



STAPFERHAUS  
LENZBURG

Medienarbeit im Kulturbereich  
Ein Angebot der Abteilung Kultur, BKS und des Stapferhauses Lenzburg

---

**Schrei ben nach dem Reden.**

oder

**Warum Schrei ben so viel  
mit Stricken zu tun hat.**

**Ei ne Annäherung an den guten Text**

### **Programm**

1. Was ist ein Text?
2. Was ist ein guter Text?
3. Was ist ein guter journalistischer Text?
4. Einige Tipps dazu
5. Ausprobieren.

Mit zwei Gedichten von Ernst Jandl.

## manchmal ich spüren

manchmal ich spüren  
einen sollten kommen  
und mir was schreiben  
auf den leeren Blatt  
weil ich nicht selber es können  
aber es kommen keinen  
der das an meiner statt  
tun tät  
das du schon selber machen müssen  
sagen in mir stimmen  
und ich fallen auf Bett hin  
oder ich sitzen vor schreibmaschin  
und lassen meinen Fingern  
bisschen klappern

ernst jandl

„**textum**“ (lat.) = Gewebe, Geflecht

Jeder Text ist ein Gewebe.  
Gewoben werden Buchstaben zu Wörtern,  
Wörter zu Sätzen,  
Sätze zu einem Text.

**Definition:**

„Texte sind komplexe, zusammenhängende Spracheinheiten mit kommunikativer Funktion“

(Schmitt, 1997)

**1.1. Die Funktionen von Texten**

Jeder Text hat mindestens eine Funktion:

- Festhalten und Weitergeben von Informationen (1.1.1)
- Mittel, um mit anderen zu kommunizieren (1.1.2)
- Mittel, um mit sich selber zu kommunizieren (1.1.3)

**1.1.1 Schreiben zum Festhalten und Weitergeben von Information**

- Gesetze - Verträge
- Reglemente - Erklärungen
- Wissensvermittlung - Verzeichnisse
- Nachrichten - Geschichtsschreibung
- Dissertationen - Gebrauchsanleitung
- etc.

**1.1.2 Schreiben als Mittel, um mit anderen zu kommunizieren**

- Geschichten - Brief
- SMS - Chatten
- Literatur - Werbung
- etc.

**1.1.3 Schreiben als Mittel der Selbsterfahrung**

- Tagebuch - Brief
- Literatur - Therapeutisches Schreiben
- Graffiti - Sich frei schreiben
- etc.

**Vorwarnung:**

Was in der Abteilung 1.1.3 entsteht, eignet sich nicht als journalistischer Text.

## 2 Was ist ein guter Text?

Ein guter Text ist ein Text, der beim Adressaten die vom Verfasser beabsichtigte Wirkung auslöst.

Damit dies geschehen kann, müssen die folgenden Bedingungen erfüllt sein:

1. Der Verfasser weiss, welche Wirkung sein Text idealerweise haben soll.
2. Der Verfasser kennt den Adressaten.
3. Der Verfasser kennt und versteht seinen „Stoff“.
4. Der Text ist für den Adressaten verständlich.
5. Die Form korrespondiert mit dem Inhalt und dem Leseumfeld des Adressaten.

### 2.1 Die beabsichtigte Wirkung

Wer nach aussen kommuniziert, sollte sich bewusst sein, was er/sie mit dem Text bewirken möchte:

Möchte ich die Leute unterhalten? Belehren? Ärgern? Oder sie einfach informieren? Möchte ich, dass die Leserinnen etwas Bestimmtes tun? Möchte ich mit meinem Text erreichen, dass die Vorstellung ausverkauft ist, die Vernissage das Thema im Dorf ist?

Was will ich mit meinem Text?

Erst wenn ich das weiss, kann ich mich ans Schreiben machen.

### 2.2 Der Adressat

An wen richtet sich mein Text?

An die Menschen im Dorf, denen Neorealismus eher fremd ist?

An die Literaturinteressierten im ganzen Kanton, die „intellektuell abgeholt“ werden wollen?

An jene, die alles schon wissen?

An jene, die noch gar nichts wissen?

Oder schreibe ich meinen Text für die Nörgler in der Kulturkommission, der ich auch angehöre?

Für wen ist mein Text bestimmt?

Erst wenn ich das weiss, kann ich mich ans Schreiben machen.

### 2.3 Die Sachkompetenz

Wer einen Text schreibt, sollte genau wissen, worüber er schreibt.

Habe ich verstanden, was ich da vom „transzendentalen Pragmatismus“ des Künstlers K. behaupte?

Darf man wirklich verbreiten, Sängerin D. sei „weltberühmt“?

Bürgt die Rezension des „Bülacher Tagblatts“, die ich zitiere, tatsächlich für hohe Qualität?

Was ist eigentlich eine „Hommage“?

Wovon handelt mein Text?

Erst wenn ich alles verstanden habe, kann ich mich ans Schreiben machen.

### 2.4 Die Verständlichkeit

Nur wenn der Text verständlich geschrieben ist, kann er verstanden werden.

Verständlich ist der Text,

- wenn er eine klare Struktur hat
- wenn er adressatenbezogen ist
- wenn die Sprache verständlich ist

## **25 Die Form**

Ich muss entscheiden, welche Form am Besten zu meinem Inhalt passt.

Welche Form passt zur Information der Bevölkerung in der Region über das Chorkonzert in der Pfarrkirche?

Ist es der Innere Monolog? Sind es Verse? Ein Interview? Ein persönlicher Brief? Ein Dialog? Oder die journalistische Form der Nachricht?

Von der Wahl der „richtigen“ Form hängt entscheidend ab, ob mein Text „funktioniert“ oder nicht.

### 3. Was ist ein guter journalistischer Text?

Das Rezept für gute Texte ist also ganz einfach:

Ich muss wissen:

**Für wen (Adressat) schreibe ich was (Inhalt), wie (Verständlichkeit), in welcher Form (Textsorte) und mit welchem Ziel (Wirkung)?**

Dieses Rezept gilt entsprechend auch für gute journalistische Texte.

Zu berücksichtigen gilt es jetzt nur noch einige spezifisch journalistische Kriterien.

- journalistische Formen
- verständliche Sprache

#### 3.1 Journalistische Formen

Wer für Medien schreibt, tut dies mit Vorteil in einer journalistischen Textsorte.

Die gängigsten journalistischen Textsorten sind die Nachricht, der Bericht, das Interview, die Reportage, der Kommentar, das Feature.<sup>1</sup>

Die *Nachricht* (der *Bericht*, wenn der Text ausführlicher ist), ist mit Abstand die häufigste journalistische Form. Presstexte sind nachrichtliche Texte.

Die Nachricht ist nicht chronologisch, sondern *hierarchisch* gegliedert:

Das Wichtigste kommt zuerst.

Die Elemente der Information werden in der Reihenfolge ihrer Bedeutung aufgeführt.

(Wenn ich den Absturz eines Flugzeuges zu melden habe, kann ich nicht mit dem Start des Flugzeugs beginnen.)

Die Nachricht beantwortet in der Regel die folgenden Fragen:

<b>Wer</b>	Der Männerchor Liederkrantz
<b>Was</b>	lädt die Bevölkerung ein zum gemeinsamen Singen
<b>Wann</b>	am Samstag, 8. April 2006
<b>Wo</b>	in der alten Turnhalle Güpfwil.
<b>Wie</b>	Es dirigiert Hans Huber, am Klavier begleitet Gertrud Gunz.
<b>Warum</b>	Der Männerchor sucht neue Mitglieder.

Die 6 „W's“ müssen nicht stur in dieser Reihenfolge abgearbeitet werden.

(Es könnte auch spannend sein, mit dem „Warum“ zu beginnen.)

Aus einzelnen „W's“ können ganze Abschnitte werden; manchmal sind einzelne „W's“ aber auch überflüssig.

Zur Nachricht gehört:

- ein informativer, griffiger, kurzer **Titel**
- ein kurzer **Vorspann** (Lead), der das Wesentliche in zwei kurzen Sätzen zusammenfasst; bei kurzen Texten kann der Vorspann auch weggelassen werden.
- Der **Lauftext** mit **Zwischentiteln** und **Abschnitten**

---

<sup>1</sup> Mehr über journalistische Formen findet sich bei:

Schlapp, Hermann: Einstieg in den Journalismus. Aarau. 2004

Schneider, Wolf / Raue, Paul-Josef: Das neue Handbuch des Journalismus. Hamburg. 2003.

### **3 2 Verständliche Sprache**

Tipps für eine bessere Verständlichkeit:<sup>2</sup>

#### **Kurze Wörter**

Kurze Wörter sind fast immer verständlicher und farbiger als lange Wörter:  
„leere Betten“ und nicht „Kapazitätsüberhänge im Beherbergungsgewerbe“

#### **Adjektive nur wenn unbedingt nötig**

Adjektive (das „Hinzugeworfene“) sind häufig unnötig:

- „Integrierter Bestandteil“
- „... erlag seinen schweren Verletzungen“
- „... im schulischen Bereich“
- „... grosse Katastrophe“

#### **Verben, Verben, Verben**

„Balken krachen,  
Pfeiler stürzen,  
Fenster klirren,  
Kinder jammern,  
Mütter irren.“ (Schiller)

Aber:

Keine Streckverben: „in Erwägung ziehen“

Keine Spreizverben: „bewerbstelligen“

#### **Aktiv statt Passiv**

##### **Konkret statt abstrakt**

Abstrakte Oberbegriffe ohne konkrete Einzelheiten sind möglichst zu vermeiden.

Also nicht einfach „Hund“, sondern „Labrador“; nicht „Grossvieheinheiten“, sondern „Rinder und Pferde“.

Nicht:

„Es besteht die Gefahr der Vermassung durch den Verstädterungsprozess mit allen seinen Gefahren vegetativer und emotionaler Fehlsteuerung und Fehlprägung.“

Sondern:

„Wer in der Grosstadt lebt, muss damit rechnen, dass er seinen persönlichen Charakter verliert, dass er krank und verrückt wird.“

#### **Vorsicht mit Fremdwörtern**

Fremdwörter nur wenn nötig.

#### **Vorsicht mit Synonymen**

Synonyme schaffen häufig Verwirrung, da sie nur selten wirklich die gleiche Bedeutung wie das Ursprungswort haben.

Also nicht ohne ersichtlichen Grund „Hund“ schreiben, dann „Vierbeiner“, dann „bester Freund des Menschen“, dann „Wauwau“, „Kläffer“, „Köter“.

#### **Kurze Sätze**

Die Sätze sind so kurz wie möglich und so lang als nötig.

Ideal: Wechsel von mässig kurzen und mässig langen Sätzen.

---

<sup>2</sup> Mehr zum Thema „Verständlichkeit“ findet sich bei:  
Schneider, Wolf: Deutsch für Profis. Hamburg. 2004

## **Hauptsache in den Hauptsatz**

### **Vorsicht auf Schachtelsätze**

„Denken Sie, wie schön der Krieger, der die Botschaft, die den Sieg, den die Athener bei Marathon, obwohl sie in der Minderheit waren, nach Athen, das in grosser Sorge, ob es die Perser nicht zerstören würden, schwebte, erfochten hatten, verkündete, brachte, starb!“

### **Vorsicht mit Metaphern**

Metaphern sind häufig überflüssig; schief angewendet zerstören sie den Text.

„Als er das Damoklesschwert im Nacken spürte, sprang er ins kalte Wasser.“

„Der Gipfel der Erniedrigung“

### **Aber:**

Das alles gilt grundsätzlich, aber nicht immer.

Jeder Tipp kann ins Gegenteil verkehrt werden, wenn ich es bewusst tue und erklären kann, warum ich es tue.

## 4. Einige Tipps für unterwegs

### Faustregel:

Die Zeit, die es dauert, bis ein fertiger Text entstanden ist, lässt sich wie folgt gliedern:

1/3 vor dem Schreiben

1/3 für das Schreiben

1/3 nach dem Schreiben

### 4.1 Vor dem Schreiben

- Beginnen Sie erst, wenn Sie alle Informationen beisammen haben. Werfen Sie sofort alles weg, was Sie nicht brauchen.
- Beginnen Sie erst, wenn Sie alles verstanden haben.
- Suchen Sie sich einen Adressaten, dem Sie ihre Geschichte erzählen werden.
- Rufen Sie eine Kurzfassung ihrer Geschichte in die Küche.
- Schreiben Sie jemandem ein E-Mail, in welchem Sie erklären, wovon Ihr Text handeln wird.
- Strukturieren Sie mit der „Fünf-Finger-Methode“: Welches sind die (höchstens) fünf wichtigen Aussagen - und in welcher Reihenfolge stehen sie. Verwenden Sie zum Aufzählen die Finger.
- Strukturieren Sie mit der „Zettel-Methode“: Schreiben Sie die (höchstens) fünf wichtigen Aussagen auf je einen Zettel und bringen Sie dann die Zettel in eine sinnvolle Reihenfolge - und schon ist die Struktur gefunden.
- Schreiben Sie sich frei - sieben Minuten freies Assoziieren machen den Kopf frei.

### 4.2 Wenn Sie am Schreiben sind

- Fangen Sie einfach an.
- Schreiben Sie so, wie wenn Sie nur für Ihren Adressaten schreiben würden.
- Kommen Sie gleich zur Sache. Häufig gewinnt der Text, wenn man am Schluss den ersten Abschnitt ersatzlos streicht.
- Verabschieden Sie sich vom Anspruch, „Literatur“ zu verfassen. Ein einfacher, verständlicher Text ist das Ziel.
- Und wenn's einfach nicht läuft? Text laut lesen und mündlich weiterführen. Oder Text in anderer Schrift und anderem Format wirken lassen. Oder von Hand weiter schreiben. Oder Text löschen und von vorne beginnen. Oder Text beiseite legen und ein Bier trinken gehen.<sup>3</sup>
- Hören Sie auf, wenn Sie fertig sind. Es geht um einen Presstext. Nicht um den Pulitzerpreis.

### 4.3 Nach dem Schreiben

- Lesen Sie den Text laut vor.
- Legen Sie den Text weg.
- Geben Sie den Text zum Gegenlesen - am besten ihrer Referenzperson.
- Hören Sie einfach zu, was die Referenzperson dazu sagt, verteidigen Sie sich nicht; der Leser hat immer Recht.
- Danach überarbeiten Sie den Text. Oder lassen ihn, wie er ist.
- Freuen Sie sich, dass Ihnen ein guter Text gelungen ist.

---

<sup>3</sup> Mehr über Schreibstrategien findet sich bei:  
Perrin, Daniel: Schreiben ohne Reibungsverlust. Zürich.1999.

## nichts und etwas

nichts im kopf  
setze ich mich  
an die maschine  
spanne ein blatt ein  
mit nichts drauf

mit etwas darauf  
ziehe das blatt ich  
aus der maschine  
und lese als text  
etwas aus meinem kopf

ernst jandl