini hantieren, für die Abgrenzung von „den anderen“ verantwortlich. Für den französischen Politologen Alfred Grosser ist der Fachjargon ein Instrument des alten **Obrigkeitsdenkens**: Er verhindert die Kommunikation (zwischen den Schichten).

Und mal ehrlich: Wie würden Sie sich verhalten, wenn Sie in einer Zeitschrift oder Zeitung nur Beiträge fänden, die derart langweilig, hölzern, komplex und unverständlich geschrieben sind, dass Sie jeden Satz zweimal lesen müssten? Sie würden die Zeitung „ent-

Gedankenlosigkeit und Arroganz

sorgen“ und anschließend das Abonnement kündigen – zu Recht! Sie wollen nämlich verstehen, worum es geht – und: unterhalten werden! Fragen Sie sich selbst:

- Warum sollten die Leser wissenschaftlicher Ausarbeitungen diesen **Anspruch** nicht haben?
- Sind verständliche Beiträge etwa weniger **glaubwürdig**, nur weil sie sich leicht lesen lassen und jeder den Inhalt ohne Schwierigkeiten begreift (Motto: „Wenn sogar ich das verstehe, dann kann die Forschung von Wissenschaftler X ja gar nicht so kompliziert sein.“)?
- Wäre es nicht **vergeudete Zeit**, wenn Ihre Arbeit, an welcher Sie monate- oder gar jahrelang geschrieben haben, (fast) niemand liest? Und dies nur deshalb, weil
 - ▷ es Ihnen nicht gelingt, das **Interessante** oder **Spannende** Ihres mit viel Schweiß (und bisweilen Tränen) bearbeiteten Themas herauszustellen oder weil
 - ▷ Sie den Inhalt nicht so präsentieren, dass durchschnittlich gebildete Menschen Ihren **Gedanken** auch nur ansatzweise **folgen** können.



Welch ein Jammer!

Ergo: Verzichten Sie auf einen Schreibstil, der Ihren Freunden und Verwandten ein „Ah! Oh! Hab zwar kein Wort verstanden, klingt aber echt total wissenschaftlich!“ entlockt. Im Gegenteil! Denken Sie daran:

Auch Wissenschaftler schreiben nicht für den Bücherschrank, sondern für Leser – und zwar für möglichst viele.

Ein flüssiger, anschaulicher und abwechslungsreicher Stil hilft auch bei einem wissenschaftlichen Text, die darin enthaltenen Informationen leicht und prägnant zu vermitteln. Dies wiederum steigert die **Freude** beim Lesen. Deshalb:

Freude beim Lesen

(1) Machen Sie sich die Mühe und lernen Sie, gut, verständlich und interessant zu schreiben. Dies ist ein langwieriger, anstrengender Prozess, der sich am Ende aber bezahlt macht. Seit einigen Jahren gibt es an manchen Hochschulen sogar sog. **Schreibwerkstätten (Schreib-**

Schreibwerkstätten

zentren, Schreiblabors), in denen man lernen kann, wissenschaftliche Beiträge zu verfassen, z. B. an der

- Europa-Universität Viadrina, Frankfurt / Oder,
- PH Freiburg,
- Ruhr-Universität Bochum,
- TU Chemnitz,
- Universität Bielefeld,
- Universität Duisburg-Essen,
- Universität zu Köln,
- Westfälischen Wilhelms-Universität Münster,
- Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur.

(2) Lassen Sie das alberne (vermeintliche) **Wissenschaftsdeutsch** in der Mottenkiste und streichen Sie den Satz „Die Arbeit ist ohnehin nur für Wissenschaftler.“ aus Ihrem Repertoire! Misstrauen Sie zunächst einmal allen Texten, auch jenen von Experten eines Fachgebiets; denn der ein oder andere Vertreter unserer Zunft versteckt sich bisweilen gerne hinter Phrasen, Satz- und Wortungetümen oder aber – was genauso schlimm ist – hat selbst nicht gelernt, verständlich zu schreiben. Wer aus **Textmonstern** „die Luft herauslässt“, wird feststellen, dass bei dem ein oder anderen nicht viel mehr übrig bleibt als der tiefe Seufzer eines Gelehrten, der auch zum x-ten Thema seinen Senf dazugeben wollte.



Denken Sie beim Schreiben an Menschen, die mit Ihrem Spezialgebiet von Haus aus möglichst wenig zu tun haben. Bitten Sie diese um **Feedback**; falls sie den Inhalt Ihrer wissenschaftlichen Arbeit nicht verstehen, dann liegt es vermutlich nicht an deren geistiger Kapazität. Fassen Sie sich an die eigene Nase und suchen Sie die **Defizite** zunächst bei sich! Nicht der Leser muss sich plagen, sondern der Autor: **SIE!** Ähnlich formulierte es einmal Hermann Heimpel, 1985 Träger des Sigmund-Freud-Preises: Aus seiner Sicht ist gute wissenschaftliche Prosa **bequem für den Leser**, aber unbequem für den Autor; denn dieser muss präzise arbeiten und argumentieren.

*Gute wissenschaftliche
Prosa*

Prof. Dr. Theo Stemmler, Mitglied des PEN-Clubs und Vorsitzender der Jury, die den Preis der Universität Mannheim für Sprache und Wissenschaft vergibt, schreibt über Stilregeln Folgendes.



„Es fällt schwer, guten Stil zu definieren – doch es gibt ihn. Den professionellen Autor kümmern Probleme der Definition nur wenig. Er müht sich um den Stil seiner eigenen Texte und überlässt den Himmel theoretischer Abstraktion den Sprachwissenschaftlern. Und da er sein Metier beherrscht, ist er nicht auf die Handreichungen praktischer Stillehren angewiesen.

Der lernwillige Laie jedoch greift gern zu praktischen Stillehren: Sie verheißen ihm Besserung seines Stils und sind in verständlichem Deutsch verfasst. Die Autoren fast aller Stillehren sind zwar Amateure – doch verfügen sie über ein durch ständiges Lesen und Schreiben verfeinertes Stilvermögen, das den akademischen Fachleuten oft abgeht. [...] Wenn aber Amateure sich erdreisten, andere stilistisch zu belehren, dann versteht die Fachwelt keinen Spaß und bläst zur Attacke. Vor allem wirft sie den Stillehrern mangelnde Systematik und subjektive Urteile vor.

Die Reproduzierbarkeit guten Stils setzt das Vorhandensein stilistischer Regeln voraus. Zwar ist Stil nicht von Grund auf lehr- und lernbar. Wie musikalisches Talent kann auch stilistisches nicht postnatal geliefert werden – doch kann man es ausbilden. Besserer Stil – nicht: guter – kann gelernt werden.

Zu Recht verweisen die Sprachwissenschaftler darauf, dass der Stil einer jeden sprachlichen Äußerung auf einer Auswahl beruht, die der Autor aus einer Vielzahl sprachlicher Möglichkeiten trifft. Zu Unrecht folgern sie aus dieser Variabilität die Unmöglichkeit, feste Stilregeln aufzustellen.

Zu der fast grenzenlosen Toleranz der Linguisten gegenüber allem, was sprachlich sein kann, gesellt sich die allgemeine Scheu der Wissenschaftler vor dem Urteil über das, was sein soll. Jedoch ist die linguistische Skepsis gegenüber Stilregeln nur zum Teil berechtigt. Darum geht es: unstrittige Regeln von strittigen zu unterscheiden und tatsächliche Stilmängel von vermeintlichen zu trennen. [...] [Es gibt] eine Gruppe von Stilregeln, die ob ihres axiomatischen Charakters unstrittig erscheinen. Einige von ihnen sind Forderungen, die seit langem von Lehrern und Theoretikern des Stils an jede sprachliche Äußerung erhoben werden“ (Stemmler 2013, S. 38).

Seine „**Zehn Stilregeln für wissenschaftliche Texte**“ lauten:

- „1. Oberstes Gebot ist die Rücksichtnahme auf Leserin und Leser.
2. Jeder Satz soll auf Anhieb verständlich sein und kein zweimaliges Lesen erfordern.
3. Fachterminologie ist unvermeidlich – modisch dunkler Fachjargon unverzeihlich.
4. Anglizismen sind nur willkommen, wenn keine deutschen Begriffe zur Verfügung stehen, die den Sachverhalt deutlich und griffig bezeichnen.
5. Konzise Knappheit verdient den Vorzug gegenüber wichtigerischer Aufblähung.
6. Asthmatisch kurze Sätze sind genauso wenig zu empfehlen wie verschraubte Schachtelsätze.
7. Eine Balance zwischen einfachen und komplexer konstruierten Sätzen ist erstrebenswert.
8. Metaphern sind auch in wissenschaftlichen Texten zulässig – Bildbrüche (Katachresen) allerdings nicht.
9. Die Einheitlichkeit des Stilregisters muß im ganzen Text bewahrt bleiben; Stilbrüche sind zu vermeiden – etwa stilistische Ausflüge in die Welt der Bürokratie oder der Diskos.
10. Auch schriftliche Texte sollen klingen: Kakophonischer oder echolalischer Wortklang – etwa „das das“ oder „der sie die für sie“ – ist daher nicht zu empfehlen“ (Stemmler 2018).

Die folgenden Ausführungen sollen dazu anregen, dass Sie über Ihre Schreibgewohnheiten nachdenken und diese ggf. korrigieren. Keine Sorge: Sie müssen Ihren **Schreibstil** nicht gleich an den Nagel hängen; denn unsere Sprache bietet auch nach diesen Tipps noch zahllose Möglichkeiten, mit denen Sie Ihre wissenschaftlichen Abhandlungen gestalten können. Im Übrigen gibt es keinen „Stil von der Stange“, wohl aber so etwas wie einen „guten Stil“, den bspw. Wolfgang Manekeller und Wolf Schneider in zahlreichen (sehr lesenswerten) Publikationen vermitteln; hier einige Beispiele:

Manekeller, W. (2003): Auf den Punkt gebracht: Gekonnt und unmissverständlich formulieren, Wien 2003.

Manekeller, W. (2006): In kinester Weise vergleichbar: Hoch-Deutsch – zum Lachen und zum Heulen?, Norderstedt 2006.

Schneider, W. (2001): Deutsch für Profis: Wege zu gutem Stil, 15. Aufl., München 2001.

Schneider, W. (2006): Deutsch für Kenner: Die neue Stilkunde, 3. Aufl., München u. a. 2006.

Schneiders Ratschläge zu Textelementen (Worte, Formulierungen, Satzteile, Sätze, Satzfolgen usw.) – mithin seine **Tipps** für gutes und verständliches Deutsch – lassen sich im Wesentlichen wie folgt zusammenfassen:

- Schreiben Sie verständlich!
- Schreiben Sie knapp!
- Vermeiden Sie Klischees, Phrasen, überflüssige Mitteilungen und Schwulst!
- Kaschieren Sie nicht die Verantwortlichen bzw. die agierenden Personen! Schreiben Sie aktiv!
- Beachten Sie Einfachheit und Ordnung!
- Schreiben Sie attraktiv und bieten Sie zusätzliche Stimulans!
- Formulieren Sie konkrete, logische, nachvollziehbare Gedanken!
- Formulieren Sie eindeutig und unmissverständlich!
- Schreiben Sie prägnant, anschaulich und lebendig!

Negativ abgegrenzt sollte Ihr Schreibstil folglich nicht sein (vgl. Rosig/Prätsch 2006, S. 162):

- abstrakt,
- salopp, umgangssprachlich,
- im Boulevardstil,
- mehrdeutig,
- unpräzise,
- nichtssagend, platt,
- poetisch, weitschweifig, schwülstig,
- übertreibend.

Wie gesagt: Schreiben ist ein mühevoller Prozess. Damit ein Text lesenswert wird, müssen Sie ihn **mehrfach bearbeiten**, indem Sie an Wörtern, Ausdrücken, Sätzen und Absätzen ständig „feilen“.

Die folgenden Empfehlungen zum Stil wissenschaftlicher Werke sind so aufgebaut, dass sie mit der kleinsten Einheit, die selbststän-



dig **Sinn** trägt, beginnen: mit dem **Wort**. Anschließend sind **Sätze** Gegenstand der Betrachtung. Selbstverständlich werden Sie die folgenden Tipps und Hinweise nicht immer in der beschriebenen Form übernehmen und anwenden können – und ganz sicher werden Sie in diesem Buch Beispiele finden, in denen ich meine eigenen Ratschläge missachte. Bitte: Zeigen Sie ruhig mit dem Finger auf mich! Sie dürfen auch gerne hämisch grinsen und sich über meine Fehler schlapp lachen. Aber darum geht es nicht, denn niemand ist fehlerfrei. Fehler sind nur dann problematisch, wenn sie **systematisch** auftreten – der Zufall oder die besonderen Umstände als Ursache ausscheiden. (Übrigens: Wenn Sie in diesem Buch Schwächen/ Ungereimtheiten entdecken, so würde ich mich sehr freuen, wenn Sie mir eine kurze Nachricht zukommen ließen; Verbesserungsvorschläge jeder Art sind stets willkommen.)

6.2 Verwenden Sie die richtigen Wörter – und verwenden Sie die Wörter richtig!

6.2.1 Verben

Verben sind sehr bedeutsam, weil sie die Aussage eines Satzes tragen. Sie sind dessen Rückgrat, wie Ludwig Reiners dies einmal formulierte (vgl. Reiners 2009, S. 86); denn nur mit dem Verb, dem „Königswort der Sprache“ (Schneider 2006, S. 66), kann man das ausdrücken, was geschieht. Es ist so gesehen ein **Tatwort**, wenngleich es i. d. R. als Tätigkeits- oder Zeitwort bezeichnet wird.

Wer die **vielfältigen** Einsatzmöglichkeiten des Verbs nicht nutzt (Ausdruck, Tempus, Modus, Genus verbi), verzichtet auf die sehr gute Gelegenheit, sich kraftvoll auszudrücken und den Text zu beleben. Verben sind bspw. anschaulicher und prägnanter als Substantive oder als substantivierte Verben. Letztere wirken – gerade wegen ihres **Nominalstils** – oft spröde und unpräzise. Die entsprechenden Texte sind dann gespickt mit (zusätzlichen) Verben wie *durchgeführt*, *erfolgt* und *stattfinden*, z. B. „Die Durchführung der Befragung der Konsumenten erfolgte durch geschulte Mitarbeiter.“ oder „In den vergangenen Jahren fand eine intensive Rodung des Urwalds statt.“

Derartige **Worthülsen** „Typ Landratsamt“ (Dichtl 1996) findet man in wissenschaftlichen Arbeiten leider sehr häufig – aber nicht

*Vielfältige
Einsatzmöglich-
keiten des
Verbs*

nur dort. Auch **Bürokraten** und Politiker haben diesbezüglich einen großen Wortschatz.

Beispiel

Im August 2007 meinte Sachsens Umweltminister Tillich in einem Fernsehinterview, man plane eine „Deichrückentwicklung vorzunehmen“. Alles klar? Nicht ganz; denn wer sich die Mühe macht und den Ausdruck in verständliches Deutsch übersetzt, fragt sich zu Recht, ob man „alle Deiche in Sachsen zurückzubauen“ gedenkt oder aber nur „manche Deiche“. Wenn ja – welche meinte er? Sie sehen: Der Herr Minister hätte, wenn ihm an gutem Deutsch gelegen wäre, konkreter werden müssen. Aber vielleicht wollte er genau dies ja auch gar nicht.



6.2.1.1 Leisten Sie Verzicht auf Funktionsverben!

Vermeiden Sie – wenn möglich – sog. **Funktions-** bzw. **Streckverben**, die sich nur mit einem Substantiv aufs leere Blatt trauen (vgl. zum Folgenden auch Schneider 2006, S. 68 f.). Nutzen Sie stattdessen **Vollverben**. Schreiben Sie also bspw.

- nicht *Verzicht leisten*, sondern *verzichten*,
- nicht *Bezug nehmen*, sondern *sich beziehen*,
- nicht *den Vorzug geben*, sondern *vorziehen*,
- nicht *Abhilfe schaffen*, sondern *abhelfen*,
- nicht *eine Analyse durchführen*, sondern *analysieren*.



Beispiele

(1) „Werte üben bei der Informationsaufnahme eine Selektionsfunktion aus.“

→ besser: „Werte tragen maßgeblich dazu bei, dass Menschen Information selektiv aufnehmen.“

(2) „Es wird keine klare Unterscheidung dieser Begriffe vorgenommen.“

→ besser: „Selbst Wissenschaftler unterscheiden nicht eindeutig zwischen den hier zu diskutierenden Begriffen. Während Müller (2004, S. 815) die Auffassung vertritt, dass $A + B = C$, geht Meier (2005, Sp. 4711) davon aus, dass $A + B = D$.“

Freilich lässt sich diese Regel nicht immer umsetzen. So mag es mitunter zweckmäßig sein, ein Streckverb zu nutzen – bspw. aufgrund der Dramaturgie oder um eine Wortwiederholung zu vermeiden. Somit gilt auch hier: **Die Mischung macht's**. Beispielsweise wäre statt des unschönen Modeworts *thematisieren* ein Funktionsverb denkbar, z. B. *zum Thema machen* oder *zur Sprache bringen*; natürlich kann man auch *aufgreifen* oder *darüber reden*.

6.2.1.2 Achten Sie auf die „Stilhöhe“!

Bestimmte Situationen lassen sich auf sehr unterschiedliche Weise beschreiben. Ein Pkw kann *davonrasen*, *schnell wegfahren*, *davoneilen* und umgangssprachlich auch mal *wegdüsen* oder *flitzen*. Allerdings sind nicht alle Verben eines **Wortfeldes** immer auch der jeweiligen Situation angemessen. Passen Sie Verben deshalb dem **Kontext** an: Suchen Sie nach geeigneten Vollverben und tragen Sie diese zunächst in Wortfeldern zusammen.

Beispiele

- Präferenz: vorziehen – voranstellen – bevorzugen – lieber mögen – präferieren – favorisieren – befürworten – höher einschätzen – ...
- (Unternehmens-)Zusammenschluss: fusionieren – sich zusammenschließen – sich zusammentun – sich verbinden – sich vereinigen – zusammenlegen – integrieren – ...
- Freude: sich freuen – amüsiert / verzückt / beglückt / entzückt sein – jubeln – jauchzen – jubilieren – ...
- Konsum: konsumieren – verzehren – genießen – aufbrauchen – verbrauchen – gebrauchen – nutzen – verwerten – verwenden – benutzen – verarbeiten – ...

Entscheiden Sie anschließend, welches Verb mit Blick auf die Stilhöhe am besten in den **Kontext** passt.

6.2.1.3 Reanimieren Sie tote Verben!

In einer Ausgabe der Financial Times Deutschland hieß es, Utz Claasens Rückzug „sei freiwillig erfolgt“. Wäre es nicht schöner gewesen, der ehemalige Vorsitzende der EnBW hätte auf das **Spreizverb** verzichtet und „sich freiwillig zurückgezogen“? Vermeiden Sie sog. **Spreiz-, Bläh-** bzw. **tote Verben**, wie





- aufweisen („Das Produkt weist kein Preisschild auf.“),
- beinhalten („Die Studie beinhaltet folgende Themen: ...“),
- bewerkstelligen,
- bewirken,
- durchführen („Die Untersuchung der Mitarbeiter wurde durchgeführt.“),
- erfolgen („Die Befragung erfolgte anhand einer siebenstufigen Skala.“),
- geben („es gibt“),
- gehören,
- herrschen („Es herrscht eine große Kälte.“),
- liegen,
- sich befinden,
- sich handeln um,
- vergegenwärtigen,
- vornehmen („Die Analyse wurde vorgenommen.“),
- weilen.

Und **warum** sollten Sie auf diese Verben verzichten? Weil diese Tätigkeitswörter **alles andere** als eine Tätigkeit oder ein Tun ausdrücken: Sie bezeichnen lediglich, dass etwas **vorhanden** ist – und auch dies teilweise sehr abstrakt. Fraglos braucht man auch dann ein Verb, wenn etwas bloß ist und nichts tut; deshalb ist auch nichts dagegen einzuwenden, wenn im Text mitunter ein totes Verb darnieder liegt. Jedoch: Treten sie gehäuft auf, so mindern Spreizverben die Anschaulichkeit – sie machen müde (vgl. Schneider 2006, S. 67).

Im Regelfall ist es leicht möglich, dem toten Verb Leben einzuhauchen, indem man es **konkretisiert**.

Beispiele

1. „Peter befindet sich im Keller.“
→ „Peter spielt im Keller Schlagzeug.“
2. „Herr Meier weilt in Madrid.“
→ „Herr Meier besucht in Madrid den Inhaber eines mittelständischen Unternehmens.“

Bisweilen kann man entsprechende Sätze auch **kürzen**.

Beispiele

1. „In Thailand herrscht eine große politische Anspannung.“
→ „Die politische Lage in Thailand ist sehr angespannt.“
2. „In der Regel findet zur Analyse dieser Problemstellung die Diskriminanzanalyse Anwendung.“
→ „Probleme dieser Art lassen sich gewöhnlich mit der Diskriminanzanalyse lösen.“



Zu den „Unwörtern“ gehört auch *erstellen*. Wolfgang Manekeller, der mehr als 20 Jahre das Institut für moderne Korrespondenz leitete, drückte dies einmal wie folgt aus: „Früher – es ist noch gar nicht so lange her – haben wir Briefe, Berichte, Angebote und Gedichte *geschrieben*, Statistiken *erarbeitet*, Konzepte *entwickelt*, Manuskripte *verfasst*, Waren *produziert*, Häuser, Straßen, Schlösser und Kirchen *gebaut*, Parks *angelegt* oder *gestaltet* [...] Heute gibt es für all diese Tätigkeiten nur noch ein einziges Wort: erstellen. Ob Zeugnisse, Gebäude oder Werbekampagnen: Alles wird erstellt. Ich bin sicher, demnächst werden Haustiere nicht mehr gezüchtet, Liebesnächte nicht mehr erlebt und Brötchen nicht mehr gebacken – auch sie werden erstellt. Die Brötchen schmecken schon danach.“



Übermäßig häufig wird übrigens auch vom Verb *machen* „Gebrauch gemacht“; denn „Deutsch ist die Sprache der Macher und des Machens. Das fängt bei der Geburt an (den ersten Schrei machen) und endet mit dem Tod (den Abgang machen). Dazwischen kann man das Frühstück machen und die Wäsche, einen Schritt nach vorn und zwei zurück; man kann Pause machen, Urlaub oder blau, eine Reise ins Ungewisse und plötzlich Halt; man kann eine gute Figur machen und trotzdem einen schlechten Eindruck; man kann den Anfang machen, seinen Abschluss machen, Karriere machen; man kann drei Kreuze machen, Handstand oder Männchen; man kann die Nacht durchmachen, ein Opfer kalt machen, in den Westen rübermachen, Mäuse, Kies und Kohle und sich ins Hemd machen; man kann andere zur Schnecke machen und sich selbst zum Affen; man kann sogar Unsinn machen“ (Sick 2004, S. 49).

Die Beispiele verdeutlichen, wie wichtig es ist, **prägnant** zu argumentieren / zu formulieren. Nutzen Sie vorzugsweise jene Verben, die mit dem dazugehörigen Objekt in (enger) **Beziehung** stehen; denn in

solchen Fällen sorgt eine unbewusste Verbindung dafür, dass wir die vermittelten Informationen leichter aufnehmen können.

Verzichten Sie möglichst auch auf **Hilfsverben** (haben, sein, werden). Sie sagen meist nichts aus, mindern aber die **Dynamik** in Ihrer Ausdrucksweise. Schreiben Sie beim nächsten Mal besser

- nicht *ich habe die Erwartung*, sondern *ich erwarte*,
- nicht *er hat Einfluss auf*, sondern *er beeinflusst*,
- nicht *ich bin in der Lage*, sondern *ich kann*,
- nicht *ich bin im Zweifel*, sondern *ich bezweifle*.



6.2.1.4 Doppelt quält besser: Pleonasmen und Verben mit unnötigen Vorsilben

Wie folgende Beispiele belegen, erfreuen sich **pleonastische** Verben großer Beliebtheit. Ich fasse mich allerdings kurz, um mich nicht *noch einmal zu wiederholen* (Merken Sie schon was?!).

- Wo sind wir, wenn wir *wieder zurückkehren*? Genau dort, wo wir wären, wenn wir schlicht und einfach zurückgekehrt wären.
- Lassen sich *neu renovierte* Wohnungen besser vermieten als renovierte? Nein, auch wenn sich die Vermieter mittlerweile immer häufiger *gegenseitig Konkurrenz machen*.
- Soll ich mit Beispielen *weiter fortfahren*? Kein Problem, da ständig welche *neu hinzukommen* oder *neu kreiert werden*.
- Schade nur, dass sich manche davon *einander diametral gegenüberstehen* und wir sie nicht *käuflich erwerben* können.



Die Zusammenstellung in Abb. 42 verdeutlicht beispielhaft, wie Sie „doppelt gemoppelte“ Verben einfach zu Papier bringen.

Abb. 42: Möglichkeiten zur Vermeidung pleonastischer Verben

Pleonasmus	Lösungsmöglichkeit
angeblich sollen (z. B. Das Unternehmen soll angeblich verkauft werden.)	Das Unternehmen soll verkauft werden. Das Unternehmen wird angeblich verkauft.
auseinanderdividieren	auseinanderrechnen, aufteilen, dividieren
durchkalkulieren	durchrechnen, kalkulieren
für gewöhnlich etwas zu tun pflegen	für gewöhnlich etwas tun, etwas zu tun pflegen
herausselektieren	auslesen, herausfiltern, selektieren
hochstilisieren	hochloben, stilisieren

(wird fortgesetzt)

Pleonasmus	Lösungsmöglichkeit
in der Mitte halbieren	in der Mitte teilen
leider etwas bedauern	etwas bedauern, leider etwas tun müssen
möglich sein können (z. B. Das könnte möglich sein.)	Das ist möglich. Das könnte sein.
nachrecherchieren	nachprüfen, recherchieren
reinvestieren	investieren
runterreduzieren	reduzieren
wahrscheinlich scheinen (z. B. Das Produkt scheint wahrscheinlich defekt zu sein.)	scheinen, wahrscheinlich sein Das Produkt scheint defekt zu sein. Das Produkt ist wahrscheinlich defekt.
zusammenaddieren	addieren, zusammenzählen

Quelle: auf der Basis von Sick (2007, S. 32 ff.); modifiziert und ergänzt.

Zu den Klassikern in der Rubrik „Verben mit unnötigen **Vorsilben**“ gehört *vorprogrammieren*; denn das lateinische *pro* drückt bereits aus, dass etwas im Voraus geschieht. Häufig überflüssig sind auch *ab*, *an*, *auf* und *aus*: Aber warum sollten wir lediglich *zeigen*, *ändern*, *mieten*, *speichern* oder *testen*, wo wir doch auch *aufzeigen*, *abändern*, *anmieten*, *abspeichern* oder *austesten* können? Weitere Beispiele finden sich zuhauf (vgl. hierzu auch Sick 2007, S. 121; Schneider 2001, S. 224 ff.; Henscheid 1993, S. 11 ff.):



- abblocken
- abklären
- abmildern
- abmindern
- abprüfen
- absegnen
- absenken
- absichern
- absinken
- abstoppen
- abstützen
- abtesten
- abzielen
- anbetreffen
- anheben
- ankaufen
- anschwellen
- ansteigen
- anwachsen
- auffaddieren
- auffüllen
- auflisten
- aufoktroyieren
- aufspalten
- aufsummieren
- aufzeigen
- ausborgen / ausleihen
- auseinanderklaffen
- befüllen
- hochskalieren
- losstarten
- mit einbeziehen / mit einschließen
- mithelfen

- überprüfen/nachprüfen
- verbuchen
- verfüllen
- vorankündigen
- vorwarnen
- weglöschen
- zuliefern
- zuschicken

Außerdem: Verben mit Vorsilben sind häufig **schwer lesbar** und – vor allem in Verbindung mit Schachtelsätzen – **missverständlich**, z. B. *vorschlagen* (→ schlagen ... vor) oder *ankündigen* (→ kündigen ... an). Entscheiden Sie sich deshalb möglichst für kurze Verben; teilen Sie ggf. die betreffenden Sätze.

Beispiel

Das Management kündigte den Mitarbeitern, die sich in Sonder-schichten für das Unternehmen eingesetzt hatten (deshalb kündigte man ihnen?), Sonderzahlungen an (aha!).

→ Besser wäre bspw.: „Die Mitarbeiter setzten sich in Sonder-schichten für das Unternehmen ein. Deshalb kündigte ihnen das Management Sonderzahlungen an.“

Ebenso überflüssig wie unsinnig sind folgende Kombinationen (vgl. z. B. Henscheid 1993, S.12 ff.), die sich mittlerweile jedoch tief in den Sprachraum mancher Schreibtäter eingefressen haben:

- von etwas abrücken → besser: von etwas Abstand nehmen
- auf etwas abheben → besser: etwas betonen/hervorheben
- sich etwas anlesen → besser: sich über einen Sachverhalt informieren
- etwas andiskutieren → besser: Teile eines Problems diskutieren/besprechen
- etwas ausdiskutieren → besser: einen Sachverhalt ausführlich diskutieren

6.2.1.5 Beizeiten das Tempus beherrschen

Wer prägnant argumentieren will, muss zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft strikt unterscheiden; beim korrekten Gebrauch des Tempus spielt die Einheit von Zeit und Ort eine bedeutsame Rolle.

(1) Das **Imperfekt** (= Präteritum), d. h. die „unvollendete“ Vergangenheit, kennzeichnet eine in der Vergangenheit liegende Handlung. Sie wird vorzugsweise im **geschriebenen** Deutsch verwendet (= Erzählzeit).

Imperfekt



Beispiele

Er kam zu dem Ergebnis; sie analysierten die Daten; er befragte die Konsumenten; sie erwarben.

Perfekt (2) Das **Perfekt** kennzeichnet gleichfalls eine in der Vergangenheit liegende Handlung. Das Tempus wird so bezeichnet, weil das, was jemand „gemacht hat“, vollendet bzw. **abgeschlossen** (= perfekt) ist. Das Perfekt wird vornehmlich in der **gesprochenen** Sprache eingesetzt und erfreut sich weitaus größerer Beliebtheit als das Präteritum. Es setzt sich zusammen aus „haben“ oder „sein“ sowie dem zweiten Partizip (= Partizip Perfekt).

Beispiele

Sie haben die Daten analysiert; er ist zum Direktor befördert worden; sie sind gefahren.

Das Perfekt ist immer dann erforderlich, wenn ein Ereignis **Folgen** für die Gegenwart hat, die Auswirkungen einer Handlung also in die **Gegenwart** hineinreichen. Deshalb liegt es häufig nahe, das Perfekt an den **Anfang** einer Nachricht zu stellen. Warum sonst sollte eine Information interessant sein, wenn sie sich nicht auf die Gegenwart auswirkt?

Beispiele

Gestern haben die Gewerkschaften gestreikt; die Straßen sind (noch) übersät mit Plakaten und Flugblättern.

Plusquamperfekt (3) Das **Plusquamperfekt** beschreibt die sog. Vorvergangenheit, d. h. eine Handlung, die vor einer in der Vergangenheit liegenden Handlung **abgeschlossen** wurde (= Vergangenheit vor der Vergangenheit).

Beispiele

Ich hatte die Befragung organisiert; du hattest die Probanden ausgewählt; er war zu den Experten gefahren; sie hatten teilgenommen.

Dieses Tempus ist erforderlich, um die **zeitliche Ordnung** korrekt wiederzugeben.

Beispiele

- Bevor er die Daten mit multivariaten Methoden analysierte, hatte er sie wochenlang in mühevoller Arbeit in die Datenbank eingespeist.
- Nachdem er den Fragebogen verfasst hatte, befragte er die Probanden.

Das Plusquamperfekt ist jedoch sehr „sperrig“ und überdies hässlich, wenn es gehäuft auftritt. Ein Text ist leichter lesbar, wenn das Plusquamperfekt nur einmal verwendet wird – und zwar am Anfang des Sprungs in die Vorvergangenheit. Der Text bleibt dennoch grammatisch korrekt.

Im folgenden Beispiel ist das Imperfekt möglich und sinnvoll: „Die Dateneingabe war bereits abgeschlossen, als er damit begann, die Informationen auszuwerten.“ Eine doppelt verschachtelte Vorvergangenheit sollten Sie auf jeden Fall vermeiden (z. B. „Er hatte, nachdem sie die Daten eingegeben hatten, die Informationen ausgewertet.“).

Abschließend ein Beispiel aus dem Handelsblatt vom 10. August 2007. Darin konnte man Folgendes lesen:

Beispiele

„Gestern hatte die EZB bereits interveniert. Auch die US-Notenbank Fed hatte sich zu einem solchen Schritt gezwungen gesehen.“
 → Sofern sich die Zeitzonen in der jüngeren Vergangenheit nicht geändert haben, beginnt das (Wirtschafts-)Leben in den USA jeweils einige Stunden später als in Europa. Im Handelsblatt hätte deshalb stehen müssen: „Auch die US-Notenbank Fed sah sich zu einem solchen Schritt gezwungen.“ Außerdem darf man annehmen, dass die EZB „bereits gestern“ interveniert hatte (statt „gestern bereits“).

6.2.1.6 Hätte da was im Konjunktiv stehen müssen?

Zu den größten Errungenschaften der deutschen Sprache gehört zweifelsohne der Konjunktiv (vgl. zum Folgenden auch Schneider 2006, S. 296 ff.). Zusammen mit Indikativ und Imperativ gehört er zu den **Modi** eines Verbs. Der Gebrauch des Konjunktivs, der in Gegenwart, Vergangenheit und Zukunft gegliedert ist, bereitet bisweilen **Probleme**, zumal seine Formen – Konjunktiv I und Konjunktiv II – oft zusammen verwendet werden können. Überdies erlaubt selbst die



Modi eines Verbs

Konjunktiv I

Konjunktiv II



korrekte deutsche Sprache in bestimmten Fällen statt eines Konjunktivs auch den **Indikativ** bzw. den **Konditional**.

Ganz generell gilt: Der Konjunktiv I ist immer dann erforderlich, wenn Sie **zitieren** (indirekte Rede). Als Konjunktiv II benennt er jenes,

- was **nicht ist**, was wir uns aber **wünschen** („Wenn ich doch nur die Stelle des Vorstandsvorsitzenden bekäme!“),
- was wir **bedauern**, dass es war („Hätte ich die Stelle des Vorstandsvorsitzenden doch nur nicht angenommen!“).

Heutzutage wird der Konjunktiv wohl auch deshalb immer seltener genutzt, weil seine grammatische Form kompliziert und der Klang bisweilen ungewohnt ist (z. B. hätte, dächte, gewänne, vollzöge, hülfe). In der Tat: Wer den Konjunktiv nicht oder nicht korrekt einsetzt, dem müssen die vielen klangvollen Formen derart hochgestochen und antiquiert erscheinen, dass er sie für falsch hält.

Im Übrigen verschafft es dem ein oder anderen große Mühe, den Konjunktiv II (z. B. „er sagte, er wäre“) von jenem der indirekten Rede (z. B. „er sagte, er sei“) **abzugrenzen** – obwohl Letzterer (= Konjunktiv I) eigentlich das Gegenteil des Ersten besagt: „Er sagte, er sei Unternehmer“ bedeutet: Er ist Unternehmer. Hingegen lässt der Satz „Er sagte, er wäre Unternehmer.“ den Schluss zu, dass er gar keiner ist; denn *wäre* ist **Irrealis** und damit Ausdruck des **Unwirklichen**.

Also: Gebrauchen Sie den Konjunktiv, aber bitte richtig – und: Übertreiben Sie es nicht mit ihm. Sick (2005, S. 77 ff.) behandelt dieses Thema u. a. in „Der traurige Konjunktiv“ auf amüsante Weise; an dieser Stelle sei auf einen Beitrag verwiesen, den Andreas Maier in „Die Zeit“ veröffentlicht hat. Auch dieser Artikel unterstreicht sehr unterhaltsam die **Besonderheiten** des Konjunktivs.



„Vor einiger Zeit, es war auf der Buchmesse, fragte mich ein Kritiker, warum die Leute so häufig falsche Konjunktive setzten, wenn sie die indirekte Rede gebrauchten. „Sie erzählte, sie habe dazu keine Lust gehabt, und wäre daraufhin ins Kino gegangen.“ Die erste Konjunktivform, habe, ist richtig, die zweite, wäre, ist falsch. Über die Regeln waren wir, der Kritiker und ich, uns sofort einig (es war auf einem Empfang).

Erste Regel: In der indirekten Rede wird Konjunktiv I gesetzt (zum Beispiel habe, sei; gebe und nicht: gäbe; also immer die schwach klingenden Formen). Regel zwei: Nur wenn Formen-

gleichheit mit dem Indikativ besteht, wird Konjunktiv II verwendet (hätte, gäbe, also die stark klingenden Formen). Das kann der Fall sein in der ersten Person Singular, in der ersten Person Plural und in der dritten Person Plural. Daher schreiben die Zeitungen, der Kanzler (also Schröder) habe dies und das gesagt, die anderen aber hätten ihm widersprochen (und nicht: haben).

Diese zwei Regeln sind überaus leicht zu verinnerlichen. Woher dann aber, rief der Kritiker (er trank gerade ein Bier) dieses grundfalsche Wäre-hätte-sei-Gemisch, das die Leute anrichten? Ich trank nun ebenfalls ein Bier, und beide gingen wir daran, die Gründe für dieses Wäre-hätte-sei-Gemisch zu untersuchen. Solche Gespräche werden auf der Buchmesse geführt!

Wir begannen einfach und untersuchten den Satz: „Er sagte, er wäre unglücklich.“ Die Form wäre ist falsch, es muss sei heißen. Wie aber kommt das wäre in den Satz? Vermutung eins: Der Sprecher findet, dass das nach Konjunktiv klingt, und zwar mehr nach Konjunktiv klingt als sei. Der Kritiker argwöhnte, dass einige Sprecher sowieso nur den Konjunktiv II (wäre, löge, trüge) als Konjunktiv identifizierten und sozusagen nur auf die gröberen Reize reagierten: ä, ö, ü.

Manche (Vermutung zwei) argumentieren möglicherweise gewiefter: Es heißt, könnte man denken: „Ich sagte, ich hätte Hunger“, also heißt es folglich auch: „Er sagte, er wäre unglücklich.“ Diese Sprecher wollen den Konjunktiv II (hätte, wäre) überall benutzen, und sie begründen das durch Beispielsätze, die auf Regel zwei beruhen, sie machen also die Ausnahme zur Regel. Aber sie machen dabei einen weiteren Fehler. Sie greifen auf die Form wäre zurück. Dabei ist der reguläre Konjunktiv sei überhaupt nie mit dem Indikativ zu verwechseln. Man muss also bei dem Verb sein nie (!) auf Regel zwei zurückgreifen. Es heißt immer: sei, seiest, sei, seien, seiet, seien; es heißt nie: wäre, wären et cetera. Ich, zum Kritiker: Wenn ich einen Satz schriebe wie: „Ich sagte, ich wäre unglücklich“, dann erwartete ich geradezu zwanghaft, dass ein Bedingungssatz folgte, etwa so: „Ich sagte, ich wäre unglücklich, wenn ich heute nicht das Kümmelchen sähe.“ Nur dort wäre ein wäre möglich.

Der Kritiker sagte, das sei zwar richtig, aber wen oder was ich denn bitte mit Kümmelchen meine. Das sagte ich ihm allerdings nicht. Der Kritiker schwieg und schaute mich an. Dann beugte er sich vor und sagte nach einer gewissen Pause fast vorwurfsvoll: Sie reden vom Konjunktiv, aber in Wahrheit reden Sie von sich. Das,

sagte ich, ist vermutlich so, das ist vermutlich überhaupt immer so. Wir kehrten zurück zum eigentlichen Thema (ich trank ein weiteres Bier, der Kritiker ebenfalls).

Oft hört man vermeintliche Regeln folgender Art: Es heiße doch: „Er sagt, er habe Hunger“, und das sei doch ein Satz im Präsens, nämlich: „Er sagt.“ Wenn der Satz aber in der Vergangenheit stehe, müsse er doch so lauten: „Er sagte, er hätte Hunger.“ Hier will der Sprecher eine Abhängigkeit der zu verwendenden Konjunktivform von der Zeitstufe herstellen, in der das Verb des Sagens steht. Das ist vollkommen falsch (das bekräftigten wir beide, der Kritiker und ich, mit einem ordentlichen Prost). Es heißt sowohl: „Er hatte gesagt, er habe Hunger“, als auch (um als Beispiel die voneinander entferntesten Zeitstufen zu nehmen): „Er wird gesagt haben, er habe Hunger.“ Egal, ob das Verb des Sagens im Plusquamperfekt oder in der einfachen Vergangenheit oder wo auch immer steht, das Verb in der indirekten Rede schert sich darum einen Teufel.

Die vorangegangene Fantasierregel hat ein Pendant. Gleich ein Beispiel: Angenommen, ein Herr H. hat am Montag einen Apfel gegessen und erzählt jemandem am Dienstag, dass er am Montag einen Apfel gegessen habe. Wenn man nun das ganze Geschehen zusammenfasste, so könnte man meinen, müsste das doch so heißen: „Herr H. erzählte am Dienstag, er hätte am Montag einen Apfel gegessen.“ Wenn man nachfragt, wieso hier um Gottes willen der Konjunktiv II stehen soll (hätte) statt Konjunktiv I (habe), dann sagen sie: Weil Herr H. den Apfel vorher gegessen hat, weil das doch schon Vergangenheit für den Sprecher ist. Wäre diese Regel wahr, müsste das zu Folgendem führen. Man müsste sagen: „Er sagte am Dienstag, er habe Hunger“ – denn er hat den Hunger dann ja gegenwärtig; aber man müsste sagen: „Er sagte am Dienstag, er hätte am Montag einen Apfel gegessen“ – denn das ist ja am Dienstag schon Vergangenheit gewesen. Natürlich müssen solche Fantasierregeln jeden Sprecher in eine heillose Verwirrung stürzen.

Ein weiteres Bier, eine weitere Vermutung (eine letzte). Wer meint, ein Ohr für den Wohlklang der Sprache zu haben, ist möglicherweise eher von den Formen des Konjunktiv II angezogen: zge, trge, wärest, schüsse, verlöre et cetera. Wenn man dann die indirekte Rede auch noch für etwas quasi Altertmliches hält, also geradezu schon für Hohen Stil, dann möchte man natürlich alles möglichst zum Klingen bringen, und man sagt also zum Beispiel: „Ulrich ließ

verlautbaren, er zöge noch schnell sein Gewand an und brächte dann den Kaiser aufs Schafott.“ Hier hat man einige schöne Vokale gewonnen (ö, ä), allerdings fügt sich dieser Satz doch eher in jeder Hinsicht zum Missklang, trotz der Vokale.

Beide standen wir da und nickten uns zu. Der Konjunktiv, sagte der Kritiker, ist einfach, allerdings sind die Köpfe der Menschen oft kompliziert. Ich, nachdenklich: In der Tat, die Menschen machen oft aus etwas sehr Einfachem etwas sehr Schwieriges, sie verwirren noch die leichtesten Dinge. Der Kritiker schaute mich erneut an. Sie reden schon wieder von sich, sagte er. Er ahnte es.

Solche Gespräche werden auf der Buchmesse geführt, das ist die Wahrheit. Wir sprachen noch dies und das, dann gingen wir auseinander. Über das Kümmelchen sagte ich nichts mehr. Man muss ja nicht alles sagen. Man kann ja auch schweigen. Und das dann ganz ohne Konjunktiv.“

Quelle: Andreas Maier: Kümmelchen im Konjunktiv, in: Die Zeit, Nr. 3, 2003, S. 37.

6.2.1.7 Sollten Passivsätze seitens des Autors vermieden werden?

Ja: **Vermeiden Sie Passivsätze** und schreiben Sie möglichst **aktiv!** Wissenschaftliche Texte kranken nicht selten daran, dass sie **unpersönlich** sind: Dies wurde gemacht, jenes wurde betrachtet, das wurde festgestellt, es wurde analysiert und und und ... Und von wem? Dies verraten uns die „Passivisten“ meistens nicht. Schade! Vermeiden Sie diese von Bürokraten bevorzugte Ausdrucksweise. Nennen Sie die handelnden Akteure grundsätzlich beim **Namen** und geben Sie Ihren Sätzen das **Subjekt** zurück. Damit entfallen **sperrige Passivkonstruktionen** und das hässliche Wort *wurde*. Wenn Sie bspw. schreiben, dass etwas angeordnet, untersucht oder geprüft *wurde*, so ist dies **langweilig**, schwerfällig und alles andere als wissenschaftlich, da Sie dem Leser die handelnde(n) Person(en) verschweigen. Als Wissenschaftler sollen Sie genau dies aber nicht tun, sondern exakt beschreiben, Ursachen aufspüren, analysieren und begründen – und zwar indem Sie **Ross und Reiter** nennen.

Wie einfach es sein kann, sieben Passivkonstruktionen in fünf Sätzen zu eliminieren, zeigt folgendes Beispiel. Die ursprüngliche Fassung entstammt einer älteren Seminararbeit zum Thema „Internet-Befragung als innovatives Instrument der Datenerhebung: Vor- und Nachteile gegenüber den klassischen Methoden“.

*Sperrige
Passivkonstruktionen*

*Ross und
Reiter nennen*



Beispiel

„Newsgroups dienen der zeitversetzten Diskussion zu verschiedenen Themenbereichen. Beiträge zu einem bestimmten Thema **werden** hier veröffentlicht („gepostet“), gelesen und öffentlich oder privat durch andere Teilnehmer kommentiert. Die Themengebiete sind ganz unterschiedlich: Hilfesuche können hier gestellt **werden**, allgemeine Meinungen geäußert **werden** oder ein ‚Plausch unter Freunden‘ betrieben **werden**. In Newsgroups kann entweder ein Fragebogen direkt veröffentlicht **werden** oder zur Teilnahme eingeladen **werden**. Es sind spezielle Newsgroups eingerichtet **worden**, die sich mit Befragungen befassen.“

Verbesserungsvorschlag

Newsgroups bieten ihren Mitgliedern die Möglichkeit, zu unterschiedlichen Zeitpunkten über verschiedene Themen zu diskutieren. Teilnehmer können ihre Meinung zu einem Thema veröffentlichen („posten“), aber auch Beiträge Dritter lesen und kommentieren. Das Themenspektrum reicht von Hilfesuchen über Meinungen allgemeiner Art bis hin zum „Plausch unter Freunden“. Darüber hinaus finden sich spezielle Newsgroups, etwa zu Fragen der Marktforschung; auf diesem Weg ist es bspw. möglich, Fragebögen zu veröffentlichen bzw. andere zur Teilnahme an einer Befragung einzuladen.



Wenn das Modalverb „können“ im Spiel ist, lässt sich u. U. mit einer der folgenden **Varianten** ein Passivsatz mit „werden“ vermeiden (vgl. Esselborn-Krumbiegel 2014b, S. 58):

1. möglich sein,
2. man kann,
3. sich lassen,
4. Infinitiv mit zu,
5. Adjektiv auf -bar.

Beispiel

Das Problem „Eigenkapitalmangel“ konnte durch die Ausgabe neuer Aktien gelöst werden.

1. möglich sein:

Durch die Ausgabe neuer Aktien war es möglich, das Problem „Eigenkapitalmangel“ zu lösen.

2. man kann:

Durch die Ausgabe neuer Aktien konnte man das Problem „Eigenkapitalmangel“ lösen.

3. sich lassen:

Durch die Ausgabe neuer Aktien ließ sich das Problem „Eigenkapitalmangel“ lösen.

4. Infinitiv mit zu:

Durch die Ausgabe neuer Aktien war das Problem „Eigenkapitalmangel“ zu lösen.

5. Adjektiv auf -bar:

Durch die Ausgabe neuer Aktien war das Problem „Eigenkapitalmangel“ lösbar.

Bitte verstehen Sie mich nicht falsch: Trotz aller Poltereie gegen das Passiv will ich selbstverständlich nicht, dass Sie es künftig meiden wie der sprichwörtliche Teufel das Weihwasser; denn wie u. a. das soeben skizzierte Beispiel verdeutlicht, sind nicht immer alle „Vermeidungstaktiken“ gleichermaßen **präzise**; auch für unser Ohr klingen sie mitunter etwas seltsam. Außerdem mag es Fälle geben, in denen sich auch Passivkonstruktionen eignen, bspw. weil man

- den Text dadurch **auflockert**,
- ein bestimmtes Satzelement auf diese Weise besonders **akzentuiert** oder weil man,
- wie Esselborn-Krumbiegel (2014b, S. 58f.) darlegt, einen Vorgang oder ein Ergebnis in den **Mittelpunkt** des Interesses rücken kann.

Beispiel

Die Stichprobe wurde mit der Methode „Herausgreifen des n-ten Falles“ gezogen.

Doch selbst in diesem Fall sind **Aktivformen** denkbar, ohne dass die zentrale Aussage über den Vorgang (hier = Ziehung mit der Methode „Herausgreifen des n-ten Falles“) verloren geht; im Gegenteil: Man erfährt zusätzlich etwas darüber, wer diesen verantwortet.





Beispiel

Das Marktforschungsinstitut XY zog die Stichprobe mit der Methode „Herausgreifen des n-ten Falles“.

oder

Mit der Methode „Herausgreifen des n-ten Falles“ zog das Marktforschungsinstitut XY die Stichprobe.

Grundsätzlich gilt also: **Bleiben Sie aktiv – auch beim Schreiben!** Dadurch eröffnen sich Ihnen i. d. R. viel mehr Möglichkeiten, mit denen Sie einen Sachverhalt präzise formulieren können; und letztlich vermeiden Sie eine typische **Fehlerquelle** der „Passiv-Fetischisten“: Diese bedienen sich nämlich häufig des Wortes *durch*, obwohl *von* korrekt wäre. Beispielsweise wurde Chrysler nicht **durch** Cerberus (= US-amerikanischer Investor) erworben, sondern **von** Cerberus.

6.2.1.8 Infinitive ad infinitum?

Nutzen Sie auch Infinitivkonstruktionen eher selten.

(1) Ein Infinitiv ist immer dann hässlich, wenn ein **zweiter Infinitiv** von ihm abhängt.

Beispiel

„Die Studentenvertreter akzeptierten den Vorschlag, nach Hause zu gehen, um über die Konsequenzen nochmals intensiv nachzudenken.“

*Angedrohter
Wille*

(2) Nicht wenige setzen den Infinitiv falsch ein, indem sie damit eine getroffene Aussage **wiederholen**. Bastian Sick, von dem einige der folgenden Beispiele stammen, bezeichnet diesen Sachverhalt als „angedrohten Willen“.

Beispiel

„Bundeskanzlerin Merkel versprach, die Bedingungen für Arbeit verbessern zu wollen.“

→ Wörter wie ankündigen, versprechen, drohen und erwägen drücken bereits aus, dass jemand etwas tun will. Der Satz muss folglich lauten: „Bundeskanzlerin Merkel versprach, die Bedingungen für Arbeit zu verbessern.“

Immer dann, wenn der Hauptsatz bereits darauf hinweist, dass jemand etwas tun *will, darf, kann, soll* oder *muss*, benötigt man im Nebensatz das entsprechende Modalverb (z. B. wollen, dürfen, können, sollen, müssen) **nicht**. Prüfen Sie deshalb, ob Infinitivkonstruktionen mit *zu können, zu dürfen, zu wollen, zu sollen, zu müssen* erforderlich sind.

Beispiel

1. „Der Vorstand kündigte an, im nächsten Jahr deutlich mehr Umsatz machen zu wollen.“
→ „Der Vorstand kündigte an, im nächsten Jahr deutlich mehr Umsatz zu machen.“
2. „Bush sprach Kerry die Fähigkeit ab, die USA regieren zu können.“
→ „Bush sprach Kerry die Fähigkeit ab, die USA zu regieren.“
3. „Mutter erlaubte ihm, ins Kino gehen zu dürfen.“
→ „Mutter erlaubte ihm, ins Kino zu gehen.“

6.2.2 Substantive

6.2.2.1 Das Substantivaneinanderreihungsproblem ...

Substantivreihen

Deutsche Sprache: schwere Sprache – zu dieser Erkenntnis gelangte auch Mark Twain, als er 1878 während seiner zweiten Europareise u. a. Deutschland – und seine Besonderheiten – kennenlernte. In „**The Awful German Language**“, einem seiner berühmten Aufsätze, beschreibt der amerikanische Schriftsteller äußerst humorvoll seine Erfahrung mit der „schrecklichen deutschen Sprache“ – möglicherweise, um damit jene Traumata zu verarbeiten, die er aufgrund der zahlreichen **Sprachstolpersteine** erlitten haben muss. Zu den Mystereien, denen Twain auf seiner Reise begegnete, gehörten schon damals die schier unendlich langen Wortmonster, die die deutsche Sprache dank ihrer „Substantivaneinanderreihungsfähigkeit“ gebären kann.

Nehmen wir der Einfachheit halber die „Donaudampfschiff-fahrtskapitänsehfrau“ – ein Wortklotz, der vor allem Kindern Vergnügen bereitet (und den man gewiss noch um das ein oder andere Nomen erweitern könnte). Für Muttersprachler mag es lustig sein und vor allem **praktisch**, dass unsere Sprache nachgerade dazu einlädt, Substantive zu Hauptwortpaketen zusammenzuschneiden – für

The Awful German Language

Sprachstolpersteine

alle anderen ist es ein **Fluch**. So schrieb Mark Twain folgende Passage in sein Notizbuch.



„1. Juli. – Im Krankenhaus ist gestern einem Patienten mit Erfolg ein dreizehnsilbiges Wort entfernt worden – einem Norddeutschen aus der Nähe von Hamburg –, aber da ihn die Chirurgen unglücklicherweise unter dem Eindruck, er enthalte ein Panorama, an der falschen Stelle geöffnet hatten, ist er gestorben. Das beklagenswerte Ereignis hat die ganze Gemeinde in Trauer versetzt.“

Dieser Abschnitt liefert den Stoff für ein paar Bemerkungen über eine der seltsamsten und merkwürdigsten Besonderheiten meines Themas – die Länge der deutschen Wörter. Einige deutsche Wörter sind so lang, daß sie eine Perspektive aufweisen. Man beachte folgende Beispiele:

Freundschaftsbezeugungen.
Dilettantenaufdringlichkeiten.
Stadtverordnetenversammlungen.

Diese Dinger sind keine Wörter, sie sind alphabetische Prozessionen. Und sie sind nicht selten; man kann jederzeit eine deutsche Zeitung aufschlagen und sie majestätisch quer über die Seite marschieren sehen – und wenn man nur einen Funken Phantasie besitzt, kann man auch die Banner sehen und die Musik hören. Sie verleihen dem sanftesten Thema einen kriegerischen Schmiß. Ich interessiere mich sehr für solche Kuriositäten. Wenn ich auf eine gute stoße, stopfe ich sie aus und stelle sie in mein Museum. Auf diese Weise habe ich eine recht wertvolle Sammlung geschaffen. Wenn ich Doubletten bekomme, tausche ich mit anderen Sammlern und mehre so die Vielseitigkeit meines Bestandes. Hier folgen einige Exemplare, die ich kürzlich bei der Versteigerung der Habe eines bankrotten Nippesjägers gekauft habe:

Generalstaatsverordnetenversammlungen.
Altertumswissenschaften.
Kinderbewahrungsanstalten.
Unabhängigkeitserklärungen.
Wiederherstellungsbestrebungen.
Waffenstillstandsunterhandlungen.

Wenn sich eine dieser großartigen Bergketten quer über die Druckseite zieht, schmückt und adelt sie natürlich die literarische Landschaft – aber gleichzeitig bereitet sie dem unerfahrenen Schüler großen Kummer, denn sie versperrt ihm den Weg; er kann nicht unter ihr durchkriechen oder über sie hinwegklettern oder sich einen Tunnel durch sie hindurch graben. Also wendet er sich hilfeschend an sein Wörterbuch; aber da findet er keine Hilfe. Irgendwo muß das Wörterbuch eine Grenze ziehen – und so läßt es diese Art von Wörtern aus. Und das ist richtig, denn diese langen Dinger sind kaum echte Wörter, sondern eher Wortkombinationen, und ihr Erfinder hätte umgebracht werden müssen. Es sind zusammengesetzte Wörter, deren Bindestriche weggelassen sind. Die verschiedenen Wörter, aus denen sie aufgebaut sind, stehen im Wörterbuch, aber sehr verstreut, so daß man die Wörter nacheinander aufstöbern kann und schließlich den Sinn herauskriegt, aber das ist eine langwierige und aufreibende Beschäftigung“ (Twain 1994, S. 18f.).

Die von Twain beschriebene deutsche Krankheit ließ sich in den Jahrzehnten danach nicht ausrotten – im Gegenteil! Vor allem Politiker und Bürokraten kreieren immer wieder **Sprachbalken** (z. B. Rotwildringleiterdienstbesprechung, Lebensmitteluntersuchungsstelle) – mitunter dann, wenn sie bspw. verschleiern oder Ausgaben für Soziales kürzen wollen:

- Anpassungsnotwendigkeit (der Renten),
- Ehelichkeitsanfechtungsklage,
- Grunddienstbarkeitsbewilligungserklärung,
- Kostenzusageübernahmeerklärung,
- Nichtzulassungsbeschwerden,
- Verselbstständigkeitsanalyse,
- Zumutbarkeitsregelung.



Diese Wortgeräte haben aus verschiedenen Gründen **Schrottwert**. Zum einen verbirgt sich dahinter häufig ein sehr **einfacher Sachverhalt**; bspw. ist ein Eignungsfeststellungsverfahren nichts anderes als ein simpler Eignungstest und ein Fahrtrichtungsanzeiger ein Blinker. Zum anderen – und dies ist viel schlimmer – servieren die Medien unkritisch, was Leser und Zuschauer anschließend unreflektiert als gültig in ihren Wort„schatz“ aufnehmen: In der Politik etwa

begegnet man häufig einer „Glaubwürdigkeitslücke“; beliebt sind auch „Planfeststellungsverfahren“ – und: War 2009 nicht das Jahr der „Richtungswahl“? Arbeitnehmer wiederum haben eine „Leistungsnachweiserbringungspflicht“ und sollen bei Tarifverhandlungen „Lohnvernunft“, „Lohnverzicht“ oder „Lohnzurückhaltung“ üben. In Zeiten der Krise bieten Politiker auch gerne „Paketlösungen“ an, die sie dann mitsamt der darin verpackten unliebsamen Maßnahmen dem Volk unterjubeln.

Auch die Betriebswirtschaftslehre und viele andere wissenschaftliche Disziplinen halten ein Arsenal an derartigen **Wortschlagwaffen** bereit:

- Entgeltraahmenstrukturkomponente,
- Inkompetenzkompensationskompetenz,
- Jahresarbeitsentgeltgrenze,
- Kostenträgerstückrechnung,
- Markendreiklang, Markenerfolgsursachen, Markenidentitätsstruktur, Markenimagekonfusion, Markenschutzentstehung,
- Packmittelstücklisten,
- Preisbruchproblematik,
- Preis-Leistungs-Zufriedenheitsgefüge,
- Selbstwirksamkeitserwartung,
- Steuerbegünstigungsabbaugesetz,
- Verkehrswegeplanungsbeschleunigung,
- Wahrnehmungssensibilität.

Aneinandergeleitete Substantive sind zwar äußerst praktisch, häufig aber **schwer verständlich**, zumeist **nicht eindeutig** und **selten logisch** (vgl. Schneider 2006, S. 21). Wenn ein Autor bspw. von den „Anwendungsmöglichkeiten dieser Regel“ schreibt, so meint er natürlich nicht die „Möglichkeiten dieser Regel“, sondern die Möglichkeiten, diese Regel anzuwenden. Auch der Satz „Unternehmen bevorzugen eine einheitliche länderübergreifende Kommunikationsstrategie“ ist letztlich das Ergebnis der **Substantivierungswut** – und „schief“; denn nicht die Strategien sind länderübergreifend, sondern die Kommunikation. Korrekt muss es demnach lauten: „Unternehmen bevorzugen eine einheitliche Strategie der länderübergreifenden Kommunikation.“ Nicht zuletzt alte Studien- und Diplomarbeiten bieten einen reichhaltigen Schatz an schlechten Beispielen – die so gesehen wieder ihr Gutes haben.



*Aneinander-
geleitete Sub-
stantive*



Beispiele

(1) Seit Anfang der neunziger Jahre lässt sich eine rückläufige Spartätigkeit der privaten Haushalte in Deutschland beobachten.

→ Da nicht die „Tätigkeit“ der privaten Haushalte rückläufig ist, sollte man den Satz umstellen. „Seit Anfang der neunziger Jahre verringert sich die Sparquote der deutschen Privathaushalte.“ – und schwupps ist der Satz nicht nur eindeutig, sondern auch kürzer und um ein Adjektiv ärmer.

(2) kritische Ereignismessung

→ Nicht die Messung ist kritisch; der Autor meinte vielmehr das „Verfahren zur Erfassung kritischer Ereignisse“ („Critical incident method“) – eine Methode zur Analyse der Kundenzufriedenheit.

(3) „die menschliche Bedürfnisveränderung“

→ Es geht nicht um menschliche Veränderung, sondern um die „Veränderung der menschlichen Bedürfnisse“.

(4) „interne Kundenzufriedenheit“

→ gemeint ist: die Zufriedenheit der internen Kunden (= Mitarbeiter)

(5) „interne Dienstleistungsqualität“

→ gemeint ist: die Qualität der für die Unternehmensmitglieder erbrachten – internen – Dienstleistung

Zerbindestrichung

Mit dem „Substantivaneinanderreihungsproblem“ eng verknüpft ist die übermäßige Verwendung des Bindestrichs (= Divis) – nicht zu verwechseln mit dem (längeren) Gedankenstrich. Der Bindestrich ist u. a. dann angebracht, wenn derart viele Substantive aneinandergereiht werden, dass **Lesbar-** und **Verständlichkeit** darunter leiden (vgl. Sick 2004, S. 71 ff.). Dies ist i. d. R. bei Substantivreihen mit mehr als 30 Buchstaben der Fall, z. B. Aktiengesellschaftsanteilsnehmer-Treffen oder eben Donaudampfschiffahrtskapitäns-Ehefrau. Mittlerweile hat es sich jedoch eingebürgert, den Bindestrich auch dann einzusetzen, wenn er **nicht angemessen** ist. „So entstehen zerrupfte Gebilde wie Atom-Krieg, Jahrhundert-Flut, Gedenk-Veranstaltung und Ausnahme-

*Übermäßige
Verwendung
des Bindestrichs*



Zustand: Wortzusammensetzungen, die nur noch Wort-Zusammensetzungen sind. Selbst Miniwörter werden noch zu Mini-Wörtern zerbindestrich: Partei-Tag, Spar-Plan, Golf-Platz, Seh-Test. Der Bindestrich wird dabei seinem Namen immer weniger gerecht; denn er trennt mehr, als dass er bindet. Deshalb heißt er in der Druckersprache wohl auch Divis“ (Sick 2004, S. 72).

Allerdings sollten Sie den Bindestrich nur dann verwenden, wenn Sie **Klarheit** schaffen wollen, d. h. z. B. ein Missverständnis vermeiden oder einen wichtigen Wortbestandteil hervorheben. Er erfüllt in erster Linie „die Funktion einer Lesehilfe. Bei Zusammensetzungen mit Fremdwörtern gilt: Der Bindestrich dient zur Hervorhebung des Unbekannten, Unerwarteten, Ungewöhnlichen. Für viele deutschsprachige Menschen sind Wörter wie Computer, Internet und online heute nichts Ungewöhnliches mehr, sodass sie in Zusammensetzung wie Computerbranche, Internetfirma und Onlinedienste auf den Bindestrich verzichten. Dies entspricht durchaus dem Prinzip der deutschen Sprache: Wortzusammensetzungen, die sich bewährt haben, werden als ein Wort geschrieben. Zusammensetzungen mit Fachfremdwörtern, die noch keinen festen Platz im deutschen Wortschatz haben, dürfen/sollten gekoppelt werden: Remote-Rechner, Viren-Patch, Consulting-Unternehmen“ (Sick 2004, S. 75).

Lesehilfe



6.2.2.2 ... und das Problem der Aneinanderreihung von Substantiven

„Wie dem Wortlaut des Beschlusses des Kreistages des Landkreises Aschaffenburg unmittelbar zu entnehmen ist, kann bei der Verweigerung der schriftlichen Erklärung zur Übernahme der Verpflichtung zur Reinigung durch den Schuldner der Stadtrat die vorzeitige Aufhebung des Vertrages beschließen, da auf Grund einer in dem für die Eingruppierung maßgebenden Tätigkeitsmerkmal geforderten abgeschlossenen Berufsausbildung das Führen von Hunden auf öffentlichen Wegen nur mit der Maßgabe gestattet ist, dass die Hunde an der Leine geführt werden.“ Dieser Satz ergibt **keinen Sinn**, aber was macht dies schon – und wer bemerkt dies überhaupt – da man spätestens nach der ersten Zeile keine Lust mehr hat weiterzulesen.

Stellen Sie sich einmal vor, in der Bibel stünde: „Anlässlich des Anfangs erfolgte die Erschaffung des Himmels und der Erde seitens Gottes.“ Glücklicherweise hauchte Gott den Verfassern der Hl. Schrift auch Hirn ein, so dass es zu diesem sprachlichen Waterloo

nie gekommen ist; denn in der Bibel steht: „Am Anfang schuf Gott Himmel und Erde.“ GOTT sei Dank! Dieses wunderbare Beispiel, das Liane Borghardt in „Junge Karriere“ zum Thema „Schöner schreiben“ verfasste, verweist auf ein großes Problem, das auch vor wissenschaftlichen Arbeiten nicht haltmacht, nämlich die – Achtung(!) –

Bildung von Nominalkonstruktionen und die Verwendung von Hauptwörtern sowie die damit einhergehende Erschwerung bzw. Verunmöglichung der Lesbarkeit und der Verständlichkeit des Textes wegen des Problems der Aneinanderreihung einer Vielzahl von Substantiven.



Substantive sind fraglos nötig und wichtig, aber nicht jedes ist zwingend erforderlich. Beispielsweise sind Verben i. d. R. viel „wertvoller“, da sie die Aussage des Satzes tragen.

Substantivketten sind aber – leider (!) – ein äußerst wichtiges Handwerkszeug von Bürokraten und anderen Wortbearbeitern; diese servieren nämlich nicht nur gern mehrgliedrige Substantive (= **Substantivreihen**), wie wir sie im vorangegangenen Kapitel kennen gelernt haben – nein, sie mögen eben auch „Anträge auf Aufhebung des Bescheides des Ordnungsamtes über die Beseitigung des Hausmülls“.

Substantivreihen

Auch in der Betriebswirtschaft finden sich derlei **Müllberge**. Beispiele gefällig?

(1) „Corporate Brand Management beschäftigt sich mit dem Aufbau, der Stärkung und Pflege der Corporate Brand sowie der Gestaltung der Markenarchitektur und der Führung des Markenportfolios eines Unternehmens.“

(2) „Kundenbeziehungsmanagement umfasst sämtliche Maßnahmen der Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle, die der Initiierung, Stabilisierung, Intensivierung und Wiederaufnahme von Geschäftsbeziehungen zu den Kunden dienen und das Ziel gegenseitigen Nutzens verfolgen.“

Und jetzt? Welche **substanzielle (!) Aussage** verbirgt sich hinter diesen Buchstabengebilden (die übrigens klassischen Marketinglehrbüchern entstammen!)? Wissen Sie nun tatsächlich mehr über Kundenbeziehungs- oder über Corporate Brand Management?



Hier noch ein letzter **Schwulstberg** – während eines Substantivierungswutausbruchs entstanden und mit Wortschöpfungen ange-reichert.

Beispiel

„Die vorgenannten Anforderungen decken nicht nur die rein informatorischen Funktionen ab, sondern schaffen zugleich auch durch die Erklärung von Zusammenhängen und durch eine zielgruppenspezifische Ansprache auf der Inhaltsseite die Voraussetzungen, um dialogische Anforderungen im Sinne der Orientierungs- und Kontaktfunktion erfüllen zu können.“

Sie finden diese Buchstabensuppe in Ordnung und haben nichts daran auszusetzen? Falls Ihnen dieser Satz also behagt und Sie ihn selbst genauso formulieren würden, dann schreiben Sie mir bitte unbedingd. Folgendes würde mich brennend interessieren:

- Was sind „informatiorische Funktionen“?
- Was habe ich mir unter „zielgruppenspezifischer Ansprache auf der Inhaltsseite“ vorzustellen?
- Wo finde ich „dialogische Anforderungen im Sinne der Orientierungs- und Kontaktfunktion“?

Sie sehen: Mehr ist manchmal auch weniger. Ergo: Verzichten Sie – wo immer möglich und angemessen – auf Substantive und vor allem: Verzichten Sie darauf, Verben (aber auch Adjektive) zu substantivieren; denn die so geschaffenen **Nominalkonstruktionen** sorgen im Allgemeinen dafür, dass Ihr Text länger, „sperriger“, abstrakt und überdies weniger verständlich wird. **Faustregel:** Nominalkonstruktionen? – No! Schreiben Sie also

*Nominal-
konstruktionen*



nicht

der Untersuchung/Verwertung
zuführen

die Bewertung/Internationali-
sierung vollziehen

eine Beratung/Umstrukturie-
rung durchführen

sondern

→ untersuchen/verwerten

→ bewerten/internationalisieren

→ beraten/umstrukturieren

(wird fortgesetzt)

nicht**sondern**

eine Einteilung / Analyse vornehmen	→ einteilen / analysieren
eine Feststellung machen	→ feststellen, bemerken
eine Unterscheidung vornehmen	→ unterscheiden
in Erwägung ziehen	→ erwägen
Stimmenthaltung üben	→ sich der Stimme enthalten
unter Beweis stellen	→ beweisen
zur Anwendung / Aufführung bringen	→ anwenden / aufführen
die Korrektheit	→ korrekt
die Verwendbarkeit	→ verwendbar

Verzichten Sie auf sog. **unechte, abstrakte** Hauptwörter, die vorzugsweise dadurch entstehen, dass man an Adjektive, Verben, aber auch Substantive folgende Endungen hängt:

- -ung, -heit, -keit (z. B. Begriff → Begrifflichkeit; selbstständig → Selbstständigkeit; schön → Schönheit; Streit → Zerstrittenheit; erwarten → Erwartung; Regel → Regelung; Ziel → Zielsetzung),
- -nis, -tum, -schaft (z. B. Reichtum, Behältnis, Professorenschaft, Studentenschaft).

Auch bei Substantiven auf -ät, -ion, -ive sowie auf -ismus sollten Sie vor Gebrauch prüfen, ob sie erforderlich sind. Alle diese Nachsilben verwenden wir überaus gerne, um aus Adjektiven oder Verben (künstliche) Substantive zu schaffen oder um Substantive künstlich zu verlängern. **Weg damit!** Wer durch **Nachsilbenchinesisch** Substantivmonster in Umlauf bringt, löst zumeist eine Kettenreaktion aus, die fast zwangsläufig in einem **Bürokratensatz** mündet: „-heit, -keit, -ung → vollzog sich / wurde vorgenommen / erfolgte → durch“. Ergo: Schreiben Sie nicht „Die Prüfung der Sicherheit des Produkts erfolgt durch den Techniker.“; lassen Sie ihn einfach Subjekt sein und „prüfen, ob das Produkt sicher ist“.

Betrachten wir abschließend drei Beispiele aus wissenschaftlichen Arbeiten von Studierenden.



Beispiele

(1) „Diese soll es ermöglichen, eine Abgrenzung zwischen den aufgeführten Begriffen durch den Autor zu ermöglichen.“

Was war geschehen? Indem er „abgrenzen“ substantivierte, entledigte sich der Autor seines wichtigen Verbs. Da er Ersatz benötigte, griff er auf „ermöglichen“ zurück – und dies gleich zweimal! Überdies verdrängte er mit seinem „Nominalbau“ das eigentliche Subjekt des Satzes (sich selbst) von seinem angestammten Platz – mithilfe von „durch“ brachte er sich dann wieder ins Spiel. Ohne Substantivierung hätte sich der Diplomand wesentlich leichter getan. So wäre u. a. folgende Variante möglich gewesen: „Ziel des Autors ist es, die zu diskutierenden Begriffe in einer Synopse abzugrenzen.“

(2) „Die Erzielung von Preisvorteilen durch das Unternehmen wurde möglich durch ...“ → „Das Unternehmen kann beim Einzelhandel höhere Preise durchsetzen, weil es ...“

Der zweite Satz(-teil) ist ebenso lang wie der erste, aber informativer.

(3) Der Satz „Das Magazin bietet die Möglichkeit der Mitgestaltung der Clubmitglieder durch persönliche Erfahrungsberichte.“ ergibt sprachlogisch keinen Sinn.

Wenn man aber auf einige Substantive verzichtet, lässt sich ein genießbarer und unmissverständlicher Satz formulieren: „Auch Clubmitglieder dürfen das Magazin mitgestalten, bspw. indem sie darin über ihre Erfahrung mit dem Produkt berichten.“

6.2.2.3 Ein konkretes Substantiv für einen konkreten Sachverhalt

Wer den Unterschied zwischen Lizenzvergabe und Franchising oder zwischen Strategischer Allianz und Joint Venture nicht kennt, freut sich, dass es den Begriff Markteintrittsstrategie gibt. Abstraktion ist äußerst bequem, da sie es dem wenig detailverliebten Autor erspart, weitergehende Information zu beschaffen. Sie ist aber auch alles andere als wissenschaftlich; denn **Präzision** gehört zu den wesentlichen Anforderungen, die man an einschlägige Arbeiten stellt. Im Übrigen sind abstrakte Begriffe auch weniger anschaulich.

Verwenden Sie deshalb **konkrete** Substantive statt abstrakter (Ober-) Begriffe. Schreiben Sie bspw.

- nicht *Sitzgelegenheit* oder *Baum*, wenn Sie *Stuhl* bzw. *Tanne* meinen,
- nicht *Markteintrittsstrategie*, wenn Sie das *Exportverhalten* von Unternehmen betrachten,
- nicht *Investitionsverhalten*, wenn Sie sich mit *Portfolioinvestitionen* beschäftigen,
- nicht *Studie*, wenn Sie eine *schriftliche Befragung* durchgeführt haben,
- nicht *Unternehmen*, wenn Sie sich speziell mit *klein- und mittelständischen Betrieben* auseinandersetzen.

Vergleichbares gilt für abstrakte, nichtssagende, metasprachliche Begriffe wie *Aspekte*, *Dinge* und *Punkte* („Mir geht es dabei vorrangig um drei Aspekte/Dinge/Punkte: ...“). Diese sind sehr unspezifisch und lassen sich problemlos durch das ersetzen, was Sie konkret sagen wollen, nämlich *Einflussfaktoren*, *Probleme*, *Forschungsfragen* usw.

6.2.2.4 Zu Ihrer Rückerinnerung ein Testversuch als **Gratis-schenken: keine pleonastischen Substantive!**

Verlängern Sie Ihre Sätze nicht durch **pleonastische Substantive**, z. B. Unkosten, Kostenaufwand oder Rückantwort. Es genügt, wenn Kosten anfallen oder Sie eine Antwort geben. Auch Ihre Initiative ist genauso viel wert wie Ihre Eigeninitiative. Eine „Win-win-Situation für beide Seiten“ ist gleichfalls doppelt gemoppelt; ansonsten wäre es eine „Win-lose-“ oder eine „Lose-lose-Situation“. Weitere Beispiele finden sich auch hier zuhauf; eine „kleine selektive Auswahl“ gefällig?

- Attentatsversuch
- Ausgangsvoraussetzungen
- Auslandsexport (Kann man ins Inland, d. h. in sein eigenes Land, exportieren?)
- Außenfassade
- der Einzige
- Düsenjet
- Einzelindividuum (Gibt es ein „Gruppenindividuum“?; Individuum = Einzelwesen)
- Endergebnis
- Freitextfeld



- Frontlinie
- Frühpionier
- Fußpedal
- Gehbewegung
- Gesichtsmimik
- Gesprächsaustausch
- Glasvitrine
- Gratisgeschenk
- Grundprinzip / Grundkonzept
- Guerilla-Krieg (Guerilla bedeutet Kleinkrieg)
- Haarfrisur
- Heizkamin, Heizofen
- Kampfhandlung
- La-Ola-Welle (la ola [span.] = Welle)
- Mitbeteiligung, Mitkollegen, Mitkonkurrenten
- Musikband
- Niederschlagstätigkeit
- Pulsschlag
- Restrisiko
- Rückantwort
- Rückerinnerung
- Rückerstattung
- Rückstau
- Sanddüne
- Subkomponente
- Testversuch
- Triade-Region (Die Triade bezeichnet eine bestimmte Wirtschaftsregion.)
- Verkehrsaufkommen
- Volksdemokratie
- Vorderfront
- Vorermittlungen
- Zukunftsperspektiven / Zukunftspläne (Kann man Pläne für die Gegenwart oder gar für die Vergangenheit schmieden?)
- Zukunftsprognosen
- Zwangsexekution

Aber Obacht, denn auch hier steckt der Teufel bisweilen im Detail. So ist – um nur ein Beispiel zu nennen – eine „Rückantwort“ dann

nicht pleonastisch, wenn jemand eine *Antwort beantwortet* (Rückantwort = Antwort auf eine Antwort). Analog kann bspw. auch „wieder zurückkehren“ korrekt sein.

Redundant sind darüber hinaus zahlreiche **Abkürzung/Substantiv-Kombinationen**, z. B.

- ABM-Maßnahme (ABM = Arbeitsbeschaffungsmaßnahme),
- ABS-System (ABS = Antiblockiersystem),
- ASCII-Code (ASCII = American Standard Code for Information Interchange),
- GIF-Format (GIF = Graphics Interchange Format),
- GUS-Staaten (GUS = Gemeinschaft Unabhängiger Staaten),
- HIV-Virus (HIV = Human Immunodeficiency Virus),
- IP-Protokoll (IP = Internet Protocol),
- ISBN-Nummer (ISBN = Internationale Standardbuchnummer; International Standard Book Number),
- ISDN-Netz (ISDN = Integrated Services Digital Network),
- LCD-Anzeige (LCD = Liquid Crystal Display),
- PIN-Nummer (PIN = Persönliche Identifikationsnummer),
- RAM-Speicher (RAM = Random Access Memory),
- SMS-Dienste (SMS = Short Message Service).



Die Gefahr **redundanter Information** (redundare; lat. = im Überfluss vorhanden sein) lauert auch dann, wenn aneinandergelimte Substantive folgendermaßen enden (um **nur Beispiele** zu geben):

- -ablauf (z. B. Programmablauf),
- -aktivität(en) (z. B. Distributionsaktivitäten, Planungsaktivitäten, Verkaufsaktivitäten),
- -effekt (z. B. Endeffekt; Agglomerationseffekt),
- -entwicklung (z. B. Lärmentwicklung),
- -funktion (z. B. Selektionsfunktion),
- -maßnahmen (z. B. Asphaltierungsmaßnahmen),
- -prozess (z. B. Steuerungsprozess),
- -verfahren (z. B. Personalausleseverfahren),
- -verlauf (z. B. Heilungsverlauf).



Gefahr redundanter Information

Besonders beliebt sind Substantivpakete, die in einem „-prozess“ verenden: Bewusstseinsprozess, Lernprozess, Erfahrungsprozess, Koordinationsprozess, Planungsprozess, Wandlungsprozess. Nehmen wir das Beispiel *Internationalisierung*: Da bereits die Wortendung „ierung“



den **prozessualen Charakter** einer bestimmten Tätigkeit verdeutlicht (hier = internationalisieren), ist der Informationsgehalt von *Internationalisierungsprozess* und *Internationalisierung* identisch. Auch Interaktionsprozesse, Informationsverarbeitungsprozesse oder Lektüreprozesse brauchen Sie allenfalls dann, wenn Sie der Auffassung sind, dass sich während der Interaktion, der Informationsverarbeitung oder der Lektüre nichts tut (procedere; lat. = vorwärtsschreiten; vorrücken). Manch einer schreckt nicht einmal vor einem „Dienstleistungserstellungsprozess“ zurück! Dieser **Dreifach-Toeloop** ist jedoch mindestens ebenso dämlich wie die „prozessualen Verfahrensabläufe“. Aber wer nichts zu sagen hat, sagt's eben doppelt und dreifach – irgendwie muss man ja die Seiten füllen.

Dreifach-
Toeloop

Sehr gerne wird am Ende eines Substantivs auch **gearbeitet**; bspw. „finden im Winter Räumungsarbeiten statt“ (wenn bspw. die „winterliche Niederschlagstätigkeit“ mal wieder zu stark war). Nun gut: Früher durften wir uns – zu Recht! – an der exzellenten Beinarbeit von Steffi Graf erfreuen; aber das soll's dann auch gewesen sein. Wir müssen nicht unbedingt „Beziehungsarbeit / Erinnerungsarbeit / Trauerarbeit / Verdrängungsarbeit / Versöhnungsarbeit leisten“; es genügt, wenn

- wir eine Beziehung pflegen,
- wir uns erinnern oder die Erinnerung an etwas wach halten,
- wir trauern,
- wir verdrängen,
- wir uns mit jemandem versöhnen.

6.2.2.5 (Wort-)Blähungen der besonderen Art

Wortblähungen entstehen u.a. dadurch, dass ein aussagekräftiges Substantiv um ein Hauptwort erweitert wird, welches letztlich aber keine zusätzliche Erklärungskraft verleiht (z. B. Beratungs„projekt“). Zu allem Überfluss erscheinen diese imposanten Wortgebilde dann zumeist auch noch im Plural (z. B. Bedeutungsinhalte, Operationalisierungsaspekte).

Worthülsen

Beliebt sind auch Worterweiterungen mit *Bereich, Kreis, Gebiet, Sektor, Umfeld, Ebene, Raum*. Hier einige **Worthülsen**, die sich mittlerweile zu veritablen „Problembereichen“ entwickelt haben:

- Kreis: Wirtschaftskreise, Unternehmenskreise, Bankenkreise, Problemkreis, weite Kreise der Bevölkerung (was ist ein „weiter“ Kreis?), gut unterrichtete Kreise



- Bereich: Wirtschaftsbereich, Unternehmensbereich, Industriebereich, Werbebereich, Bankenbereich, F&E-Bereich, Themenbereich, im Bereich der Wirtschaft, im Bereich der Werbung, wissenschaftlicher Bereich, unternehmerischer Bereich, technischer Bereich, sprachlicher Bereich, Erziehungsbereich / erzieherischer Bereich
- Raum: im politischen Raum, Erfahrungsraum
- Sektor: kommunaler Sektor, landwirtschaftlicher Sektor, Bankensektor.

Begnügen Sie sich mit Banken, Kommunen, (Land-)Wirtschaft, Unternehmen, F&E, Erziehung usw. Das genügt vollkommen.

Auch die mit der Endung „-nahme“ aufgeblähten Substantive lassen sich i. d. R. problemlos **kürzen** und **präzisieren**, z. B.

- Einflussnahme (z. B. Einflussnahme ausüben → beeinflussen),
- Einblicknahme / Einsichtnahme (z. B. Einsichtnahme der Akten vornehmen → die Akten einsehen),
- Inangriffnahme (z. B. „Das Unternehmen hat die Inangriffnahme des Projekts für 2009 geplant.“ → „Das Unternehmen will das Projekt 2009 starten.“),
- Inanspruchnahme (z. B. „Die Inanspruchnahme der Zuwendung ist ausschließlich Sozialhilfeempfängern gestattet.“ → „Ausschließlich Sozialhilfeempfänger haben Anspruch auf die Zuwendung.“),
- Zuhilfenahme (z. B. unter Zuhilfenahme von ... → mit ...).



*Aufgeblähte
Substantive*

Fraglos werden Sie in Ihrer wissenschaftlichen Arbeit auch das ein oder andere Substantiv mit den hier an den Pranger gestellten Endungen benötigen; es soll deshalb nicht der Eindruck entstehen, dass alle so gebildeten Wörter entbehrlich wären. Dennoch spricht einiges dafür, sie **wohldosiert** einzusetzen (vgl. Schneider 2006, S. 63):

- (1) Durch ein Übermaß an Hauptwörtern, wie wir sie soeben behandelt haben, wird Ihr Text abstrakt, blass – und grundlos länger.
- (2) Wer Substantive häuft, verschlechtert den Stil und erschwert damit letztlich die Verständlichkeit des Textes; außerdem klingen die entsprechenden Sätze zumeist äußerst unerfreulich – in bestem Bürokratendeutsch und im Rhythmus eines ergrauten Ackergauls.



Wetten, dass man den folgenden Satz von seinem Ballast befreien kann? Versuchen Sie's!

Beispiel

„Unter Zuhilfenahme von Kollegen aus dem skandinavischen Raum haben deutsche Vertreter aus dem Consultingsektor im Bankenumfeld sowie in weiten Kreisen der Bevölkerung verschiedene ökonomische Problembereiche entdeckt.“



Verlängern Sie Substantive auch nicht dadurch, dass Sie ohne Not den **Plural** gebrauchen. Im Regelfall genügt nämlich der Singular – auch wenn uns Wörter wie Effekte, Kompetenzen, Ansprüche, Befürchtungen, Unterstellungen, Gerüchte, Vorwürfe und Sachverhalte bisweilen leichter von den Lippen gehen. Fast schon zwanghaft wird Nomen um Nomen im Plural verwendet. Warum von Inhalt, Kapazität, Kompetenz, Mechanismus, Realität oder Struktur sprechen, wo doch Inhalte, Kapazitäten, Kompetenzen, Mechanismen, Realitäten und Strukturen wesentlich eindrucksvoller klingen – aber nicht mehr ausdrücken. Manch einer erfreut sich auch an Zahlungsbereitschaften, Handlungsspielräumen, Potentialen oder Symptomatiken. Auch das schlichte Problem soll nicht einfach „nur“ zur Problematik werden, zum Problemfeld oder zum Problemkomplex – nein: Es sollten schon Problematiken, Problemfelder oder Problemkomplexe sein (vgl. hierzu auch Schneider 2006, S. 83). Oder nehmen wir die ach so beliebten „Ängste“. Genügt es nicht, wenn man einfach nur Angst hat? Wie viel Angst muss man denn haben, damit es angebracht ist, von Berührungängsten, Kriegsängsten, Schwellenängsten, Trennungängsten, Versagensängsten oder Zukunftsängsten zu sprechen? Und wie viele Erfahrungen muss man sammeln, bis man „erfahren“ ist? Wenn jemand von „Erfahrungen“ schreibt, so meint er i. d. R. „Erlebnisse“ (durch Erlebnisse sammelt man Erfahrung). Belassen Sie es bei einem Informationsdefizit; dieses ist im Singular genauso groß (oder klein) wie im Plural. Beliebt sind auch Wörter, für die es gar keine Mehrzahl gibt, z. B. „Alternativen“; denn die Alternative meint die – einzige bestehende – andere Möglichkeit, welche man bei einer Entscheidung hat. Wer in diesem Fall den Plural benötigt, muss auf ein anderes Wort ausweichen, z. B. „Optionen“.

6.2.2.6 Geeignete Synonyme statt Wortwiederholungen

Ernst R. Hauschka meinte einmal: „Das Lesen im Bett zeugt von völliger Hingabe an die Kunst: Man überlässt es dem Dichter, wann man einschläft.“ Diese Aussage gilt auch für wissenschaftliche Arbeiten. Zu den wirkungsvollsten Schlafmitteln gehören Wortwiederholungen; wer schon einmal Diplomarbeiten oder andere wissenschaftliche Werke gelesen oder gar korrigiert hat, weiß, wie ermüdend und langweilig es sein kann, wenn in einem Absatz (oder gar Satz) mehrmals *machen*, *wurde* oder bspw. *geworden ist* steht. Lullen Sie Ihre Leser nicht ein – schreiben Sie **variantenreich!** Wer in einem Text häufig *der Meinung ist*, kann auch mal *der Auffassung sein* oder *die Auffassung vertreten* (vgl. zum Folgenden Schneider 2006, S. 139 f.). Wer darüber schreibt, wie englische Begriffe auf Deutsch *heißen*, kann der Abwechslung halber auch mal darlegen, was sie *besagen* oder *bedeuten*. Auch *überdies*, *außerdem* und *ferner* kann man wechselweise gebrauchen; dasselbe gilt für *obwohl*, *obgleich*, *obzwar* und bspw. *obschon*. Und wer eine längere Passage im Plusquamperfekt verfasst, sollte regelmäßig zwischen den beiden einzigen dann noch denkbaren Optionen variieren: *hatte gehabt* und *war geworden* – wobei man die Verben plausiblerweise so auszuwählen hat, dass sie diesen Wechsel auch ermöglichen.

Sowohl der Duden („Sinn- und sachverwandte Wörter“) als auch die Funktion „Thesaurus“ von Microsoft Word unterstützen Ihr Bemühen um Vielfalt. Dennoch sollten Sie bei der Suche nach geeigneten **sinnverwandten Begriffen** mit Bedacht vorgehen – zumal der Vorrat wesentlich geringer ist als man meint; bei genauer Betrachtung sind viele (vermeintliche) Synonyme allenfalls Verwandte zweiten oder dritten Grades.

- Variante[n]reichtum zeigt sich im Übrigen **nicht** darin, dass Sie
- auf **Pseudolösungen** ausweichen (z. B. Esel → Grautier, Lasttier; Elefant → Dickhäuter, Rüsseltier),
 - Begriffe **aufblähen** (z. B. Ziel → Zielsetzung; Maßnahmen → Maßnahmenkatalog),
 - auf die entsprechenden **Fremdwörter** (v. a. Anglizismen) zurückgreifen (z. B. Kundenzufriedenheit → „Customer satisfaction“; Markteintrittsstrategie → „Market entry strategy“).

Das Prinzip „Variantenreichtum“ **gilt auf keinen Fall**, wenn Sie **Hauptsachen** beschreiben, d. h. die entscheidenden Begriffe Ihrer



Schreiben Sie
variantenreich!





Arbeit. Beispielsweise lässt es sich nicht vermeiden, dass Sie in einer Arbeit über Direktinvestitionen diesen **Terminus technicus** mehrfach verwenden. Hier greift die Regel: Wer **dieselbe Sache** meint, muss sie mit **demselben Wort** bezeichnen, da es einen spezifischen Umstand konkret benennt (und verschiedene Wörter i. d. R. auch eine zumindest leicht unterschiedliche Bedeutung haben):

- Lebensqualität ersetzt nicht Zufriedenheit oder Glück.
- Profit hat einen anderen Bedeutungsumfang als Gewinn.
- Aufwand ist nicht dasselbe wie Auszahlung, Ausgabe oder Kosten, Ertrag nicht identisch mit Einzahlung, Einnahme oder Erlös.
- Distributionspolitik ist etwas anderes als Vertrieb (oder gar Verteilung).

Globalisierung ist nicht identisch mit Internationalisierung; wenn Sie sich mit dem Thema „Internationalisierung/Globalisierung“ beschäftigen und deshalb den Unterschied zwischen beiden Begriffen herausarbeiten wollen, so wäre es **irreführend** und **unsinnig**, beide Pfeiler auch nur ein einziges Mal durch verwandte Begriffe zu ersetzen oder gar wechselseitig zu verwenden. Das Gebäude Ihrer Argumentation würde unweigerlich einstürzen.

Und wer sich mit dem Thema „Strategische Konzepte der Internationalisierung“ auseinandersetzt, sollte die **zentralen** Konstrukte (v. a. Markteintrittsstrategie und Internationalisierungsstrategie) keinesfalls synonym verwenden; denn gerade zur Beantwortung der aufgeworfenen Frage ist es wichtig zu unterscheiden, dass beide Begriffe zwar eine überlappende, aber nicht dieselbe Bedeutung haben.

Wer zwischen mehreren Wörtern variiert, zwingt seine Leser nachgerade dazu, sich darunter eine andere Sache vorzustellen und lässt sie fälschlicherweise glauben, dass verschiedene Wörter dieselbe Sache benennen können. Sprachliche Variabilität kann dann sogar schaden. Tipp: Anstatt Wörter zu wiederholen oder nach Synonymen zu suchen, sollten Sie Ihren Text so **gestalten**, dass Sie quasi **spielerisch** auf die ein oder andere Wortwiederholung verzichten können.



Beispiel

Die **Markteintritts**strategien der Unternehmen für den ungarischen **Markt** sind unterschiedlich.

→ besser: Unternehmen entwickeln unterschiedliche Strategien, um den ungarischen Markt zu betreten.

Abschließend sei an einer Seminararbeit (Auszug) zum Thema „Standardisierung der Marketinginstrumente: Voraussetzungen, Möglichkeiten, Probleme“ beispielhaft dargestellt, wie man auf den zentralen Begriff (= „Standardisierung“) weitgehend verzichten kann.

Beispiel

„Um die **Standardisierung** der Marketinginstrumente durchzuführen, gibt es generell zwei Ansätze: die Marketing-Prozess-**Standardisierung** und die Marketing-Programm-**Standardisierung**. Die Programm**standardisierung** findet unter den Firmen seit etwa zehn Jahren großen Anklang, wohin gegen die Prozess**standardisierung** kaum verfolgt und eingehend untersucht sowie beschrieben wird, obgleich dieses Verfahren angesichts erheblicher Probleme und behindernder Rahmenbedingungen der Programm**standardisierung** womöglich bessere und erfolgsträchtigere Aussichten bieten kann.“

Anmerkung

Das Substantiv „Standardisierung“ kommt gleich **sechsmal** in zwei Sätzen vor.

Verbesserungsvorschlag

Standardisierungspotential besitzen nicht nur die sog. Marketingprogramme; angesichts der mit der Vereinheitlichung der Marketinginstrumente verknüpften Probleme halten viele Wissenschaftler und Praktiker Prozesse (z. B. Information, Planung) für leichter standardisierbar als Kommunikations-, Distributions- und Preispolitik; lediglich die Produktpolitik wird davon ausgenommen (vgl. Bolz 1992, S. 67).

Das Beispiel verdeutlicht zweierlei: Dass es durchaus möglich ist,

- bestimmte **Wörter** (hier = Standardisierung) zu **vermeiden**, ohne dass ein Text weniger verständlich wird;
- einen Text stark zu **kürzen**, ohne dass er an Gehalt verliert – im Gegenteil: Der Verbesserungsvorschlag enthält **mehr Information** als die bemängelte Version.

6.2.2.7 Männliche und/oder weibliche Ausdrucksform?

In den 1980er-Jahren begann „man/frau“ damit, die deutsche Sprache zu „entmännlichen“, ohne indes zur Kenntnis zu nehmen, dass es sich bei den Sammelbegriffen (z. B. Arbeitgeber, Bürger, Unternehmer) um das sog. **Genus** des Wortes (= Fall) handelt. Dieses darf man jedoch nicht mit dem **Geschlecht** der bezeichneten Personen verwechseln. Sick (2004, S. 171 f.) hat zahlreiche Beispiele zusammengetragen, die geeignet sind, über Sinn und Unsinn dieser Art der „Entmännlichung“ nachzudenken; „denn wer genau hinsieht, muss feststellen, dass die weibliche Form längst nicht in allen Zusammenhängen angewendet wird. Kann man/frau das durchgehen lassen? Als Bundeskanzler Schröder im Zusammenhang mit dem Thema Dauerarbeitslosigkeit den Begriff ‚Faulenzer‘ aufbrachte, löste er damit einen Sturm der Entrüstung aus. Allerdings hat sich niemand darüber ereifert, dass er die ‚Faulenzerinnen‘ unterschlagen hatte. Nicht mal in der ‚taz‘ gab es Beiträge zur ‚FaulenzerInnen-Debatte‘. Hat der Bundestag sich schon jemals mit Steuerhinterzieherinnen und Steuerhinterziehern auseinandergesetzt? Interessiert es wirklich niemanden, wie viele Schwarzfahrerinnen und Schwarzfahrer jedes Jahr erwischt werden? Wo bleiben, wenn die Rede von Sozialschmarotzern und Leistungserschleichern ist, die Sozialschmarotzerinnen und Leistungserschleicherinnen? Sie zu unterschlagen, bedeutet positive Diskriminierung. Und wollte man der Diskriminierung nicht gerade entgegentreten?“

Wer sich dieser Form der „FeministInnenbewegung“ anschließen möchte, sollte dies **nicht uneingeschränkt** tun.

- Mit Blick auf Sprache, Ästhetik, Lesbarkeit und Aussprache sind **Artefakte** ungeeignet, die durch ein **großes „I“** Gleichbehandlung herstellen (z. B. ArbeitgeberInnen, BürgerInnen, UnternehmerInnen).
- **Doppelbezeichnungen** wiederum (z. B. „Studentinnen und Studenten“, „Arbeiterinnen und Arbeiter“) sollten Sie nur insoweit



nutzen, als Schreibstil und Lesbarkeit nicht darunter leiden; denn ein Übermaß an derartigen Tandems sorgt leicht für Sprachbarrieren und Verständnisschwierigkeiten.

- Auch **neutrale Formen** (z. B. Arbeitende, Studierende) müssen Sie gezielt verwenden; genau betrachtet ist der Kunstgriff mit dem Partizip auch „ein grammatikalischer Missgriff: ‚Studierend‘ ist nur, wer im Moment auch wirklich studiert, so wie der Lesende gerade liest und der Arbeitende arbeitet. Ein Leser kann auch mal fernsehen, und ein Arbeiter Pause machen. Der Lesende aber ist kein Lesender mehr, wenn er das Buch aus der Hand legt, und so ist auch der Studierende kein Studierender mehr, wenn er zum Beispiel auf die Straße geht, um gegen Sparmaßnahmen zu demonstrieren“ (Sick 2004, S. 171).

6.2.3 Adjektive

6.2.3.1 Misstrauen Sie Adjektiven!

In wissenschaftlichen Arbeiten sind Adjektive mit Vorsicht zu genießen; denn häufig dienen sie lediglich dazu, den Text **künstlich** zu **verlängern** (vgl. zum Folgenden insb. Schneider 2006, S. 48 ff.). **Erforderlich** und **erwünscht** sind sie nur dann, wenn man damit zwischen Substantiven **unterscheiden** will, z. B.

- ein deutsches Unternehmen (kein US-amerikanisches, französisches oder britisches),
- ein national tätiges Unternehmen (kein internationales),
- ein teures Produkt (kein billiges).

In allen anderen Fällen sind Eigenschaftswörter folglich **entbehrlich**; bisweilen lassen sie sich durch ein **treffendes** Substantiv ersetzen. Verzichten Sie vor allem in folgenden Fällen auf ein Adjektiv.

(1) In wissenschaftlichen Arbeiten sind „**Edelfüllsel**“ (Schneider 2006, S. 48) aus dem Repertoire von Sonntags- und Festrednern tabu, z. B. eklatant, geflissentlich, ungeahnt, unmissverständlich, zukunftsweisend.

Edelfüllsel

(2) Es ist ein modischer Unfug, wenn ein Adjektiv erst durch die **Zerlegung** eines Substantivs in Haupt- und Eigenschaftswort entsteht (z. B. Wirtschaftsordnung → wirtschaftliche Ordnung; Werbeaktion → werbliche Aktivität). So werden aus Bilanzproblemen „bilanzielle

Zerlegung eines Substantivs



Probleme“; auch wenn ein Unternehmen „Probleme mit der Bilanz“ hat (welcher Art auch immer), so sind diese dennoch nicht bilanziell. Schreiben Sie besser ganz konkret, welcher Art diese Schwierigkeiten sind. Vermutlich handelt es sich nämlich um einen Verlust oder Liquiditätsengpass.

Oder nehmen wir „Ausbau der Infrastruktur“: Wenn man diesen Ausdruck verknüpft – zu „Infrastrukturausbau“ –, dann ist es nur noch ein Katzensprung zum „infrastrukturellen Ausbau“. Et voilà: Ein neues Wort ist geschaffen. Herzlichen Glückwunsch! Des Öfteren hört und liest man auch von „humanitären Katastrophen“; aber: Kann eine Katastrophe humanitär (= menschlich, wohlätig) sein? Entsorgen Sie derart **unsinnige Wortkombinationen!**

Aussagekräftiges
Substantiv

(3) Sinnlos ist es auch, ein aussagekräftiges Substantiv zu einem Adjektiv zu **degradieren**, um anschließend ein inhaltsleeres „Ding“, wie *Bereich*, *Belange*, *Sektor*, *Kreise* dranzuhängen, z. B. *im medizinischen Sektor* statt *in der Medizin*. Weitere Beispiele gefällig? Bitte schön:

- verkehrliche Belange, logistische Belange,
- im universitären Bereich, im betrieblichen Bereich, im städtischen Bereich.

Schlimmer noch: Aus *Erziehung* wird zunächst der *Erziehungsbereich*, der schließlich im *erzieherischen Bereich* „verendet“.

Wort-
schöpfungen

(4) Bisweilen verursachen auch **Wortschöpfungen** schmerzhaftes Blähungen. So wurde aus dem Automobil *automobil* – sodass Hersteller hochwertiger Pkw ihre *automobile Spitzenklasse* besser positionieren konnten. Auch die *informationelle Selbstbestimmung* ist eine Kreation des *medialen Overflow*.

(5) Ungeeignet ist ein Adjektiv auch dort, wo es einem zusammengesetzten Hauptwort **nicht eindeutig zugeordnet** werden kann, z. B. *staatliche Almosenempfänger* (statt Empfänger staatlicher Almosen) oder *medizinische Forschungseinrichtung*. Weitere Beispiele finden sich in Hülle und Fülle: So ist ein *wirtschaftspolitischer Maßnahmenkatalog* sprachlich ein „wirtschaftspolitischer Katalog für Maßnahmen“. Was auch immer dies sein mag – helfen wird es dem Staat nicht; denn dieser bräuchte vielmehr einen „Katalog von wirtschaftspoliti-

schen Maßnahmen“ bzw. einen „Katalog von Maßnahmen in der Politik für die Wirtschaft“.

(6) Vorsicht auch bei der **Negation**; da sie häufig bereits im Wort selbst steckt (z. B. Manko, Defizit, Fehler, Mangel, Schwäche), führt die Kombination mit einem Adjektiv mitunter zu einer doppelten Verneinung, z. B.

- fehlerhafter Mangel des Produkts,
- missglückter Fehlstart,
- mangelhafte Schwächen in der Produktentwicklung.

Auch wenn sie mündlich häufig als Verstärkung wirken, im Schriftlichen neutralisieren sich doppelte Verneinungen. Belassen Sie es deshalb bei einer Negation (z. B. missglückter Start).

*Doppelte
Verneinung*

In all diesen Fällen gilt: Bevor Sie ein Eigenschaftswort verwenden, das keine sachliche Information liefert, sollten Sie darauf verzichten. Suchen Sie bspw. nach einem Substantiv, das eine bestimmte Eigenheit bereits umfasst. Vertrauen Sie darauf, dass Ihre Leser die Charakteristika, die Sie mit den Adjektiven beschreiben wollen, Ihrer Argumentation entnehmen können. Bevor Sie ein Eigenschaftswort zu Papier bringen, sollten Sie an den Ausspruch des ehemaligen französischen Ministerpräsidenten Clemenceau denken (der auch Zeitungsverleger war); zu seinen Mitarbeitern soll er einmal gesagt haben: „Bevor Sie ein Adjektiv hinschreiben, kommen Sie zu mir in den dritten Stock und fragen, ob es nötig ist.“



Wer kürzen und prägnant formulieren möchte, fängt folglich am besten beim Ausmisten überflüssiger Adjektive an. Vielleicht hätte auch Utz Claassen dies beherzigen sollen. Für seinen Rückzug von der EnBW 2007 hatte der ehemalige Vorsitzende nämlich „strukturelle, professionelle, persönliche und familiäre Gründe“ verantwortlich gemacht. Mag sein, dass er mit diesem „Wortgedusel“ die Situation vernebeln wollte – professionell war dieses Statement indessen nicht. Er mag tatsächlich „persönliche Gründe“ gehabt haben. Aber: Können Gründe „familiär“ sein, d. h. bekannt oder gar vertraut? Wollte er damit womöglich ausdrücken, dass wir alle über die Medien ohnehin irgendwie in seine Geschichte involviert sind? Ich vermute jedoch, er wollte uns arg verkürzt mitteilen, dass auch seine Familie bei der Entscheidung eine wichtige Rolle gespielt hat. Und vermutlich haben auch die „beruflichen Umstände“ seine Ent-



scheidung beeinflusst (gesagt hat er in beiden Fällen aber etwas anderes). Was er mit „strukturellen Gründen“ meint, lässt sich nicht erschließen; aber die Leser des Handelsblatts oder der Financial Times Deutschland müssen ja auch nicht alles wissen.

Aussortieren sollten Sie auch die als **Pleonasmen** verpackten Adjektive. Diese behandeln wir in Abschnitt 6.2.3.3.

6.2.3.2 Wählen Sie präzise Adjektive!

Achten Sie darauf, dass Ihre Adjektive einen bestimmten Sachverhalt **präzise** beschreiben:

- Temperaturen (= Wärmegrade) sind nicht warm oder kalt, sondern – wenn überhaupt – hoch oder niedrig („Das Wetter ist warm.“).
- Preise sind nicht teuer oder billig, sondern – wenn überhaupt – hoch oder niedrig („Die Produkte im Einzelhandelsgeschäft sind teuer.“).
- Geschwindigkeiten sind nicht schnell oder langsam, sondern – wenn überhaupt – hoch oder niedrig („Das Auto fährt schnell.“).
- Das Alter von Konsumenten ist nicht jung (oder alt).

Allerdings sind auch Angaben, wie *hoch/niedrig*, *groß/klein*, *viel/wenig*, *fast/kaum* **äußerst ungenau**; denn deren Bewertung hängt maßgeblich vom Ermessen des Beurteilenden ab: Was ist hoch? Niedrig? Viel? Wenig? Für einen 2,20 m langen Mann mag ein Mensch mit 1,75 m Körperlänge klein sein, für einen Kleinwüchsigen (z. B. 1,30 m) hingegen ist dieser groß. Unscharfe Größenangaben sind nur dann gestattet, wenn konkrete Informationen unter keinen Umständen verfügbar sind. Falls möglich sollten Sie allerdings einen Maßstab oder eine Tendenz angeben, damit der Leser die **eigentliche** Menge **einschätzen** kann, z. B. „Das Unternehmen mit seinen 10 000 Mitarbeitern musste 2006 relativ wenige Mitarbeiter entlassen.“. Normalerweise aber sind konkrete Angaben erforderlich, z. B. „2006 entließ das Unternehmen 50 seiner 10 000 Mitarbeiter (= 0,5 %).“.

Auch in den anfangs genannten Fällen wäre es besser, Temperatur, Preis bzw. Geschwindigkeit zu **konkretisieren** (z. B. 24°C, 2,25 €, 49 km/h), da man sich sonst fragt:

- Was sind hohe/niedrige Temperaturen?
- Was ist ein hoher/niedriger Preis?
- Was ist eine hohe/niedrige Geschwindigkeit?



Vermeiden Sie **diffuse qualitative Aussagen** und Bewertungen (z. B. „sprunghaft gestiegene F&E-Kosten“; „rasante Entwicklung“). Wenn Sie bspw. sagen, etwas sei *rational, ökologisch, ethisch, moralisch* oder *sozial*, dann müssen sie **konkretisieren**, was Sie mit diesen mehrdeutigen Begriffen meinen (z. B.: „Das Unternehmen agiert ökologisch, d. h. es ...“).

Beispiele

- (1) „Es wurden 205 erfolgreiche Interviews geführt.“
→ Inwiefern waren die Interviews erfolgreich? Wie lässt sich Erfolg in diesem Zusammenhang definieren? Wurden die Interviewer nicht gleich an der Haustür abgewimmelt? Gilt es nur dann als erfolgreich, wenn die Fragebögen vollständig ausgefüllt wurden?
- (2) „Gewinnspiele sind sehr beliebt.“
→ Was bedeutet „beliebt“? Bei wem? Wie äußert sich die Beliebtheit konkret? In einer intensiven Nutzung? In einer großen Zahlungsbereitschaft?
- (3) „Auffällig ist, dass von den 205 befragten Jugendlichen 92,5 % aus den alten und nur 7,5 % aus den neuen Bundesländern stammen.“
→ Was ist daran „auffällig“? Sie könnten bspw. anhand der Zahlen des Statistischen Bundesamtes (Grundgesamtheit der Jugendlichen in West- und Ostdeutschland) zeigen, dass der Anteil an ostdeutschen Jugendlichen an der Befragung „auffallend gering“ ist. Außerdem: Was ist mit „Jugendlichen“ gemeint? Bis 18 Jahre? Bis 21? Oder gar noch älter?

Suchen Sie auch nicht nach Adjektiven, um zu **übertreiben** (z. B. enorme Schäden, riesige Lücken, phänomenale Produkte, erhebliche Beträge, immense Summen, gigantischer Boom) oder zu **verallgemeinern**.



Beispiele

- (1) „Es wäre fatal, in alle Faktoren gleich viel zu investieren.“
→ Warum fatal? Dieser Begriff ist ebenso übertrieben wie unspezifisch. Hängt wirklich das Schicksal des Unternehmens von dieser Entscheidung ab? Wie sieht das Schicksal dann konkret aus? Bankrott? Oder „nur“ Verkauf des Unternehmens?
- (2) „Die einzige strategische Option besteht darin, dass ...“
→ Wirklich die einzige?
- (3) „Das Unternehmen befragte alle Kunden.“
→ Trifft dies tatsächlich und ausnahmslos auf alle Kunden zu?



Ein Adjektiv kommt in der deutschen Sprache besonders häufig vor:

hoch:

- hohe Abhängigkeit,
- hohes Risiko,
- hohe Intensität,
- hohe Fähigkeit,
- hohe Nutzung.

Erst neulich konnte ich (musste ich?) in einer Arbeit lesen: „Werden die Grundbedürfnisse der Menschen erfüllt, wächst nach der Theorie Maslows das Interesse, höhere Bedürfnisse zu befriedigen.“

- Was aber sind *höhere Bedürfnisse*? Kann ich sie messen? Wenn ja, wie viele Zentimeter beträgt der Abstand zum *nächst höheren Bedürfnis*?
- Haben manche Mitarbeiter internationaler Unternehmen tatsächlich eine *hohe Bereitschaft*, ins Ausland zu gehen? Sind diese nicht einfach *entsendungsbereit* oder *entsendungswillig*?
- Und müssen Kunden wirklich eine *hohe Zufriedenheit* haben? Wäre es tatsächlich weniger präzise, von *sehr zufriedenen Kunden* zu sprechen?
- Oder Sprachkenntnisse: Sind sie *hoch* – oder nicht vielleicht doch *fundiert*?

Sie sehen: Ein verkümmerter Wortschatz schadet dem Stil, mindert die **Präzision der Sprache** und damit die Genauigkeit der **Aussage**.

Fragen Sie sich deshalb immer, ob es kein aussagefähigeres Adjektiv als *hoch* gibt oder ob Sie überhaupt ein Eigenschaftswort benötigen. In Abb. 43 finden Sie einige Beispiele, wie Sie „hohe“ Adjektive in die Niederungen der deutschen Sprache zurückholen können.

Abb. 43: Möglichkeiten zur Vermeidung des Wortes „hoch“



Beispiel		Verbesserungsvorschlag
hohe Abhängigkeit	→	starke Abhängigkeit
hohe Bereitschaft	→	große Bereitschaft
hohe Kenntnisse	→	fundierte Kenntnisse
hohe Marktdynamik	→	dynamischer Markt
hohe Neigung	→	starke Neigung
hohe Nutzung	→	intensive Nutzung
hohe Wirkung	→	intensive / starke Wirkung
hoher Aufwand	→	großer Aufwand
hoher Spielraum	→	großer / weiter Spielraum
hoher Zeitaufwand	→	großer Zeitbedarf
hohes Bedürfnis	→	ausgeprägtes / starkes Bedürfnis
hohes Marktpotential	→	erfolgsversprechendes / großes Marktpotential
hohes Risiko	→	großes Risiko
hohes Volumen	→	großes Volumen

Übrigens: Auch viele der in Abb. 43 beispielhaft dargestellten **Verbesserungsvorschläge** sind lediglich **Notlösungen**; denn zumeist könnte man noch einfacher und präziser formulieren, z. B.

- *er ist sehr abhängig* statt *starke Abhängigkeit*,
- *er ist unter allen Umständen bereit* statt *große Bereitschaft*,
- *es ist sehr zeitaufwendig* statt *großer Zeitbedarf*.

6.2.3.3 Sperren Sie schwarze Raben in die Vogelvoliere!

Pleonastische Adjektive kennt wohl jeder: den alten Greis, die tote Leiche, die lautlose Stille, den runden Kreis, die schwache Brise, die schwere Verwüstung. Im Folgenden finden Sie zahlreiche Beispiele (vgl. hierzu auch Sick 2007, S. 32 ff.), die Ihren Blick für die **überflüssige Häufung** sinngleicher oder sinnverwandter Adjektive schärfen sollen (Pleonasmus = griech.; Überfluss, Übermaß):



- abgewandelte / mögliche Variante
- aktive (Informations-)Suche
- aktiver Anwender
- andere / zweite Alternative
- anfängliche Startschwierigkeiten
- berühmter Star
- dichtes Gedränge
- eigenes Ego
- erste Vorboten
- falsche Illusion
- feste Konstante
- feste Überzeugung
- finales Ergebnis / Ende; finaler Schluss
- fundamentale Grundkenntnisse / Grundvoraussetzungen
- (ganz) neue Innovation
- gemeinsame Schnittmenge
- geschiedene Exehefrau
- gezielte Maßnahme
- grundlegendes Fundament
- im augenblicklichen Moment
- in bunten Farben
- inneres Gefühl
- internationale Auslandstätigkeit
- interpersonale Kommunikation
- jeweilige Relationen
- kleiner Obolus (Obolus bedeutet im übertragenen Sinn „ein kleiner Geldbetrag“.)
- komparativer Vergleich
- kumulative Erfahrung
- langfristige Strategie
- lästiges Ärgernis
- manuelle Handarbeit
- marginale Randerscheinungen
- mehrfacher Multimilliardär
- methodisches Verfahren
- natürlicher Instinkt
- persönliche Erfahrung / Meinung / Interaktion
- potentielles Risiko
- resultierendes Ergebnis
- runde Kugel
- schwarzer Rappe
- seltene Rarität
- semantische Bedeutung
- situative Gegebenheit / situativer Kontext
- spontaner Reflex
- starker Kurseinbruch
- unerklärliches Phänomen
- ursächlicher Kausalzusammenhang
- vorbeugende Präventivmaßnahme
- wechselseitiger Leistungsaustausch
- weibliche Kandidatin
- zwischenmenschliche Interaktion

Nachdenken lohnt sich, bevor Sie jemanden vor *vollendete Tatsachen* stellen wollen oder darüber schreiben, dass sich die *konjunkturelle Lage* (Konjunktur = Wirtschaftslage) *dynamisch wandelt* (Gibt es einen „statischen Wandel“? Womöglich in der Politik?).



Der Gipfel des **Unsinn**s ist jedoch die *weltweite Globalisierung*, die scheinbar vor nichts und niemandem haltmacht. Was um Himmels willen meint denn *global*, wenn nicht *weltweit*? Oder haben Sie schon mal von der europaweiten, deutschlandweiten oder gar südbadenweiten Globalisierung gehört? Natürlich hat der Begriff der Globalisierung einen sehr großen Bedeutungshof (vgl. hierzu auch Abb. 19, S. 124); dennoch geht es bei jeder dieser Abgrenzungen immer um die weltweite (= globale) Perspektive. Also: Bevor Sie diesen und ähnlichen Hirnbrei löffelweise zu sich nehmen und anschließend unverdaut von sich geben, denken Sie besser noch einmal über den (Un-)Sinn der von Ihnen verwendeten Begriffe nach.

6.2.3.4 Adverb ≠ Adjektiv

Nachdem ich im August 2007 in einer Sonntagszeitung folgende Nachricht gelesen hatte, musste ich schrecklich weinen: „Die Bayern traten beim dritten Sieg trotz teilweiser Klasseaktionen von Franck Ribéry nicht ganz so glanzvoll wie zuletzt in Bremen auf.“ Was mir ins Auge stach und Tränen in die Augen trieb, war allerdings nicht der Sieg des FC Bayern (ich bin Bayern-Fan), sondern das Wort *teilweiser*. Dabei handelt es sich nämlich um ein **Adverb** – ein Umstand, der äußerst bedeutsam ist; denn im Gegensatz zum Adjektiv, welches die Beschaffenheit einer Person oder einer Sache beschreibt, bezeichnet das Adverb die näheren Umstände einer **Tätigkeit**, eines Vorgangs oder eines Zustands. Oder anders formuliert: Ein Adjektiv bezieht sich auf ein Nomen (bisweilen auch auf ein Pronomen), das Adverb hingegen (i. d. R.) auf ein Verb.

Beispiele

Adjektiv:

Der gewissenhafte Professor korrigiert die Klausuren.

→ Eine Person (hier = Professor) wird näher beschrieben.

Adverb:

Der Professor korrigiert gewissenhaft die Klausuren.

→ Das Adverb (hier = gewissenhaft) charakterisiert nicht den Professor, sondern liefert nähere Information darüber, WIE er die Klausuren korrigiert. Es bezieht sich somit auf das Verb (hier = korrigieren).

*Wesentlicher
Unterschied
zwischen
Adjektiv und
Adverb*

Ein wesentlicher **Unterschied** zwischen Adjektiv und Adverb besteht darin, dass ein Eigenschaftswort unmittelbar vor einem Hauptwort platziert werden kann.

Beispiel

Das Unternehmen ist multinational und damit ein „multinationales Unternehmen“.

Adverbien können sich aber nicht nur mit Verben verbinden, sondern auch mit Adjektiven, Adverbien und auch Nomen.

Beispiele

- (1) Adverb mit Verb: Die Mitarbeiter haben zügig gearbeitet.
- (2) Adverb mit Adverb: Die Mitarbeiter haben sehr zügig gearbeitet.
- (3) Adverb mit Adjektiv:
Die Mitarbeiter sind sehr fleißig.
- (4) Adverb mit Nomen: Die Mitarbeiter dort sind fleißig.

Adverbien kann man – anders als Adjektive – **nicht beugen**; einige lassen sich jedoch steigern, was plausibel ist; denn manche Umstände können in unterschiedlichem Maße auftreten.

Beispiel

gern, lieber, am liebsten

*Arten von
Adverbien*

Gewöhnlich unterscheidet man folgende **Arten** von Adverbien:

- (1) **Lokaladverbien** bestimmen den Standort (Frage: Wo? Woher? Wohin?), z. B. bergab, dort, dorthin, draußen, heim, hier, hinein, irgendwo, links, rechts, überall, weg.
- (2) **Temporaladverbien** bestimmen die Zeit (Frage: Wann? Bis wann? Seit wann? Wie lange?), z. B. bisher, damals, danach, einst, heute, immer, jetzt, morgen, nachher, noch, später, stets.
- (3) **Kausaladverbien** kennzeichnen eine Begründung oder Ankündigung (Frage: Warum? Weshalb?), z. B. daher, darum, dennoch, deshalb, deswegen, folglich, hierzu, nämlich, trotzdem.

(4) **Modaladverbien** bestimmen die Motivation bzw. Haltung des Sprechers zum Gesagten (Frage: Wie? Wie sehr?), z. B. beinahe, genug, gern, kaum, leider, sehr, sogar, sonst, teilweise.

Zu den Adverbien gehören u. a. Wörter, die auf „-weise“ enden, wie schrittweise, paarweise, zeitweise, teilweise, abschnittsweise.

Beispiele

Der Prozess vom nationalen zum multinationalen Unternehmen vollzieht sich schrittweise, d. h. es handelt sich um eine langsame Zunahme der Internationalisierung, **aber nicht** um eine „schrittweise Zunahme“. Ebenso wenig gibt es eine „abschnittsweise Sperrung der Autobahn“, einen „teilweisen Rückgang der Nachfrage“ oder ein „zeitweises Einfrieren der Devisenreserven“. Sie finden das kompliziert? Keine Sorge: Den Lapsus „Adjektivierung von Adverbien“ findet man mitunter auch in angesehenen Blättern (was die „Qualität“ dieses Fehlers jedoch nicht verbessert). So stand in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (vom 31.12.2005): „Dort soll durch schrittweises Vorgehen die westlich-christliche Gesellschaft in eine islamische Gesellschaftsordnung überführt werden.“ Und am 3. Januar 2008 konnte man in dieser Zeitung lesen: „Drittens gibt es die begründete Hoffnung auf ein zumindest teilweises ‚Recycling‘ der Petrodollar.“

6.2.3.5 Die maximalste Steigerungsstufe ist immer die optimalste! Oder etwa nicht?

Wenn Subjekte oder Objekte nicht gleich sind, muss man den **Unterschied** mithilfe der Sprache verdeutlichen. Eine Möglichkeit besteht darin, Adjektive zu **steigern**, wobei grundsätzlich drei **Steigerungsstufen** in Betracht kommen:

- Positiv (= Grundstufe),
- Komparativ (= Vergleichsstufe),
- Superlativ (= Höchststufe).

Aber Obacht: Nicht jedes Adjektiv kann in der beschriebenen Form gesteigert werden, z. B. *schwanger* oder *weiß*, auch wenn uns die Hersteller von Zahncreme und Waschmittel seit Jahrzehnten einreden wollen, dass es ein „noch weißeres Weiß“ gibt.





1. Folgende Eigenschaftswörter lassen sich lediglich **einmal** steigern:

- äußere → äußerste,
- hintere → hinterste,
- innere → innerste,
- untere → unterste,
- vordere → vorderste.

2. Nicht gesteigert werden bspw.

- | | |
|---------------------------------------|---|
| • einmalig | • ganz |
| • einzig (z. B. der einzige Kunde) | • repräsentativ (z. B. repräsentative Studie) |
| • gleichmäßig | • riesengroß |
| • golden, schwarz, weiß | • signifikant |
| • himmelweit | • steinhart |
| • ideal | • tot |
| • maximal (z. B. der maximale Gewinn) | • total |
| • optimal | • vorurteilsfrei |
| • perfekt | • zentral |
| • enorm | |

Dennoch finden sich zahllose wissenschaftliche Arbeiten mit Komparativen und / oder Superlativen, obwohl das zugehörige Adjektiv **nicht gesteigert** werden kann. So liest man des Öfteren, dass Kunden in Kaufhäusern wieder *präsender* seien. *Präsent* aber meint „anwesend“. Kann man anwesender sein als anwesend? Auch folgende Ausdrücke gehören (in dieser oder ähnlicher Form) zum Standardrepertoire vieler Studenten; dennoch sind sie falsch – oder anders formuliert: Diese Beispiele sind „**in keinster Weise**“ korrekt.

- Für viele Unternehmen ist die Internationalisierung die *einzigste* Strategie, um langfristig zu überleben.
- Broker nutzen beim An- und Verkauf von Wertpapieren *minimalste* Differenzen.
- Aktiengesellschaften versprechen ihren Anteilseignern häufig *maximalste* Gewinne.
- Amerikanische Unternehmen sind stets bestrebt, die *erstklassigsten* Absolventen für sich zu gewinnen.
- Die *einfalllosese* Strategie besteht darin, den Preis zu senken.
- Manche Befragungsdaten sind viel *valider* und *reliabler* als alle



bislang ermittelten Ergebnisse, vor allem dann, wenn die Studie auf „*vorurteilsfreiste Art und Weise*“ durchgeführt wurde.

Fallstricke lauern auch, wenn man die aus **Adjektiv** und **Partizip** gebildeten **Attribute** steigern will (vgl. Sick 2004, S. 42 ff.). Aus *weit reichenden Maßnahmen* werden dann zunächst *weit reichendere Maßnahmen* und schließlich die *weit reichendsten Maßnahmen*, obwohl es lauten muss: *weit reichend, weiter reichend, weitest reichend*.

6.2.3.6 Sie arbeiten nicht in der Kreativabteilung

Erfinden Sie keine Adjektive. Was im Falle des VfL Bochum (der früher einmal als „unabsteigbar“ galt) und der PET-Flasche von Coca Cola („unkaputtbar“) noch als Marotte oder Werbegag durchgehen kann, wird mittlerweile zu einer Volkskrankheit. Bar jeder Vernunft wird bei zahlreichen Adjektiven getestet, ob sie bspw. auch in der modernen Form mit „-bar“ funktionieren (vgl. Sick 2004, S. 83 ff.). Allerdings werden Sie die folgenden Wörter (um nur einige Beispiele zu geben) in keinem Duden finden:

- *akzeptierbar* (statt *akzeptabel*),
- *bewältigbar* (statt zu *bewältigen*),
- *diskutierbar* (statt *diskutabel*),
- *leistbar* (statt zu *leisten*),
- *unaufhaltbar* (statt *unaufhaltsam*),
- *unaufhörbar* (statt *unaufhörlich*),
- *unentbehrbar* (statt *unentbehrlich*),
- *unertragbar* (statt *unerträglich*).



6.2.4 „Simpel = unwissenschaftlich“? Zum Umgang mit Fachbegriffen, Fremdwörtern und Amerikanismen / Anglizismen

6.2.4.1 Muss man kasuistisch auf ein Kompendium extraordinärer Termini rekurren?

Der ein oder andere deutschsprachige Autor greift gerne mal auf (ungewöhnliche) Fremdwörter zurück in dem Irrglauben, seine Arbeit werde erst dadurch zu einem wirklich wissenschaftlichen Werk.

Diese Neigung dürfte ein wesentlicher Grund sein, warum man den hierzulande verfassten wissenschaftlichen Texten bisweilen nachsagt, sie seien **schwer verdaulich** oder gar **unverständlich**. Die folgenden



Beispiele nehmen dieses deutsche Phänomen aufs Korn:

- Auf dem Areal der pädagogischen Institution unterliegen ballistische Experimente mit kristallinem H₂O striktester Prohibition! (→ Das Werfen von Schneebällen auf dem Schulhof ist verboten!)
- Das Volumen subterranean Agrarprodukte steht in reziproker Relation zur intellektuellen Kapazität der Produzenten. (→ Die dümmsten Bauern ernten die dicksten Kartoffeln.)
- Komplexe Algorithmen werden gegenüber der Applikation relativ primitiver Methoden favorisiert. (→ Warum einfach, wenn's auch kompliziert geht.)
- In meiner psychologischen Konstitution manifestiert sich eine absolute Dominanz positiver Effekte für die existente Individualität Deiner Person. (→ Ich liebe Dich.)



Wissenschaftlich arbeiten bedeutet keinesfalls, dass man komplex und unverständlich schreiben und viele Fremdwörter verwenden muss. Formulieren Sie eher kurze Sätze und benutzen Sie eine einfache, präzise Sprache. Sie meinen, was **simpel** klingt, sei **unwissenschaftlich**? Umgekehrt wird ein Schuh draus: Wer kompliziert schreibt, denkt zumeist auch kompliziert. Jedenfalls erliegt einem Trugschluss, wer glaubt, ein „Kompendium spezifischer Termini“ sei Ausdruck von „ganz besonders wissenschaftlichem Arbeiten“.

Halten Sie sich an die Worte des großen deutschen Philosophen Sir **Karl Popper**: „Das Schlimmste – die Sünde gegen den Heiligen Geist – ist, wenn die Intellektuellen es versuchen, sich ihren Mitmenschen gegenüber als große Propheten aufzuspielen und sie mit orakelnden Philosophien zu beeindrucken. Wer's nicht einfach und klar sagen kann, der soll schweigen und weiterarbeiten, bis er's klar sagen kann“ (Popper 1987, S. 100); denn jede unübliche Bezeichnung mindert **Lesefluss** und **Verständlichkeit** des Textes, was sich letztlich in der Qualität einer Arbeit niederschlägt. Deshalb gilt: Verwenden Sie so wenige Fremdwörter wie möglich und nur so viele wie nötig!

Lesefluss und
Verständlichkeit



Wissenschaftliche Arbeiten sind **keine Plattform** für Wortschöpfungen oder Kuriositäten des Sprachgebrauchs. Lassen Sie Ihr „Latein für Angeber“ und das „English for Runaways“ in der Schublade und folgen Sie dem Grundsatz: Weniger ist oft mehr. Nutzen Sie nur dann ein Fremdwort, wenn es

- allgemein verständlich ist oder
- nicht ersetzt werden kann, weil es einen Sachverhalt **anschaulicher** und konkreter beschreibt als sein deutsches „Pendant“.

Sofern aber ein gleichwertiges, für alle Leser verständliches Wort zur Verfügung steht, sollten Sie auf das entsprechende Fremdwort verzichten.

- Oder finden Sie die *Konversation* vielsagender als das *Gespräch*?
- Die *Repetition* tatsächlich treffender als die *Wiederholung*?
- Sind *Diskrepanz* oder *Differenz* konkreter als *Unterschied*?
- *Imponderabilien* präziser als *Unwägbarkeiten*?

Entbehrlich sind die meisten Verben auf „-ieren“, z. B. instrumentalisieren, problematisieren, prämiieren, reflektieren, sondieren, stabilisieren, tabuisieren, thematisieren, verbalisieren. Möglicherweise gehört auch *sensibilisieren* dazu, das Sie in einem der nächsten Abschnitte werden lesen können ... Viele dieser **Imponiervokabeln** könnte man durch das entsprechende deutsche Wort ersetzen. Wenn Sie mir nicht glauben, dürfen Sie anhand einschlägiger Quellen gerne *eruiieren*, ob meine Aussagen zutreffen oder nicht. Na, schon was *herausgefunden*? Oder *ermittelt*?

Imponier-
vokabeln

6.2.4.2 Fremdwort ≠ Fachbegriff

Wichtig: **Verwechseln** Sie Fremdwörter nicht mit Fachbegriffen! Letztere sind – anders als die eben behandelte Gruppe – **wesentlicher Bestandteil** eines wissenschaftlichen Textes. So kennt man in jeder Wissenschaft eine sog. „**Lingua franca**“. Und dies aus gutem Grund: **Fachtermini** sind – zumindest in der jeweiligen Disziplin – anerkannt, sodass sich damit ein bestimmter Sachverhalt kurz, prägnant und eindeutig be- bzw. kennzeichnen lässt. Mit Blick auf das Ziel „sparsamer Umgang mit Text“ ist es ratsam und sinnvoll, in wissenschaftlichen Arbeiten Fachbegriffe zu verwenden; diese bringen einen komplexen Sachverhalt „auf den Punkt“.

„Lingua franca“

Beispiele

Wortkonstruktionen wie *Benchmarking*, *Shareholder Value*, *Spill over-Effekt* oder *Supply Chain Management* sind durchaus nützlich, da wir vermutlich mehr als eine Zeile bräuchten, um den damit verknüpften Sachverhalt zu umschreiben. Ähnliches gilt u. a. für



- | | |
|-------------------------------------|--|
| • Awareness advertising | • Stakeholder-Ansatz |
| • Halo-Effekt | • Trading up |
| • Efficient Consumer Response (ECR) | • Customer Relationship Management (CRM) |



Auch **Eigennamen**, wie Conjoint Measurement (= in den USA entwickeltes multivariates Analyseverfahren), Radio Frequency Identification (RFID; = Funkchiptechnik) oder „On line analytical processing“ (OLAP; = spezielles Werkzeug zur Analyse von Kundendaten), können – und sollten – Sie in der jeweiligen Schreibweise übernehmen.

Indessen besteht kein Grund, Kundennutzen durch „Customer benefit“ oder Produktlebenszyklus durch „Product life cycle“ zu ersetzen. Muss ein Unternehmen mit seinen Produkten einen Markt unbedingt „penetrieren“ (weil man im Englischen „to penetrate“ bzw. „penetration strategy“ sagt)? Wäre das deutsche Wort „durchdringen“ nicht ebenso treffend?



Kauderwelsch

6.2.4.3 Weitere coole Infos

(1) Die Internetseiten der Süddeutschen Zeitung schreiben Hilmar Kopper folgendes **Kauderwelsch** zu: „Jeder muss im Job permanently seine intangible assets mit high risk neu relaunchen und seine skills so posten, dass die benefits alle ratings sprengen, damit der cash flow stimmt. Wichtig ist corporate identity, die mit perfect customizing und eye catchern jedes Jahr geupgedatet wird!“ Leider aber ist der ehemalige Vorstandssprecher und Aufsichtsratsvorsitzende der Deutschen Bank AG kein Einzelfall; denn auch andere Prominente (Manager, Politiker, Unternehmer, Stars usw.), die ja bekanntlich Vorbilder sein sollen, laden derartigen **Sprachmist** gerne in der Öffentlichkeit ab. So meinte die Modeschöpferin Jil Sander in einem Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (vom 22. März 1996): „Ich habe vielleicht etwas Weltverbesserndes. Mein Leben ist eine giving-story. Ich habe verstanden, dass man contemporary sein muss, das future-Denken haben muss. Meine Idee war, die hand tailored-Geschichte mit neuen Technologien zu verbinden. Und für den Erfolg war mein coordinated concept entscheidend, die Idee, dass man viele Teile einer collection miteinander combinieren kann. Aber die audience hat das alles von Anfang an auch supported. Der problembewußte Mensch von heute kann diese Sachen, diese refined Qualitäten mit spirit eben auch appreciate. Allerdings geht unser voice auch auf bestimmte

Sprachmist

Zielgruppen. Wer Ladyisches will, searcht nicht bei Jil Sander. Man muss Sinn haben für das effortless, das magic meines Stils.“ Dieses **Business-Gebrabbel** (oder wie auch immer man die Sprachfetzen nennen mag) ist, auf gut Deutsch gesagt, ziemlicher Bullshit, den Sie weder in den Mund nehmen, noch aufs Papier schmieren sollten.

Auch wenn Sie es noch so „trendy“ finden: In einer wissenschaftlichen Arbeit haben **Modeanglizismen** und andere „coole“ englische Begriffe nichts zu suchen! Freilich ist **grundsätzlich** nichts dagegen einzuwenden, wenn Sie Wörter nutzen, die anderen Sprachen entstammen – vorausgesetzt sie gehören auch zu unserem Wortschatz; zu denken wäre u. a. an *Job*, *Team* oder *Eye-catcher* (auf den Sie in diesem Buch auch an anderer Stelle stoßen werden). Allerdings: *Arbeit* (bzw. *Arbeitsplatz*), *Gruppe* oder *Blickfang* wären nicht weniger geeignet. Nichts spricht indes gegen *Mind maps* oder *Brainstorming*; denn unter *Gedankenlandkarten* oder *Gehirnsturm* können sich vermutlich nur wenige etwas Konkretes vorstellen.



Modeanglizismen

(2) Vor allem bei Amerikanismen sollten Sie auf sog. **falsche Freunde** achten, d. h. auf wörtlich übersetzte Begriffe, die nur scheinbar passen (weil sie eigentlich etwas anderes bedeuten), z. B. (vgl. Sick 2005, S. 89 ff.)

- „silicon“ = Silizium (nicht: Silikon),
- „billion“ = Milliarde (nicht: Billion),
- „sensitive“ = sensibel, feinfühlig (nicht: sensitiv).



In den Medien ist häufig von der *Bush-Administration* die Rede; tatsächlich aber bedeutet das amerikanische „administration“ nicht Administration (= Verwaltung), sondern Regierung, weshalb es – wenn überhaupt – die *Bush-Regierung* heißen müsste (vgl. Sick 2004, S. 205). Auch gibt es in der deutschen Sprache keine *vitale Rolle* („vital role“). Und erst die Moderatoren von n-tv erfanden während der sog. New Economy Phase den *Analysten* („analyst“); denn dieser konnte die Gründe für Aktien(ver-)käufe und für Kursschwankungen offenbar besser erklären als der *Analytiker*, den die deutsche Sprache schon seit Langem kennt.

(3) Die in Abb. 44 dargestellten Beispiele sollen Sie für unsinniges Eindeutschen **sensibilisieren**. Zu den „Klassikern“ gehört *Es macht Sinn*. (von *It makes sense*.) Korrekt wäre jedoch *Es ist sinnvoll*; denk-

bar wäre darüber hinaus *Das ergibt einen Sinn., Das hat einen Sinn.* oder *Ich sehe einen Sinn darin.*, um nur einige Beispiele zu geben.

Abb. 44: Beispiele für korrekte Übersetzungen aus dem Englischen

Englisch	Wie es häufig übersetzt wird	Wie es heißen sollte
at the end of the day	am Ende des Tages	letzten Endes, schließlich
What makes the difference?	Was macht den Unterschied aus?	Worin besteht der Unterschied?
It makes sense.	Es macht Sinn.	Es ist sinnvoll.
I remember the day.	Ich erinnere den Tag.	Ich erinnere mich an den Tag.
I met him.	Ich traf ihn.	Ich traf mich mit ihm.
I think he is right.	Ich denke, dass er recht hat.	Ich meine, dass er recht hat.
not really	nicht wirklich	eigentlich nicht
once more	einmal mehr	wieder einmal
in 2007	in 2007	2007 / im Jahre 2007
that means	das meint	das bedeutet

Quelle: auf der Basis von Sick (2004, S. 49f.); ergänzt.



Übersetzungsfehler

Vergleichbare Übersetzungsfehler finden sich zuhauf. Mit *rights and responsibilities* sind nicht *Rechte und Verantwortlichkeiten* gemeint, sondern *Rechte und Pflichten*. Zu denken wäre auch an das Verb *realisieren*, „das auf Deutsch lange Zeit nur ‚verwirklichen‘ hieß und neuerdings laut Duden auch die im Englischen übliche Bedeutung ‚begreifen‘, ‚sich einer Sache bewusst werden‘ haben kann. Dass an der Börse Gewinne realisiert werden, ist lange bekannt, denn die Wirtschaft kennt ‚realisieren‘ als Fachterminus für ‚in Geld verwandeln‘; aber neu ist, wenn der Sieger eines Radio-Quiz gefragt wird, ob er seinen Gewinn von 18000 Euro denn schon realisiert habe? Oder wenn eine Schwimmweltmeisterin nach ihrem dreifachen Triumph in Barcelona im Fernsehen verkündet, sie könne ihre Siege noch gar nicht realisieren, obwohl ihr die Medaillen bereits um den Hals hängen. Und dann dieser tragische Fall aus Vorarlberg, auf www.orf.at vermeldet: Da war von einer geistig verwirrten Frau die Rede, die neben ihrem toten Mann im Bett lag und die „aufgrund ihrer Krankheit nicht in der Lage“ war, „den Tod zu realisieren“. Wohin das noch führen soll? Womöglich zu neudeutschen Drehbuchtexten wie diesem: „Wie bitte, dein Mann betrügt dich mit deiner besten Freundin?

Das realisier ich einfach nicht! Das macht doch irgendwie total keinen Sinn!“ (Sick 2004, S. 50).

Äußerst populär ist auch das *Netzwerk*, bspw. das *Rechnernetzwerk* – auch wenn wir Rechner nicht „vernetzwerken“, sondern lediglich „vernetzen“. „Business People“ und andere wichtige Menschen bilden ebenfalls sehr gerne Netzwerke; wie wäre es stattdessen mal mit Bund, Bündnis, Gemeinschaft, Gruppe, Kette, Kreis, Seilschaft, System, Verband oder bspw. Zusammenschluss? Und vor allem: Woher stammt diese „Vernetzwerkung“, wo wir doch bloß

- ein Leitungsnetz brauchen – und **kein** Leitungsnetzwerk,
- ein Schienen- oder Straßennetz – und **kein** Schienen- oder Straßennetzwerk,
- ein Strom- oder Telefonnetz – und **kein** Strom- oder Telefonnetzwerk,
- ein Vertriebsnetz – und **kein** Vertriebsnetzwerk?

Auch das *Netzwerk* ist letztlich das Ergebnis sinnlosen Nachäffens des englischen Vorbilds; denn auf Englisch heißt Netz nicht *net*, sondern *network* – was nachgerade dazu einlud, dieses Wort ins Deutsche zurückzuübersetzen (vgl. Schneider 2006, S. 110 f.). So sind wir hierzulande nun in der überaus glücklichen Lage, mit zwei Begriffen ein und dasselbe ausdrücken zu können: Schwafler sagen Netzwerk, Wortökonom *Netz*. Einen ähnlichen Werdegang wie Netzwerk nahm das Wort *Technologie* (Technik → „technology“ → Technologie). *Aktivität* „en“ entstammen gleichfalls dem **Rückübersetzungswahn** (Aktivität → „activities“ → Aktivitäten), sind auf Deutsch aber unsinnig; denn „die Aktivität“ ist „die Summe der Tätigkeiten“. Wer von Aktivitäten spricht, meint häufig lediglich eine Veranstaltung oder Unternehmung.

6.2.5 Präpositionen

Auch Präpositionen werden häufig falsch verwendet, z.B. *um* und *über*. Hier einige wenige Beispiele (vgl. Sick 2004, S. 117 f.).

- Auseinandersetzung über
- Beratungen über
- Debatte über
- Diskussion über
- Gespräch über
- Mutmaßungen über
- Nachdenken über
- Spekulation über
- Streit über (bei geteilter Meinung)
- Streit um (bei Besitzanspruch)



- Konflikt über
(bei geteilter Meinung)
- Konflikt um
(bei Besitzanspruch)
- Vermutung über
- Verwirrung über
- Wirrwarr um

Fehler treten häufig beim Gebrauch von *meines Wissens* (m.W.) auf, das **ohne** die Präposition *nach* verwendet wird; dasselbe gilt für *meines Erachtens* (m.E.). Hingegen steht *nach* bspw. bei *seiner Meinung nach*, *seinem Urteil nach* oder *dem Vernehmen nach*.

6.2.6 Hinweise zur Wortwahl

6.2.6.1 Vorsicht vor Dickmachern: Füll- und Flickwörter

Die deutsche Sprache bietet eine Vielzahl an Konjunktionen und Adverbien, die – und das ist das Dumme daran – einen **Januskopf** haben: Richtig eingesetzt können sie einen Text **bereichern**; wer sie hingegen unkontrolliert oder im Übermaß verwendet, bläht seinen Text auf und **überfrachtet** ihn (vgl. zum Folgenden Schneider 2001, S. 131ff.). Nicht umsonst bezeichnet man sie auch als **Füll-** oder **Flickwörter**.



W. Schneider hat viele dieser gefährlichen „**Textdickmacher**“ ermittelt.

- | | | |
|-----------------------|-------------------|-----------------|
| • aber | • andererseits | • bestenfalls |
| • abermals | • anscheinend | • bestimmt |
| • allein | • auch | • bloß |
| • allem Anschein nach | • auffallend | • dabei |
| • allemal | • aufs Neue | • dadurch |
| • allenfalls | • augenscheinlich | • dafür |
| • allenthalben | • ausdrücklich | • dagegen |
| • allerallerdings | • ausgerechnet | • daher |
| • allerdings | • ausnahmslos | • damals |
| • allesamt | • außerdem | • danach |
| • allzu | • äußerst | • dann und wann |
| • also | • bei weitem | • demgegenüber |
| • an sich | • beinahe | • demgemäß |
| • andauernd | • bekanntlich | • demnach |
| • anderenfalls | • bereits | • denkbar |
| | • besonders | • denn |

- dennoch
- des Öfteren
- deshalb
- desungeachtet
- deswegen
- doch
- durchaus
- durchweg
- eben
- eigentlich
- ein bisschen
- ein wenig
- einerseits
- einfach
- einige
- einigermaßen
- einmal
- ergo
- erheblich
- etliche
- etwa
- etwas
- fast
- folgendermaßen
- folglich
- förmlich
- fortwährend
- fraglos
- freilich
- ganz
- ganz und gar
- gänzlich
- gar
- gelegentlich
- gemeinhin
- genau
- geradezu
- gewiss
- gewissermaßen
- glatt
- gleichsam
- gleichwohl
- glücklicherweise
- gottseidank
- größtenteils
- halt
- häufig
- hie und da
- hingegen
- hinlänglich
- höchst
- höchstens
- im Allgemeinen
- immer
- immerhin
- immerzu
- in der Tat
- in diesem Zusammenhang
- indessen
- infolgedessen
- insbesondere
- inzwischen
- irgend
- irgendein
- irgendjemand
- irgendwann
- irgendwie
- irgendwo
- ja
- je
- jedenfalls
- jedoch
- jemals
- kaum
- keinesfalls
- keineswegs
- längst
- lediglich
- leider
- letztlich
- manchmal
- mehr oder weniger
- mehrfach
- meines Erachtens
- meinerwegen
- meist
- meistens
- meistenteils
- mindestens
- mithin
- mitunter
- möglicherweise
- möglichst
- nämlich
- naturgemäß
- natürlich
- neuerdings
- neuerlich
- neulich
- nichtsdestoweniger
- nie
- niemals
- nun
- nur
- offenbar
- offenkundig
- offensichtlich
- oft
- ohne weiteres
- ohne Zweifel
- ohnedies
- partout
- plötzlich

- praktisch
- quasi
- recht
- reichlich
- reiflich
- relativ
- restlos
- richtiggehend
- rundheraus
- rundum
- samt und sonders
- sattsam
- schlicht
- schlichtweg
- schließlich
- schlussendlich
- schon
- sehr
- selbst
- selbstredend
- selbstverständlich
- selten
- seltsamerweise
- sicher
- sicherlich
- so
- sogar
- sonst
- sowieso
- sowohl als auch
- sozusagen
- stellenweise
- stets
- trotzdem
- überaus
- überdies
- überhaupt
- übrigens
- umständehalber
- unbedingt
- unerhört
- ungefähr
- ungemain
- ungewöhnlich
- ungleich
- unglücklicherweise
- unlängst
- unmaßgeblich
- unsagbar
- unsäglich
- unstreitig
- unzweifelhaft
- vergleichsweise
- vermutlich
- vielfach
- vielleicht
- voll
- voll und ganz
- vollends
- völlig
- vollkommen
- vollständig
- von neuem
- wahrscheinlich
- weidlich
- weitgehend
- wenigstens
- wieder
- wiederum
- wirklich
- wohl
- wohlgemerkt
- womöglich
- ziemlich
- zudem
- zugegeben
- zumeist
- zusehends
- zuweilen
- zweifellos
- zweifelsfrei
- zweifelsohne

Angesichts dieser schier endlos langen Liste an „gebrandmarkten“ Wörtern mag sich der Leser fragen, welche Optionen ihm überhaupt noch bleiben, wenn er einen vernünftigen Satz in deutscher Sprache formulieren will; hierzu zwei **Anmerkungen**:

(1) Die zusammengestellten Wörter **können geeignet** sein, wenn sie dazu beitragen, dass man einen Text leichter versteht, wenn sie bspw.

- einen **Gegensatz kennzeichnen** (z. B. aber, demgegenüber, dennoch, hingegen, jedoch),
- auf eine **ursächliche Folge** hinweisen (z. B. dadurch, daher, demnach, deshalb).

Sie sind jedoch **nicht geeignet** – zumindest aber **ehrer ungeeignet**, wenn man sie übermäßig häufig oder lediglich als Füllsel einsetzt (z. B. „Das Buch vom Kornmeier ist *aber* schlecht!“). **Faustregel**: Wer beim Redigieren möglichst viele Füllwörter streicht – vor allem dann, wenn ansonsten zwei dieser Wörter aufeinander folgen – ist auf einem guten Weg.

Füllwörter
streichen

(2) In der Zusammenstellung finden sich auch Wörter, die – wie *gar*, *glatt*, *einfach* und *natürlich* – im hier relevanten Kontext **nicht** als normale Adjektive zu verstehen sind (z. B. „Das ist ein *einfaches* Beispiel.“); vielmehr geht es um ihren **Missbrauch** als Flickwörter („Das ist *einfach* nur ein Beispiel.“).

Flickwörter

6.2.6.2 Nicht im Boulevardstil, nicht salopp

Drücken Sie das, was Sie sagen, beschreiben oder erklären wollen, möglichst **konkret** aus und schreiben Sie in einem **leserfreundlichen** Stil. Dies wird Ihnen allerdings nicht gelingen, wenn Sie im Boulevardstil, umgangssprachlich oder etwa plakativ formulieren.

Kein Stil à la BILD-Zeitung

Lassen Sie sich beim Schreiben Ihrer wissenschaftlichen Arbeit nicht von Überschriften und Ausdrücken aus Zeitungen und Zeitschriften anstecken. Dort liest man

- von der *Jahrhundertflut*,
- von der Steuerreform, die der Bundesregierung Milliarden *in die Kasse gespült* hat, oder
- vom Sturm, der die Bäume *wie Streichhölzer umgeknickt* hat.



Zeitschriften und Boulevardblätter verwenden diese und ähnliche Begriffe zwar häufig; dies ist aber kein Grund, sie ohne besonderen Anlass und kritiklos zu übernehmen. Denn Sätze und Überschriften à la BILD-Zeitung sind i. d. R. missverständlich, „verbraucht“ und außerdem viel zu reißerisch. In einer wissenschaftlichen Arbeit sind sie fehl am Platz. Auch Modewörter (z. B. hochkarätig, spektakulär, optimal) helfen Ihnen nicht weiter. Anbei einige Beispiele, denen Sie in Ihrer Arbeit NICHT nacheifern sollten (vgl. hierzu z. B. auch Distler 2007, S. 167 ff.).



- Auf den Internetzug aufspringen
- China: die verlängerte Werkbank Deutschlands
- Das Marktpotential ist noch lange nicht am Ende.
- Das unaufhaltsame Sterben der Kleinbäckereien
- Daten per Knopfdruck verarbeiten
- Denkbar einfach erschien die Möglichkeit, ...
- Der Kunde ist König!
- Die Gewinne der Unternehmen sprudeln wieder.
- Die Idee der Euromarke ist auf den ersten Blick einfach wie genial: Der Marketer ...
- Die Maßnahmen zur Reorganisation der Prozesse verschlingen hohe Kosten.
- Die Vorteile der sog. Euromarken scheinen in der Theorie über jeden Zweifel erhaben.
- Die Wichtigkeit des Marketingkonzeptes liegt auf der Hand: Nur wenn ...
- Die Banken beklagen drastische Kundenabwanderungen.
- Kundenfreundlichkeit wird großgeschrieben.
- Osteuropa liegt direkt vor unserer Haustür.
- Amerikanische Unternehmen heuern in Indien Personal an.
- Riesenmarkt China

Vermeiden Sie derartige Passagen: Sie sind weder originell noch anregend und haben überdies nur eine sehr geringe Aussagekraft.



Werfen Sie Floskeln in die Mülltonne!

Nichts ist langweiliger als ein ausgelutschtes Nimm-2-Bonbon. Die weiche Füllung ist raus und Vitamine sind auch keine mehr drin (wenn je welche drin waren). Wer in Schablonen schreibt, muss in

Kauf nehmen, dass seine Leser ebenso über die leer gedroschenen Phrasen rennen wie der Verfasser.

- Empfänge sind *eher* langweilig und die Angebetete, deren Eltern *stinkreich* sind, sieht immer *echt* gut aus – und *absolut unvergleichlich*.
- Bei Fußballspielen ist ein null zu null für die schwächere Mannschaft immer *schmeichelhaft* und ein Hattrick in einer Halbzeit *lupenrein*.
- Im Unfallbericht *rast* ein Auto in die Menschenmenge und stets sucht die Polizei *fieberhaft* nach Ganoven, die bei *stockfinsterer* Nacht eingebrochen sind und am Tatort *keinerlei* Spuren hinterlassen haben. Doch *schlussendlich* liegt der Kommissar mit seiner Vermutung dann doch *goldrichtig*, sodass er *last but not least* die Einbrecher schnappt.
- Teilnehmerzahlen *brechen alle Rekorde*, Kunden werden regelmäßig *übers Ohr gehauen* und Steuerzahler *zur Kasse gebeten*.
- Beschlüsse des Managements sind *unumstößlich* und erfolglose Manager *weg vom Fenster*.



Verzichten Sie auf derart abgewetzte Floskeln – auch wenn diese (bildhaften) Redewendungen mittlerweile literaturfähig geworden sind. Abschließend einige weitere Beispiele:

- am Puls der Zeit
- bitterer Ernst
- das bittere Ende
- die breite Masse
- die goldene Mitte
- grünes Licht
- in die Höhe schießen
- Nadel im Heuhaufen
- Spitze des Eisbergs



Schreiben Sie schlicht!

Erfinden Sie keine verquastenen Begriffe, z. B.

- Analyse durch Insider-Befragungen (gemeint ist: Analyse auf Basis einer Führungskräftebefragung),
- Datenschutzbedenken,
- Designerwartungen (gemeint ist: die Erwartungen der Kunden an das Produktdesign),
- Diabetesmanifestation (gemeint ist: „Diagnose Diabetes“),
- Doppelskala (Wie hat man sich eine solche Skala vorzustellen?),
- Erhebung der Online-Zufriedenheit (gemeint ist: Analyse der Zufriedenheit mithilfe einer online durchgeführten Befragung),



- Hyperwettbewerb,
- insulinisierte Therapien,
- intelligente Customer Relationship Managementlösungen (Haben Lösungen einen IQ? Wie wird dieser gemessen?),
- kompensatorischer Lösungsvorschlag,
- Konsumkarriere (gemeint ist: Veränderung der Bedürfnisse eines Konsumenten im Zeitverlauf),
- pragmatischer Nutzenvorteil,
- Telefonnachbearbeitungsphase (gemeint ist: die Nachbereitung der in einem „Callcenter“ geführten Telefongespräche),
- unhomogene Merkmale,
- unsignifikante Werte (gemeint ist: nicht signifikant),
- Verhaltensbarrieren,
- Wettbewerbskunden (gemeint: Kunden der Wettbewerber),
- Zufriedenheitstreiber.



Vermeiden Sie Schwulst!

Im Folgenden finden Sie eine klitzekleine Auswahl aus der riesengroßen Welt des Schwulstes – gerne genutzt in jeglicher Form von wissenschaftlicher Arbeit.

Beispiele

- (1) Positive Diskonfirmation wird durch herausragende Produkt-, Leistungs- und Begeisterungsqualität erreicht.
- (2) Die fokussierte Bindung bestehender Kunden bildet die Basis für weitere Maßnahmen.
- (3) Problematisch ist die (Nicht-)Authentizität der Ergebnisse bezüglich der Kundenzufriedenheit.
- (4) Da das Portal seit seinem Launch nicht grundlegend überarbeitet wurde und so mit Inhalten generisch anwuchs, ergeben sich einige Schwierigkeiten hinsichtlich Navigation und Strukturierung.
- (5) Es resultieren Inhomogenitäten und Widersprüche hinsichtlich der Schlussfolgerungen über die Erfolgsdeterminanten im Vergleich verschiedener Analysen.

(6) Eine Optimierung sollte jedoch hinsichtlich Gestaltung, Texting und Navigation durchgeführt werden, da in diesen Bereichen, unabhängig von der Studie, Mängel im Rahmen von Einzelinterviews mit Mitarbeitern aus der Fachabteilung und im Vergleich zu den allgemeinen Zufriedenheitsfaktoren im Onlinebereich aufgedeckt wurden.

Vorsicht bei Gewürzen!

Wer zum Lesen anregen will, kann grundsätzlich verschiedene Gewürze verwenden, z.B. Ironie, Über- und Untertreibung oder Wortspiele (z. B. Oxymoron). Jedoch: Bereits bei gewöhnlicher Prosa sollte man Textgewürze äußerst behutsam einstreuen (vgl. hierzu auch Schneider 2006, S. 267 f.); bei wissenschaftlichen Arbeiten ist der bedachtsame Umgang demzufolge noch viel wichtiger.

- Weil sie auf dem Spiel mit dem Gegenteil beruht („DaimlerChrysler, der erfolgreiche Zusammenschluss zweier Weltunternehmen.“), ist **Ironie** eine Quelle von Missverständnissen: Allzu häufig lässt sich dem Textzusammenhang nämlich nicht entnehmen, ob der Autor einen Satz ernst meint oder ironisch.
- Verzichten Sie auf das Stilmittel des **Oxymorons**, d. h. auf das Verbinden zweier sich widersprechender Begriffe (= Form des Paradoxons). Zu denken wäre an Ausdrücke wie kurzfristige Strategie, stark geschwächt, absolut vergleichbar, soziale Kälte, Nobelherberge, beredtes Schweigen, begeisterte Verzweiflung.

Am ehesten eignen sich derartige Stilmittel – wenn überhaupt – für die Einleitung: Indem Sie gezielt und kalkuliert gegen „eingerastete Erwartungen“ (Schneider 2006, S. 264) verstoßen, können Sie (möglicherweise) die Aufmerksamkeit Ihrer Leser gewinnen (bzw. aufrechterhalten). Vermutlich aber wird Ihnen dies weitaus besser gelingen, wenn Sie auf die in Kap. 5.2 skizzierten Optionen zurückgreifen (z. B. These / Antithese).

6.2.6.3 Der Kontext Ihrer Wörter ist wichtig

Die folgenden Beispiele dienen im Wesentlichen dazu, Ihren Blick für das korrekte Wort zu schärfen (vgl. z. B. Sick 2004).

- (1) Das Wort *beziehungsweise* (bzw.) wird häufig **falsch** verwendet. *Beziehungsweise* ist dann angebracht, wenn man sich auf **zwei Subs-**

Beziehungsweise



tantive bezieht, nicht aber, wenn man damit die Konjunktionen *und* oder *oder* ersetzen will.

Beispiel

„Singapur und Hongkong erwirtschafteten 2004 das größte Exportvolumen pro Kopf: 33.550 Euro bzw. 30.650 Euro.“

Häufig ist statt *beziehungsweise* auch *genauer gesagt* geeignet.

Beispiel

„Unternehmen betreten Auslandsmärkte vorzugsweise mit Strategien, die wenig Kapital binden, genauer gesagt per Export.“

*Dasselbe und
das Gleiche*

(2) *Dasselbe* und *das Gleiche* sind nicht dasselbe. Mit *der-*, *die-*, *dasselbe* drückt man aus, dass zwei Personen oder Dinge **identisch** sind; mit *der*, *die*, *das Gleiche* verdeutlicht man, dass sich zwei unterschiedliche Dinge (derselben Gattung) **gleichen**. Während also *der-*, *die-*, *dasselbe* die Sache **selbst** bezeichnet (und damit von **Identität** ausgeht), setzt *der*, *die*, *das Gleiche* lediglich voraus, dass eine Sache einer anderen **gleicht**.

Beispiele

1. „Die beiden Brüder hatten die gleiche Haarfarbe und liebten dieselbe Frau (nämlich die Paula M. aus Oldenburg).“
2. Die Außendienstmitarbeiter fahren denselben Firmenwagen (d. h. den einzigen im Fuhrpark vorhandenen Wagen). Aber: Die Außendienstmitarbeiter fahren den gleichen Firmenwagen (d. h. einen Wagen desselben Modells).

*Effektiv und
effizient*

(3) Auch *effektiv* und *effizient* haben eine **unterschiedliche** Bedeutung. Eine Maßnahme ist *effektiv* (wirksam, wirkungsvoll), wenn sie einen „Effekt erzielt“, d. h. etwas bewirkt. Je geringer der Aufwand ist, um diese Wirkung zu erreichen, desto *effizienter* (leistungsfähiger, wirtschaftlicher) ist die ergriffene Maßnahme. *Effektiv* bezieht sich also auf das **Ergebnis** („Hat die Maßnahme einen Effekt?“), *effizient* hingegen auf die **Art** der **Umsetzung** („Lohnt sich die Maßnahme?“).

Beispiele

- Skonto in Anspruch zu nehmen mag effektiv sein, weil man so ggf. eine kurzfristige Unterdeckung des Kontos – und damit einen Überziehungskredit – vermeidet; diese Vorgehensweise ist i. d. R. aber nicht effizient, weil es zumeist wesentlich günstigere Kredite gibt.
- Den gesamten Werbeetat eines Jahres zu einem Zeitpunkt auszugeben kann effektiv sein, wenn man die Werbewirkung schnell steigern will. Wenn aber die Werbewirkung über einen längeren Zeitraum (z. B. ein Jahr) anhalten soll, dann ist dieser Ansatz nicht effizient. In diesem Fall wäre es vermutlich effizienter, den Werbeetat auf verschiedene Zeitpunkte zu verteilen (= pulsierende Werbung).

6.2.6.4 Versenken Sie Wortdreimaster!

Im Zusammenhang mit Verben und Substantiven wurde bereits darauf hingewiesen: Für Ihre Argumentation brauchen Sie **keine imposanten** Wortungetüme. Vermeiden Sie Silbenschleppzüge, wie man sie in Bürokratenwörtern, Spreizvokabeln und abstrakten Oberbegriffen findet; denn ganz generell gilt: Wörter sind umso anschaulicher und leichter verständlich, je weniger Silben sie haben (vgl. Schneider 2006, S. 80). Verwenden Sie deshalb – falls Sie die Wahl haben – kurze, prägnante Begriffe.

Keine imposanten Wortungetüme

Beispiele

Schreiben Sie ...

... nicht

ansonsten

→

Ausgestaltung

→

Beantwortung

→

eine Vielzahl von

→

Grundbefindlichkeit

→

in ihrer Gesamtheit

→

in vollem Umfang

→

in Zusammenhang mit

→

keine Seltenheit

→

kritische Anmerkungen

→

Lichtzeichenanlage

→

... sondern

sonst

Gestaltung

Antwort

viele

Zustand

alle

ganz

beim

häufig

Kritik

Ampel

literarisches Werk	→	Buch
mit großer Sorgfalt	→	sorgfältig
positive Entwicklung	→	Steigerung
Postwertzeichen	→	Briefmarke
Problematik	→	Problem
Problemlösungsaktivitäten	→	Problem lösen
Räumlichkeit	→	Raum
strengstes Stillschweigen	→	schweigen
Thematik / Themenkomplex	→	Thema
Unterschiedlichkeit	→	Unterschied
Zielstellung / Zielsetzung	→	Ziel
zu einem späteren Zeitpunkt	→	später
zum wiederholten Mal	→	wieder



Pleonasmen

Beliebt sind auch **Pleonasmen**, wie *klammheimlich*, *stillschweigend*, *bereits schon*, *(höchst-)persönlich anwesend* oder *lohnenswert* (vgl. Sick 2007, S. 32 ff.; Sick 2004, S. 217 f.). Letzteres etwa ist die überflüssige Zusammensetzung aus „lohnend“ und „wert“. Ein vergleichbares Phänomen lässt sich bei *letztendlich* und *schlussendlich* beobachten, die beide auf das Wort *letztlich* zurückgehen. In einer wertvollen Wortschatzkiste sollte auch für *nichtsdestotrotz*, *nichtsdestoweniger* und *nichtsdestominder* kein Platz sein; sie stehen zwar seit einiger Zeit im Wörterbuch, sind aber umgangssprachlich. Die Begriffe *wenngleich*, *obwohl* und *trotzdem* sind kürzer, etabliert und drücken dasselbe aus (vgl. Sick 2004, S. 219). *Proaktiv* wiederum ist ein von der Werbung geprägtes Kunstwort, das nicht mehr aussagt, als dass jemand „sehr aktiv“ ist. Auch Wörter, die auf „-mäßig“ enden, sind nur „mäßig“ geeignet, z. B. *zahlenmäßig*, *umsatzmäßig*, *renditemäßig*.

Beispiel

Schreiben Sie nicht „Umsatzmäßig war die XY-AG 2007 sehr erfolgreich.“, sondern: „Im Jahr 2007 konnte die XY-AG ihren Umsatz auf 52,4 Mio. Euro steigern; dies entspricht einem Zuwachs von 24,2 % gegenüber dem Vorjahr.“ (vgl. XY-AG 2008, S. 45)

6.2.6.5 Ich, wir oder man?

Eine wissenschaftliche Arbeit ist i. d. R. die Leistung einer Person; diese verknüpft Gedanken anderer Autoren mit eigenen. Persönlich gewon-

nene Erkenntnisse sollen Sie keinesfalls „unter den Scheffel“ stellen, sondern klar hervorheben – nicht zuletzt durch die Gestaltung Ihrer Sätze (vgl. hierzu Kap. 6.3.1). Jedoch: Kennzeichnen Sie Ihre Überlegungen nur in Ausnahmefällen durch Konstruktionen wie *meines Erachtens* (oder *m. E.*), etwa dann, wenn Sie

- Ihre Meinung besonders **betonen** wollen oder
- vermitteln möchten, dass Ihre Position von der herrschenden Auffassung **abweicht**.

Bedenken Sie aber: Aussagen wie „Nach Auffassung/Meinung des Verfassers folgt daraus, dass ...“ können Zweifel an der Gültigkeit Ihrer Aussage schüren und u. U. Ihre Leser verunsichern. Wichtig ist deshalb, dass Sie Ihre **Position** gut **begründen**.

Während der Gebrauch von *m. E.* strittig ist, besteht bei folgendem Sachverhalt weitgehend Einigkeit: Vermeiden Sie Formulierungen in der 1. Person Singular oder Plural (z. B. „Ich meine“; „Wir sind der Auffassung“); dies wirkt aufgesetzt, auch aufdringlich, ja sogar peinlich. Auch das (anonyme) *man* („Wie man sieht“; „Man kann annehmen, dass ...“) sollten Sie eher selten verwenden.



6.2.6.6 Anthropomor... was?

In vielen Arbeiten findet man sog. **Anthropomorphismen**. Damit ist gemeint, dass menschliche Eigenschaften, Ziele und Verhaltensweisen (unzulässigerweise) auf die **nicht humane Umwelt** (z. B. Unternehmen, Tiere, Objekte) übertragen werden.

Anthropomorphismen

Beispiele

(1) In der Literatur versuchen verschiedene Modelle, die Entstehung von Kundenzufriedenheit zu erklären.

→ Nicht Modelle erklären etwas; vielmehr sind es Autoren bzw. Forscher, die mithilfe von Modellen einen Umstand zu erklären versuchen. So könnte man bspw. formulieren: „In der Literatur finden sich verschiedene Modelle, mit denen Wissenschaftler die Entstehung von Kundenzufriedenheit erklären.“

(2) Subjektive Messmethoden sind bspw. in der Lage, Kundenzufriedenheit zu erfassen.

→ „Mit subjektiven Messmethoden ist es möglich, Kundenzufriedenheit zu erfassen.“

(3) Die Telekom will in den USA investieren.

→ „Die“ Telekom ist eine juristische und keine natürliche Person; sie kann deshalb weder etwas sagen, noch in irgendeiner Weise handeln. Wer bei der Telekom ggf. agiert, sind das Management, der Aufsichtsrat, die Mitarbeiter oder bspw. der Betriebsrat.

6.3 Sätze

6.3.1 Generelle Hinweise zur Formulierung von Sätzen

Jeder Satz ist ein **Transportmittel**, mit dem Sie eine Aussage befördern: Sie beschreiben etwas Bestimmtes, erklären, prognostizieren, stellen infrage, leiten Konsequenzen ab, bieten Optionen an usw. Gießen Sie Ihre Gedanken dergestalt in Sätze, dass der Inhalt Ihrer Aussage auch tatsächlich **beim Empfänger** ankommt (vgl. hierzu auch Rossig/Prätsch 2006, S. 161 f. sowie S. 174 f.).



- (1) Fragen Sie sich bei jedem Satz: „Welche **Information** will ich dem Leser mitteilen?“
- (2) Streichen Sie ALLE Sätze (und Wörter) **ohne** wesentlichen Inhalt – und damit ohne wesentliche Funktion innerhalb Ihres Textes.
- (3) Konzentrieren Sie sich auf das **Wesentliche**. Auch in einer wissenschaftlichen Arbeit verlangt man von Ihnen keine übertriebene Genauigkeit.

Beispiel

Die Y-AG ist im Ausland tätig, genauer gesagt in mehreren europäischen Ländern. Das Unternehmen erzielte im Jahr 2006 in Frankreich einen Umsatz von 12,5 Mio. Euro, in Dänemark 2,4 Mio Euro und in Polen 1,6 Mio. Euro.

→ Zwei Angaben sind **überflüssig**:

1. Die Y-AG ist im Ausland tätig.
2. Die Y-AG ist in mehreren europäischen Ländern tätig.

Beide Informationen lassen sich nämlich aus dem darauf folgenden Satz erschließen. Nutzen Sie den so gewonnenen Raum und teilen Sie

dem Leser bspw. mit, wie **bedeutsam** diese drei Auslandsmärkte sind, z. B.: „2006 erzielte die Y-AG in Frankreich einen Umsatz von 12,5 Mio. Euro, was einem Anteil von 24,3 % am Gesamtumsatz entspricht. In Dänemark erwirtschaftete das Unternehmen 2,4 Mio Euro (= 4,7 %), in Polen 1,6 Mio. Euro (= 3,1 %).“

(4) Fassen Sie Ihre Aussagen und Gedanken in eine **gegenständliche** (konkrete) Sprache und schreiben Sie **abwechslungsreich** und **lebendig!** Nichts ist langweiliger, als wenn sich im immer gleichen Stil ein Satz an den anderen reiht. Irgendwann schläfern Sie damit selbst jene Leser ein, die Ihre „Abarbeitung“ des Themas gutwillig über sich ergehen lassen. Vermeiden Sie vor allem Sätze in „**Bürokrattendeutsch**“. Entsprechende Hinweise finden Sie in diesem Buch zur Genüge. Vielleicht noch ein letzter Tipp: Wann immer Sie das Wort *seitens* verwenden wollen, sollten Ihre Alarmglocken schrillen; in der Regel sind Sie dann nämlich dabei, einen ungenießbaren Satz zu formulieren, z. B.

- „Ausgangspunkt ist ein kognitiver Soll-Ist-Vergleich seitens des Kunden“
- „Eine Prüfung der Durchführbarkeitsstudie seitens des Diplomanden erfolgte ...“

Verzichten Sie auch auf hochtrabende, gestelzte Formulierungen und folgen Sie nicht der Vorgehensweise eines ehemaligen Studenten: In seiner Diplomarbeit wollte er der empirischen Analyse eine Hypothese „zuführen“.

Beispiel

„Im Folgenden soll Hypothese H_{02} ‚Männer und Frauen unterscheiden sich in ihrer Markenpräferenz nicht.‘ der empirischen Analyse zugeführt werden.“

→ Weniger gestelzt könnte der Satz so lauten: „Mithilfe der empirischen Daten ist Hypothese H_{02} zu prüfen: ‚Die Markenpräferenz von Männern und Frauen unterscheidet sich nicht.‘“

(5) Haben Sie Mut zu einem **eigenen Stil**. Trotz aller Einschränkungen und Hinweise, auf die Sie in diesem Buch stoßen, ist dies problemlos möglich.

*Gegenständliche
(konkrete)
Sprache*



(6) Sie sollen nicht kopieren, sondern etwas **Originäres** entwickeln, etwas das von Ihnen stammt – und sei es „lediglich“ die Kritik an einer Aussage. Leiern Sie deshalb nicht Satz für Satz ein Zitat nach dem anderen herunter (A sagte ..., B meinte ..., C erklärte ...). Nutzen Sie wörtliche Zitate **nur ausnahmsweise!** Sie sollen nicht nachplappern, sondern **kritisch** betrachten. **Verlieren Sie nicht Ihre Stimme**, wie Liane Borghardt dies einmal formulierte.

Betrachten wir ein Beispiel aus einer neulich verfassten Diplomarbeit. Darin schrieb eine Studentin Folgendes.

Beispiel

Nach Laux (2005, S. 1) und Zimmermann/Gutsche (1991, S. 6) bildet die Entscheidung als Bestandteil der Informationsverarbeitung die abschließende Selektion „einer von mehreren möglichen Handlungsalternativen“ (Laux 2005, S. 1) im Rahmen der Problemlösung.

Ein wörtliches Zitat einzubinden ist aus zwei Gründen nicht zweckmäßig:

1. Es ist – bei allem Respekt vor dem Autor (hier = Laux) – keinesfalls so einzigartig und perfekt, dass man es nicht besser formulieren könnte.
2. Das Zitat ist zu allem Übel auch sprachlogisch falsch: „Alternative“ meint die **einzig** bestehende andere Möglichkeit; d. h. „mehrere mögliche Handlungsalternativen“ gibt es **nicht!**

Außerdem hat sich die Autorin in einem Knäuel von Substantiven verfangen, weil sie sich nicht zugetraut hat, den in der Literatur häufig kompliziert dargestellten – aber letztlich trivialen – Zusammenhang in eigenen Worten zu erklären.

(7) Gestalten Sie Ihre Sätze so, dass jeder Leser Ihre Gedanken und Argumentationslinien verstehen kann. Formulieren Sie möglichst **präzise**. Alle Aussagen, die sich aus einem Satz, einem Absatz oder auch aus dem gesamten Text ergeben, müssen **logisch korrekt** und **nachvollziehbar** sein. Achten Sie vor allem darauf,

- dass Ihre Aufzählungen **überschneidungsfrei** sind,
- dass sich Ihre Aussagen (z. B. in verschiedenen Absätzen) nicht **widersprechen**,



Formulieren
Sie möglichst
präzise

- dass Sie nicht dem Problem der **Scheinkorrelation** (vgl. hierzu Kap. 5.4.2.2) erliegen.

Prüfen Sie anschließend, ob sich die schriftlichen Formulierungen mit Ihren ursprünglichen Gedanken decken. Haben Sie Bedenken, dann suchen Sie so lange nach passenden Wörtern und Formulierungen, bis Sie dem geschriebenen Satz die von Ihnen beabsichtigte Aussage unmittelbar entnehmen können, d. h. ohne weiteres Nachdenken und Interpretieren. Wird dies auch dem Gutachter und den ggf. fachfremden Lesern gelingen?

Vermeiden Sie **tautologische Aussagen**, die ausschließlich durch den Zusammenhang zwischen den Begriffen gekennzeichnet sind und keine (empirische) Substanz besitzen. Anbei finden Sie beispielhaft Tautologien, wie man sie in Arbeiten von Studierenden lesen kann – aber nicht nur dort: Eines der folgenden „Prachtexemplare“ stammt aus einem Buch zum Thema „Wissenschaftliche Arbeiten“.

Vermeiden Sie tautologische Aussagen

Beispiele

1. „Die im Jahr 2000 durchgeführten Transaktionswerte waren sehr hoch, was das damals hohe Transaktionsvolumen erklärt.“
2. „Um Kulturdifferenzen erkennen zu können, sollte bereits vor der Verschmelzung der beiden Unternehmen eine Kulturanalyse durchgeführt werden.“
3. „Gruppenarbeiten sind meist zugelassen, um Teamarbeit zu fördern.“ (wer „Team“ eindeutscht, kommt zu folgender „Erkenntnis“: „Gruppenarbeiten sind meist zugelassen, um Gruppenarbeit zu fördern.“ – Respekt!)

(8) **Pseudoargumente** sind in wissenschaftlichen Arbeiten ungeeignet, z. B.

- „Daraus folgt natürlich, dass ...“
- „Es ist offenkundig, dass ...“
- „Wie leicht / unmittelbar ersichtlich, ...“
- „Es muss nicht näher ausgeführt werden, dass ...“
- „Daraus folgt selbstverständlich, dass ...“



Streichen Sie derartige Wörter und Phrasen, die letztlich nur Ausdruck sprachlicher **Unbeholfenheit** sind, aus Ihrem Wortschatz, zumindest aus jenem, aus welchem Sie für Ihre schriftliche Arbeit schöpfen. Überarbeiten Sie Ihre Argumentationslinie so lange, bis der Inhalt tatsächlich *offenkundig* bzw. *leicht ersichtlich* ist – oder anders formuliert: Überlassen Sie es Ihren Lesern, ob diese den Inhalt Ihres Textes als *selbstverständlich* erachten.

(9) Wer eine **Aussage** treffen, **Argumente** darlegen bzw. eine **Position** beziehen will, kann u. a. auf folgende Formulierungen zurückgreifen:

- „Da A ... und weil B ..., lässt sich folgern, dass ...“.
- „Vor dem Hintergrund der hier dargelegten Befunde ist anzunehmen / zu vermuten, dass ...“.
- „Daraus lässt sich ableiten, dass ...“.
- „Daraus ergibt sich, dass ...“.
- „Hierzu ist festzuhalten, dass ...“.
- „Diesem Argument ist insoweit zu widersprechen, als ...“.
- „Den genannten Argumenten ist hinzuzufügen, dass ...“.
- „Hingegen ist in Frage zu stellen, ob ...“.
- „Angesichts der aufgeführten / diskutierten Vorteile ist anzunehmen, dass ...“.
- „Offen bleibt allerdings, ob ...“.
- „Fast man die vorliegenden Befunde zusammen, so liegt es nahe, dass ...“.

(10) Inhaltliche oder funktionale **Beziehungen** zwischen Äußerungen können Sie mit sog. **Operatoren** herstellen, z. B.

Operatoren

- Bedingung (z. B. außer, es sei denn),
- Begründung (z. B. da, weil),
- Ergänzung (z. B. außerdem, darüber hinaus, ferner, überdies),
- Erklärung / Präzisierung / Verdeutlichung (z. B. genau genommen, streng genommen, das heißt),
- Folgerung (z. B. deshalb, darum, folglich),
- Gegensatz (z. B. dennoch, trotzdem, im Gegenteil),
- Gegenüberstellung (z. B. einerseits ... andererseits),
- Konkretisierung / Spezifizierung / Exemplifizierung (z. B. beispielsweise, etwa, konkret, näher betrachtet, zum Beispiel),

- Paraphrase (z. B. anders ausgedrückt, anders formuliert, mit anderen Worten),
- Steigerung (z. B. vielmehr, mehr noch),
- Übersetzung (z. B. zu Deutsch, mathematisch formuliert, technisch ausgedrückt),
- Verallgemeinerung (z. B. allgemeiner, ganz generell, prinzipiell, grundsätzlich),
- Zusammenfassung (z. B. somit, mithin, zusammengefasst).

6.3.2 In der Kürze liegt die Würze!

Bandwurmsätze sind (ebenso wie Bandwurmwörter) für deutschsprachige Arbeiten durchaus charakteristisch; dies macht sie aber dennoch nicht zum Stilmittel erster Wahl. Im Gegenteil: Wer übermäßig lange Sätze schreibt, verlagert die Aufgabe, zwischen Wichtigem und weniger Wichtigem zu differenzieren, auf den Leser. Erledigen SIE diese Aufgabe und formulieren Sie Ihre Sätze so, dass keiner sie zweimal lesen muss, wenn er die korrekte Bedeutung erfassen will.

Kurze Sätze sind im Allgemeinen leichter **verständlich** und besser zu lesen als lange. Wann aber ist ein Satz zu lang? Die Meinungen über die **Höchstlänge** gehen auseinander. So argumentieren manche, dass Satzteile, die logisch, psychologisch und „lesetechnisch“ zusammengehören, nicht weiter als sechs Wörter (bzw. zwölf Silben) auseinanderstehen dürften; denn die Zeitspanne, die Leser als Einheit erfassen und überbrücken können, wird durch das **Kurzzeitgedächtnis** beeinflusst, welches lediglich etwa drei Sekunden beträgt. Institutionen, die mit Sätzen und Texten ihr Geld verdienen (z. B. dpa), haben die Obergrenze des Erwünschten auf 20 Wörter fixiert, die des Erlaubten auf 30 (vgl. Abb. 45). Wer Sätze mit deutlich mehr als 20 Wörtern bildet, überfordert viele Leser und stiehlt ihnen die Zeit, wie Thomas Goll dies einmal formulierte.



Abb. 45: Zahl der Wörter je Satz in verschiedenen Informationsquellen

Art der Informationsquelle	Zahl der Wörter (= Satzlänge)
Deutsche Presse-Agentur (dpa)	
• Optimale Verständlichkeit (Obergrenze)	9
• Erwünscht (Obergrenze)	20
• Länge des 1. Satzes (Durchschnitt)	23
• Erlaubt (Obergrenze)	30
Duden-Stilfibel (W. Seibicke)	
• Empfohlene Satzlänge (Durchschnitt)	10 bis 15
Westdeutsche Allgemeine	
• Leicht verständlich (Obergrenze)	18
BILD-Zeitung	
• Länge eines Satzes (Durchschnitt)	12 (7 % der Sätze haben vier Wörter oder weniger)
Gesprochene Texte	
• Obergrenze	7 bis 14

Quelle: Schneider (2006, S. 198); modifiziert.

Sprach- rhythmus

Allerdings: Kurze Sätze wirken wie ein Stakkato. Punkte unterbrechen die Gedankenführung. Dies ist nicht attraktiv. Es schläfert ein. Der Text wirkt hölzern. Er ist trocken. Sie sehen an diesem kurzen Beispiel, dass auch die Regel „Kurze Sätze bevorzugen“ nicht als Dogma zu verstehen ist. Die Mischung macht's: Der Erfolg liegt im richtigen **Sprachrhythmus**, im lebhaften Wechsel von kürzeren und mäßig langen Sätzen. Überdies können Sie auf zahlreiche Konjunktionen zurückgreifen, um Sätze und Absätze angemessen zu verbinden. Sie erleichtern damit Lesefluss und Nachvollziehbarkeit Ihrer Gedanken(-ketten). Neben *und* und *oder* sind dies qualifizierende Formulierungen wie *ebenso*, *daraus folgt*, *deshalb*, *ähnlich* oder *vergleichbar*.

Kurze Sätze eignen sich vor allem für den Einstieg in eine Arbeit: Sie erzeugen damit einfacher Spannung und können das Interesse des Lesers für Ihren Beitrag wecken. Indem Sie alles Überflüssige beseitigt haben, zeigen Sie mit kurzen Sätzen außerdem, dass Sie sich Gedanken gemacht und den Kern Ihres Themas erfasst haben.

6.3.3 Keine „russischen Puppen“!

Konstruieren Sie keine „russischen Puppen“, indem Sie einen Relativsatz in einen anderen einbauen. **Schachtelsätze**, an deren Satzende sich die Prädikate stauen, sind häufig mehrdeutig. Mehr noch: Wer seinen Text mit Einschüben und Nebensätzen spickt, verscheucht seine Leser, weil sie jeden Satz **mehrmals** lesen müssen. Außerdem geht häufig wichtige Information **verloren**; denn je länger der Nebensatz, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass der Leser den Gedanken des Hauptsatzes vergisst.

Wer indes meint, das mit Schachtelsätzen einhergehende Verständnisproblem lösen zu können, indem er auf

- Partizipialkonstruktionen,
- Nominalgruppen oder
- Einschübe

ausweicht, ist auf dem Holzweg; die eigentliche Herausforderung, seine Aussagen **verständlich** zu transportieren, bewältigt er damit nicht.

Verschachtelte Konstruktionen lassen sich zumeist mit wenig Aufwand in kurze, kompakte, leicht verständliche Sätze wandeln. Verteilen Sie wesentliche Aussagen auf mehrere Sätze:

- **grundlegende** Gedanken stehen in (selbstständigen) Hauptsätzen,
- **zusätzliche** Information hingegen in einfachen Nebensätzen.

Da bereits ein einfacher Zwischensatz, den man in der gesprochenen Sprache übrigens sehr selten verwendet, die Aussage des Hauptsatzes unterbricht, ist es gewöhnlich besser, statt eines einzigen Satzes mit einem oder mehreren Einschüben zwei oder mehrere zu bilden. **MERKEN SIE WAS?** Nein, dann lesen Sie den folgenden Kasten.

In der gesprochenen Sprache verwendet man selbst einen einfachen Zwischensatz sehr selten, da er den Gedanken des Hauptsatzes unterbricht. Deshalb ist es gewöhnlich besser, statt eines einzigen Satzes mit einem oder mehreren Einschüben zwei oder mehrere zu bilden.



6.3.4 Achten Sie auf den Satzbau!

Ganz generell gilt: Wer prüfen will, ob sein Text fließt oder rumpelt, sollte ihn **laut** lesen. Wer danach keine **Sprachmelodie** erkennen kann oder ständig über seine Textbausteine purzelt, sollte nochmals ans Werk gehen – bis es fließt. Im Folgenden finden Sie einige Regeln und Hinweise für den Satzbau.

(1) Schreiben Sie **einfach** – und damit leicht verständlich. Ein typischer deutscher **Satz** besteht aus Subjekt, Prädikat und Objekt:

Frau Mayer (= Subjekt) mag (= Prädikat) Kirschen (= Objekt).

Allerdings: Vermeiden Sie auch beim Satzbau einen monotonen, langweiligen Stil (vgl. Schneider 2007, S. 107 ff.). Prinzipiell gilt zwar, dass Subjekt und Prädikat möglichst am Anfang stehen; da Ihnen aber ein klares Satzbaumodell wenig nützt, wenn es sich ständig wiederholt, sollten Sie bspw. zwei aufeinander folgende Sätze eher **nicht** mit dem Subjekt beginnen, drei Sätze **nie**. Oder finden Sie folgendes Beispiel anregend?

„Die X-AG konnte 2009 keine neuen Kunden gewinnen. Bestehende Kunden wanderten zur Konkurrenz ab. Diese konnte somit Marktanteile der X-AG gewinnen. Deren Anteile schrumpfen seither kontinuierlich. Die X-AG läuft nun Gefahr, Verluste zu machen.“

Sie sehen: **Lesefluss** bedarf der **Abwechslung**; hier einige Möglichkeiten, wie dies gelingen kann (vgl. Schneider o. J., S. 1 f.): Beginnen Sie den Satz ...

a) ... mit einer **Umstandsangabe** (Adverbiale).

Beispiele

- Umstandsangabe der **Zeit** (wann? wie lange?):
„Im Jahr 2009 sank der Marktanteil der X-AG von 5,1 % auf 4,8 %.“
- Umstandsangabe des **Ortes** (wo? woher? wohin?):
„In Deutschland sank der Marktanteil der X-AG 2009 von 5,1 % auf 4,8 %.“
- Umstandsangabe der **Art und Weise** (wie? wie sehr?):
„Erfolglos war die X-AG nur in Deutschland; dort sank der Marktanteil 2009 von 5,1 % auf 4,8 %.“



- Umstandsangabe der **Bedingung** (in welchem Falle? unter welchen Bedingungen?):
„Bei weniger großem Wettbewerbsdruck wäre der Marktanteil der X-AG 2009 wahrscheinlich nicht gesunken.“
- Umstandsangabe der **Einräumung** (trotz welcher Tatsache?):
„Trotz zweier Betriebsneuheiten sank der Marktanteil der X-AG 2009 von 5,1 % auf 4,8 %.“
- Umstandsangabe der **Folge** (mit welcher Folge/Wirkung?):
„Mit einem Verlust von 2,3 Mio. Euro endete das Auslandsengagement der X-AG, die 2008 den südafrikanischen Markt ohne konkretes Marketingkonzept betrat.“
- Umstandsangabe des **Grundes** (warum? weshalb?):
„Aus Sorge um ihre Mitarbeiter suchen die Inhaber von Familienbetrieben häufig nach anderen Lösungen als Entlassungen.“
- Umstandsangabe des **Mittels** (womit? wodurch?):
„Mit dem zusätzlich gewährten Kredit in Höhe von 100.000 Euro konnte das Unternehmen seine offenen Rechnungen begleichen.“
- Umstandsangabe des **Zwecks**/der **Absicht** (wozu?):
„Zur Akquisition neuer Kunden bedarf es mehr als nur der Einführung neuer Produkte.“

b) ... mit einem **Adverb**.

Beispiele

- Andernfalls muss die X-AG Konkurs anmelden.
- Schlimmstenfalls droht der Bankrott.

c) ... mit einem **vorangestellten Nebensatz** – falls er **relativ kurz** ist (6 bis 7 Wörter).

Beispiele

- „Ob das Unternehmen den Verlust kompensieren kann, ist auf Basis der verfügbaren Erkenntnisse fraglich.“
- „Welche Strategie das Unternehmen einführen sollte, lässt sich erst nach der Kundenbefragung festlegen.“

d) ... mit dem **Verb** (allerdings nur ausnahmsweise).

Beispiele

- „Beantworten lässt sich diese Frage erst nach der primärstatistischen Erhebung.“
- „Belegen kann man diese Aussage anhand zahlreicher empirischer Befunde: ...“

e) ... mit dem **Objekt** – aber nur dann, wenn diese ungewöhnliche Wortstellung sinnvoll ist UND eine **Deklinationsform** zur Verfügung steht, die das Objekt als solches **kennzeichnet**.

Beispiel

„Den Letzten beißen die Hunde.“

Falls die zuletzt genannte Voraussetzung nicht erfüllt ist, entsteht Verwirrung („Die Letzten beißen die Hunde.“ → Wer beißt wen?)

(2) **Hauptsachen** gehören in Hauptsätze.

(3) Nebensätze sollten Sie dann **vermeiden**, wenn sie

- die Hauptsache transportieren,
- eine Handlung tragen,
- eine zweite Hauptsache verstecken,
- einen Fremdkörper einschieben.

(4) Vermeiden Sie **Einschübe** (z. B. „Das Unternehmen musste, da es seine Rechnungen nicht mehr begleichen konnte, Konkurs anmelden.“). Besser ist es im Allgemeinen, einen Nebensatz anzuhängen (z. B. „Das Unternehmen musste Konkurs anmelden, da es seine Rechnungen nicht mehr begleichen konnte.“). Wer den Satzbau variantenreicher gestalten will, kann Nebensätze gelegentlich voranstellen (z. B. „Da es seine Rechnungen nicht mehr begleichen konnte, musste das Unternehmen Konkurs anmelden.“).

(5) Achten Sie bei der Satzkonstruktion darauf, dass sich die **Bezüge** (z. B. „diese“, „deren“, „die“) **eindeutig** auf ein vorangestelltes Nomen beziehen. Fehler können Sie vermeiden, indem Sie Ihre Formulierungen mit den sog. W-Fragen prüfen: Wer macht was, wie, wo, warum?

Beispiel

„Unternehmen beschäftigen immer häufiger Mitarbeiter von Zeitarbeitsfirmen, die dadurch wesentlich wohlhabender geworden sind.“

→ Worauf bezieht sich „die“? Zeitarbeitsfirmen? Mitarbeiter? Unternehmen?

6.3.5 Zeichnen Sie (Sprach-)Bilder!

Wer konkret schreiben will, kann und sollte in seinen Texten auch (Sprach-) Bilder zeichnen. Diese sind tief in unserem „kollektiven Unterbewusstsein“ verankert und haben deshalb viel Bedeutungskraft. Allerdings erfüllen sie nur dann ihren Zweck, wenn sie in ihren Sprachkontext **korrekt eingearbeitet** werden.

Bedeutungskraft



- In einer Diplomarbeit stand: „Gelingt der Spagat zwischen den hohen Ansprüchen der Zielgruppe, den Gegebenheiten aus dem Marktumfeld und der Qualität der Kundenbindungsmaßnahmen, dann kann ...“. Mit dem Bild des Spagats beschreibt man bisweilen den Versuch, zwei Ziele, die eigentlich unvereinbar sind, dennoch gleichzeitig zu erreichen. Schwer vorstellbar ist allerdings, wie ein Spagat auf drei Feldern zugleich gelingen soll (jedenfalls käme dies einem anatomischen Wunder gleich).
- Hier ein Beispiel aus einer jüngst verfassten Studienarbeit: „Der Übergang zwischen den Phasen ist nicht trennscharf.“ → Kann ein Übergang „trennscharf“ sein?
- Wer sich vor einer Flut schützen will, muss einen Damm bauen. Deshalb sollte man eine „Flut von Spam-Mails“ nicht „vermeiden“ oder „begrenzen“, sondern eben „eindämmen“.
- In einem gut gemeinten Beitrag (zum Thema „Richtig schreiben“) stand: „Versuchen Sie, den Schatz an Verben, den die deutsche Sprache bietet, auszuschöpfen.“ Natürlich versteht man, was der Autor uns sagen will. Jedoch: Was macht man mit einem Schatz? Schöpft man ihn aus? Wohl kaum – man hebt ihn. Außerdem: Kann die deutsche Sprache einen Schatz „bieten“? Formulieren wir also den Satz einfach wie folgt: „Versuchen Sie, den Schatz an Verben in der deutschen Sprache zu heben.“ oder aber: „Schöpfen Sie das Potential aus, das die Verben in der deutschen Sprache bieten.“
- In einer Wirtschaftszeitung war zu lesen: „Außerdem will Obermann die Synergien heben, ...“. Kann man „Synergien heben“? Sy-

nergien mögen zwar ein wertvoller Schatz sein (den man heben kann), sie selbst kann man aber allenfalls „nutzen“. Denkbar wäre auch, „von Synergien zu profitieren“.

6.3.6 Redewendungen sollten Sie korrekt aufs „Trapez“ bringen!



Redewendungen – in einen falschen Kontext gestellt – können ihre Kraft nicht entfalten (vgl. hierzu z. B. Sick 2004, S. 39 ff.). Wer etwa „Morgenluft wittert“ wie Hamlet, der sieht keine Chance für ein Comeback, sondern weiß vielmehr, dass es höchste Zeit ist zu verschwinden.

Redewendungen – gedankenlos eingesetzt oder nach Belieben durcheinandergewürfelt – sind wenig effektiv (vgl. Sick 2005, S. 189 ff.). Lassen Sie also nichts „unter den Teppich fallen“ und auch nicht „alle viere gerade sein“. Auch sollten sich Ereignisse nicht „wie ein rotes Tuch“ durch die Geschichte ziehen. In wissenschaftlichen Arbeiten findet man sehr häufig die „Mund-zu-Mund-Propaganda“, wobei man sich als Leser fragt, ob diese Form der Kommunikationspolitik wirklich nützt. Vermutlich hat ein Kommunikator mehr Erfolg, wenn er nicht in den Mund, sondern ins Ohr spricht – und Mundpropaganda betreibt. Auch wird ein Thema nicht aufs „Trapez“ oder „Tablett“ gebracht, sondern auf das „Tapet“.



Achten Sie auch generell auf Ihre Formulierungen. So schrieb der Autor eines Werks zum wissenschaftlichen Schreiben, er wolle bei seinen Lesern „Nachdenken im täglichen Umgang mit der Sprache erzeugen“. Kann er das wirklich – *Nachdenken erzeugen*? Nein, das können nur Big Brother und – vielleicht – Uri Geller. Der Autor könnte aber seine hoffentlich zahlreichen Leser dazu *anregen*, über den korrekten Gebrauch ihrer Sprache nachzudenken.

6.3.7 War da was? Achten Sie auf Korrelationen!

Ist es Ihnen auch schon einmal so ergangen? Sie lesen einen Text und bleiben bei einem „zweitens“ oder bei einem „andererseits“ hängen. Ihr Blick wandert nochmals über das Gelesene, weil Sie vermuten, etwas Wichtiges übersehen zu haben. Sie scannen also die letzten Passagen nach einem „erstens“ bzw. „einerseits“ und – werden nicht fündig. Ha! Da hat sich der Schreiber wohl einen Scherz erlaubt! Eher unwahrscheinlich, zumal bei einem wissenschaftlichen Text. Wahrscheinlicher ist, dass der Verfasser missachtet hat, dass es sich dabei um sog. **Korrelationen** handelt, d.h. um **grammatisch-logische** Wechselbeziehungen, die durch sog. Korrelate (z. B. einerseits, andererseits; entweder ... oder; nicht nur, sondern auch) hergestellt werden. Korrelationen sollen das Erfassen des Textes **erleichtern**; denn beim Lesen des „einerseits“ können wir uns bereits darauf vorbereiten, dass **zumindest ein Argument** folgen wird, welches dagegen spricht. Ein „erstens“ wiederum kündigt uns ganz nebenbei an, dass zumindest zwei Faktoren eine Rolle spielen. Hier einige der wichtigsten „Verbindungsstücke“:

- ebenso / in gleichem Maße ... wie (Bsp.: „Sie ist ebenso intelligent wie schön.“)
- einerseits, andererseits
- einesteils, anderenteils
- entweder [...] oder
- erstens, zweitens, drittens, ...
- halb, halb
- je, desto
- je, je
- nicht nur, sondern auch
- ob, ob
- sowohl [...] als auch
- teils, teils
- weder [...] noch
- zwar, aber
- zwar, doch

Grammatisch-logische Wechselbeziehungen



6.4 Den Teig immer mal wieder probieren: Überarbeiten und korrigieren Sie Ihren Text gewissenhaft!

6.4.1 Machen Sie Ihre Arbeit zu einem eigenständigen Werk!

Vollständigkeit / Geschlossenheit

Vollständigkeit / Geschlossenheit

Verfassen Sie Ihren Text so, dass jeder Leser Ihrer Argumentation **ohne weitere Hilfsmittel** uneingeschränkt folgen kann. Erläutern Sie alle Schritte, die zum Verständnis Ihrer Arbeit erforderlich sind. Ihre Ausführungen sollten so gut **verständlich** sein, dass Ihre Leser keinen Blick in Anlagen und Fußnoten werfen müssen. Anlagen haben **keine „Batch-Funktion“**: Auslagern, nur um Platz zu gewinnen, gilt nicht! In Anlagen präsentieren Sie ausschließlich jenes Material, das in Ihrem eigentlichen Text fehl am Platz ist, weil es Ihre Argumentation **nur mittelbar** unterstützt (z. B. den Fragebogen Ihrer empirischen Studie).

Genauigkeit

Genauigkeit

Grundsätzlich gilt: Beschreiben Sie so **genau** wie möglich. Mit Blick auf Umfang, Schwierigkeitsgrad bzw. Anspruchsniveau der verschiedenen Arten wissenschaftlicher Arbeiten (z. B. Seminar-, Studien-, Bachelor-, Masterarbeit) liegt es natürlich nahe, dass Sie jeweils einen anderen **Schwerpunkt** setzen bzw. das Thema Ihrer Arbeit in gewissem Maße eingrenzen. Ausflüchte, wie „Um den Rahmen der Arbeit nicht zu sprengen, ...“, sind allerdings **unzulässig**.

Bezug zum Thema

Bezug zum Thema

Wegen der begrenzten Seitenzahl sollte sich der Autor auch bei der Diskussion auf den entscheidenden Sachverhalt konzentrieren, diesen dann aber detailliert behandeln. Es verspricht also keinen Erfolg, eine Fülle von Gesichtspunkten in knapper Form anzusprechen, um diese dann im weiteren Verlauf nur oberflächlich zu diskutieren. Die Qualität einer Arbeit zeigt sich hauptsächlich darin, wie **tiefgründig**, **vielschichtig** und **umfassend** der Autor das aufgeworfene Forschungsproblem vorstellt, analysiert und bewertet. Verzichten Sie auf Ausflüge in (vermeintlich) interessante Randgebiete.

Tip: Indem Sie die **Harvard-Zitierweise** verwenden (statt Fußnoten), hindern Sie sich in gewisser Weise selbst daran, all das, was „ebenfalls irgendwie interessant ist“, in Fußnoten auszulagern.



6.4.2 Stehlen Sie Ihren Lesern nicht die Zeit!

Da der Seitenumfang häufig vorgeschrieben ist, stellt gerade auch die Fähigkeit, mit dem „knappen Gut“ Seitenzahl sinnvoll umzugehen und dieses nicht für Nebensächliches zu verschwenden, ein wesentliches **Bewertungskriterium** dar. Unzählige Male habe ich von Studierenden gehört: „Ich kann die vorgeschriebene Seitenzahl auf keinen Fall einhalten. Ich habe gekürzt, wo ich nur konnte. Mehr geht nicht.“ Mehr geht! Sie können jedes Thema als Dissertation, als Masterarbeit, als Bachelorarbeit, als Seminar- oder Studienarbeit oder auch nur als mehrzeiliges Statement verfassen. Es ist **Ihre Aufgabe** zum eigentlichen Kern Ihrer Forschungsfrage vorzudringen.

Zum eigentlichen Kern Ihrer Forschungsfrage vordringen

Werfen Sie **jeglichen Ballast** ab. Überarbeiten Sie den Inhalt Ihres Textes – und zwar mehrfach. Schreiben ist ein Prozess. Kein Satz, den Sie geschrieben haben, muss so bleiben. Im Gegenteil: Je öfter Sie Ihren Text lesen und überarbeiten, je mehr dringen Sie selbst in die Materie ein und desto kritischer wird Ihr Blick für das bereits Geschriebene. Meine Diplomarbeit (sie liegt schon einige Jahre zurück) musste ich von 100 auf 80 Seiten „zusammenstreichen“ – eine harte Arbeit, die sich jedoch ausgezahlt hat, weil Überflüssiges weggefallen ist: Absätze, Wörter, Satzteile, Sätze, Phrasen, Lieblingsfloskeln (wohl jeder Autor hat eine Vorliebe für bestimmte Begriffe).



Text lesen und überarbeiten

Stehlen Sie Ihren Lesern nicht die Zeit. Gehen Sie mit allen Buchstaben **sparsam** um und zwingen Sie niemanden dazu, mehr und länger zu lesen als erforderlich. Um es mit George Orwell zu sagen: Wenn es möglich ist, ein Wort zu streichen, dann streichen Sie es! Verzichten Sie aber nicht nur

- auf **unnötige Wörter** und **Silben**, sondern auch
- auf **überflüssige Sätze** und
- auf **entbehrliche Absätze**.

Hinweise auf „Einsparpotential“ finden Sie in diesem Buch zuhauf.

Einsparpotential

Schlüsselfragen

Vermeiden Sie **Geschwafel**, indem Sie fehlende Substanz mit dichtem Wortnebel verhängen. Zu den **Schlüsselfragen**, die helfen, Wichtiges von Unwichtigem zu trennen, gehören:

- Was trägt ein Satz bzw. Gedanke zur Bearbeitung des **Themas** bei?
- Dient er der Vertiefung, **Veranschaulichung** usw.?
- Bringt er meine **Argumentation** voran? Hilft er tatsächlich bei der Problemlösung? Inwiefern?
- Was kann ich **weglassen**?
- Was kann ich **einfacher** formulieren?
- Was kann ich **konkreter** ausdrücken?

Stellen Sie jeden Satz auf den Prüfstand. Wer sich diesem äußerst aufwendigen Prozess unterzieht, wird erkennen, dass der Text und die darin formulierten Aussagen mehr und mehr an **Prägnanz** gewinnen. Nehmen wir folgendes Beispiel aus einer älteren Diplomarbeit zum Thema „Kundenorientierung“.

**Beispiel**

„Für das Bestehen eines Unternehmens ist in der heutigen Wirtschaftslage, die durch Rezession und Globalisierung beherrscht wird, die Implementierung einer kundenorientierten Firmenphilosophie in deren bestehenden Grundsätze notwendig. Ein integratives Gesamtkonzept zur Durchsetzung von Kundenorientierung kann als entscheidender Erfolgsfaktor für die Positionierung am Markt angesehen werden.“

Seit dem Wiederaufbau der Wirtschaft nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges hat sich die wirtschaftliche Marktlage stark gewandelt. Von einer anfänglichen Produktionsorientierung der Unternehmen hat sich deren Einstellung von einer Verkaufs-, Markt- und Wettbewerbsorientierung hin zur Umfeldorientierung weiterentwickelt. Die Prognosen für dieses Jahrhundert deuten auf einen Hyperwettbewerb, der sich dabei vielschichtiger, aggressiver, schneller und komplexer gestalten wird.

In der in dieser Arbeit verwendeten Literatur wird auf die Chancen der Kundenorientierung als Marketingstrategie hingewiesen. Denn nicht nur die Marktorientierung, in der alle Kunden des gesamten Marktes inklusive aller anderen Marktteilnehmer wie beispielsweise Konkurrenten, Absatzmittler, Mitarbeiter oder Anteilseigner und Fremdkapitalgeber im Visier der Unterneh-

mensstrategien stehen, sondern die eigene Zielgruppe soll stärker in das Blickfeld des unternehmerischen Handelns gerückt werden, um sich von den Wettbewerbern abzugrenzen. Diese Kundenorientierung leistet durch ihre „dyadische Beziehung“, also dem permanenten Dialog zwischen Kunde und Unternehmen, einen direkten Informationsfluss, der eingesetzt werden kann, um das primäre Ziel der Erfüllung spezieller Kundennutzen und -erwartungen zu erreichen. Die somit erreichbare Kundennähe kann, falls optimiert umgesetzt, zu einer starken Kundenzufriedenheit und damit zu einer Bindung an das Unternehmen führen, was sich oftmals anhand steigender Umsatzzahlen beweisen lässt.“

Anmerkung:

Was hat uns der Verfasser dieser Zeilen mitgeteilt? Neben Plattitüden und nicht belegten/nicht erläuterten Behauptungen hat er uns lediglich mitgeteilt: „Kundenorientierung ist wichtig“. Wer würde dem widersprechen, möchte man ergänzen. Also: Was hat er uns mitgeteilt? Nichts. Er hat was geschrieben – und uns kostbare Lebenszeit geraubt.

Weitaus ergiebiger wäre es in dem soeben skizzierten Fall gewesen, wenn der Verfasser bspw. ausführlich die **Gründe** erläutert hätte, warum Kundenorientierung immer wichtiger wird und worin sich Kundenorientierung konkret manifestiert. Scheuen Sie sich folglich nicht, Ihren **Text** zu **ergänzen**, um einen bestimmten Vorgang oder Sachverhalt stärker zu betonen. Stellen Sie sich also auch die Frage: Wo ist **Ergänzungsbedarf**, damit der Text leichter verständlich wird?

Wichtig ist auch Folgendes:

(1) Verfrachten Sie Überflüssiges weder in Fußnoten noch in den Anhang. Langweilen und verwirren Sie Ihre Leser nicht mit solchen **Winkelzügen!**

(2) Korrigieren Sie Ihren Text **nicht** am Bildschirm. Drucken Sie ihn aus; denn nur wer seinen Text schwarz auf weiß vor sich liegen hat und damit die gesamte Arbeit überblicken kann, entdeckt Schwächen in Struktur, Argumentation oder etwa Rechtschreibung. Markieren Sie mit dem **Textmarker** und **überarbeiten** Sie mit dem Stift.



6.4.3 Lesen Sie den Inhalt Ihrer Arbeit laut vor!



Schneider (2006, S. 136 f.) hat äußerst anschaulich beschrieben, wie man beim Überarbeiten eines Textes vorgehen sollte: „Lies laut, was Du geschrieben hast. [...] Es ist überraschend heilsam, das Geschriebene dem Gehörtwerden auszusetzen: Kleine Unebenheiten, über die der schweigende Leser hinwegschuchte, erweisen sich als Stolpersteine; Füllwörter und ungewollte Wiederholungen stellen sich plötzlich borstig auf; bei hölzernem Rhythmus kracht es hörbar im Gebälk; und Sätze, die uns kurzatmig oder langatmig geraten sind, entlarvt unser keuchender Atem. Schreibe für die Ohren!“ Wer laut liest, entdeckt Rhythmusstörungen und kann sie beheben. Er wird dann darüber nachdenken,

- ob er *zum Beispiel, beispielsweise* oder *etwa* schreibt,
- ob er *auch, gleichfalls* oder *ebenfalls* verwendet,
- ob er *trotzdem* oder *gleichwohl* nutzt, *aber* oder *jedoch*, *meistens* oder *zumeist*, *oft* oder *häufig*, *verbrauchen* oder *konsumieren*.

Denn **abweichende Betonung** und **unterschiedliche Silbenzahl** bieten vielfältige Möglichkeiten zur rhythmischen Gestaltung des Textes (vgl. hierzu auch Schneider 2006, S. 233).

6.4.4 Machen Sie den „Muttitest“!

Ein wissenschaftlicher Text ist wie ein Baby, das man großzieht. Als Eltern eines solchen Wonneproppens gesteht man sich Erziehungsfehler natürlich nur ungern ein. Sie selbst sind **blind** für (offensichtliche) Fehler (z. B. Inhalt, Orthografie) und bevorzugte Formulierungen. Ab einer bestimmten Stufe lesen Sie Ihre Arbeit nicht mehr so gründlich wie jemand, der sich mit Ihrem Text erstmals auseinandersetzt. Außerdem sind Sie befangen: So manche Formulierung, die Sie „ziemlich gut“ finden, die Ihnen griffig erscheint oder ans Herz gewachsen ist, sorgt bei anderen für Verständnislosigkeit, Kopfschütteln oder Lachfalten.²

Wenn Sie wissen wollen, ob das, was Sie verfasst haben, auch verständlich ist, dann sollten Sie den „**Muttitest**“⁵ machen, wie einer

5 Alle Mütter dieser Erde mögen mir verzeihen; aber ich finde diesen Ausdruck einfach zu schön. Außerdem hat „Vati-“ oder „Vatertest“ eine ambivalente Konnotation.

Blind für Fehler
und bevorzugte
Formulierungen



meiner Kollegen einmal dazu sagte. Prüfen Sie, ob jene, die nicht Ihr spezifisches Fachwissen besitzen, Ihren Gedanken **folgen** können. Dieser Test bietet sich **bei jeder wissenschaftlichen Arbeit** an, gleichgültig ob in der Betriebswirtschaftslehre, Chemie, Biologie, Soziologie, Medizin oder etwa in der Physik. Denken Sie bspw. an Stephen William Hawking, den englischen Astrophysiker, dem es spielerisch gelingt, hochkomplexe Materie auch für „Otto-Normal-Leser“ verständlich darzustellen. Darin zeigt sich die wahre **Qualität** eines Wissenschaftlers. Hawking wird übrigens folgender Aphorismus zugeschrieben: „Jede mathematische Formel in einem Buch halbiert dessen Verkaufszahl.“ Da sich seine Bücher bestens verkaufen, dürfen Sie diesen Hinweis ruhig ernst nehmen.

Wenn Sie niemanden haben, der gegenlesen kann, dann denken Sie an den Gugelhupf. Den muss man ebenfalls eine Zeit lang stehen lassen. Auch **Nichtstun** kann mitunter dazu beitragen, dass sich was tut. Lassen Sie Ihren Text also einige Tage liegen, bevor Sie sich wieder ans Werk begeben! Das schärft Ihr Urteilsvermögen.

*Für „Otto-Normal-Leser“
verständlich
darstellen*

Dieses Dokument wurde mit IP-Adresse 141.35.40.39 aus dem Netz der USEB ULB Thüringen Jena am 12.12.2019 um 13:07 Uhr heruntergeladen. Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

7

Die Form wissenschaftlicher Arbeiten: Damit Ihr Gughupf wie ein echter Gughupf aussieht

7.1 Funktionen der Form

Bisweilen gewinnt man den Eindruck, dass einschlägige Werke vorzugsweise dann gelingen, wenn sie „formal in Ordnung“ sind, nicht zuletzt weil entsprechende Kriterien in manchen Büchern zum wissenschaftlichen Arbeiten vergleichsweise ausführlich dargestellt werden. Fraglos ist die Form ein wichtiger Bestandteil, zumal sich entsprechende Fehler weitaus leichter vermeiden lassen als inhaltliche und stilistische Missgriffe. Wer aber dieses Buch bis hierher sorgfältig gelesen hat, sollte festgestellt haben, dass die Auffassung „Form gut – alles gut“ an den **eigentlichen** Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit vorbeizieht; denn letztlich ist auch sie nur ein **Vehikel**, um dem Leser Informationen bzw. Aussagen nahezubringen.

*Form als
Vehikel*

Die Form hat im Wesentlichen **drei Funktionen**, die letztlich alle dazu beitragen, dass Leser den Inhalt Ihrer Studie **leichter erfassen**. Sie

- schafft **Ordnung**, z. B. durch Inhaltsverzeichnis, Kapitel, Absätze,
- transportiert **Information**, z. B. durch Hervorhebungen, Zusammenfassungen, Synopsen oder Abbildungen,
- **motiviert**; indem Sie die Arbeit ansprechend gestalten, gewinnen Sie die Leser für den Inhalt Ihres Werks: **Das Auge isst bekanntlich mit!**



*Funktionen der
Form*