

Nachrichten für Autoren

Aus der Redaktion

NEWSLETTER | AUSGABE II | NOVEMBER 2012

Editorial



Liebe Leserin,
lieber Leser,

kürzlich beschenkte die ZEIT ihre Leser mit einer Sonderbeilage des Schreibpapstes Wolf Schneider. Natürlich habe ich mir Schneiders Deutsch-Stilkunde angesehen.

Und dabei festgestellt: Ich kenne diese Regeln. Ich weiß, dass konkrete Wörter besser haften, wo man die zweite Hälfte des Verbs platziert und dass ich meinen Hang zu Adjektiven zügeln muss.

Trotzdem gibt es Tage, an denen sich Schreiben für mich anfühlt wie Schwimmen gegen den Strom. Weil ich ratlos bin, wie ich mein Thema aufziehen könnte. Weil mir die Idee für den Kapitelanfang fehlt. Oder weil ich nicht die Kurve zum nächsten Gedanken kriege.

In solchen Momenten zeigt sich: Schreiben braucht mehr als zwei Dutzend Stilregeln und ein Gefühl für Gedankenlogik. Es ist in vieler Hinsicht unberechenbar und erfordert doch, dass man weiß, was man tut und worauf man hinauswill.

Bei mir persönlich setzen Gummibären den Schreibfluss ziemlich zuverlässig in Gang – was keine Lösung ist, aber bei Terminnot ein Rettungsanker.

Sind Texte also Zufall? Ja und nein. Zufall ist, dass dieses Editorial mit Wolf Schneiders Stilregeln beginnt, weil mir sein Special in die Hände gefallen ist. Schreibmanagement ist, dass ich gelernt habe, zufällige Eindrücke als gedankliche Trigger in mein Schreiben zu integrieren.

Schreiben braucht somit beides: die kaum kalkulierbare Eingebung und den planbaren Prozess. Sie zu vereinen, dafür gibt es keinen Königsweg. Im Gegenteil: Jeder, der schreibt, pflegt andere Methoden und Marotten, um seine Gedanken und Ideen in Textform zu bringen.

In Ihrem neuen Newsletter geht es deshalb zur Abwechslung einmal – um Sie. Finden Sie heraus, welcher Schreibtyp Sie sind. Und holen Sie sich Impulse, wie Sie mit dem passenden Schreibmanagement dem Zufall höchstpersönlich auf die Sprünge helfen.

Herzlichst

Doris Märtin

Doris Märtin

In aller Kürze

WEKA MEDIA goes Facebook

Den Themen Umweltschutz, CE-Kennzeichnung, Elektrosicherheit und Management geht WEKA jetzt auch auf Facebook nach. Dort teasern wir einzelne Artikel an, reagieren auf aktuelle News und warten gespannt auf neue Besucher. Schauen Sie als Autorin oder Autor doch bei uns vorbei! Wir freuen uns über Ihre Anregungen und Ihr Feedback als „Status“, „Gefällt mir“ oder „Nachricht“.

Wir sind nur einen Mausklick weit entfernt:

- WEKA Umweltschutz
- WEKA CE-Kennzeichnung

Welcher Schreibtyp sind Sie?

In aller Kürze

1

WEKA MEDIA goes Facebook

Schwerpunkt

2

Ein guter Text ist kein Zufall	2
Goethe und sein Schreibmanagement	2
Der große Schreibtypen-Test	3
Typ D – Dominante Schreiber	5
Typ G – Gewissenhafte Schreiber	5
Typ I – Initiative Schreiber	6
Typ S – Stetige Schreiber	7

Gute Seiten

7

Das neue 1x1 der Persönlichkeit

Impressum

8

- Management-Praxis
- WEKA Elektrosicherheit
- Treffpunkt Betriebsrat

Oder sehen Sie, was die WEKA-Firmengruppe zu bieten hat:

- Foerderland.de
- WEKA-Verlagsgruppe



Schwerpunkt

Ein guter Text ist kein Zufall

Nicht nur was wir schreiben, auch wie wir dabei vorgehen, ist so individuell wie ein Fingerabdruck: Der eine schreibt wie im Rausch, die andere feilt an jedem Satz. Manche arbeiten mit einem durchdachten Konzept, andere lassen sich von ihren Gedanken treiben. Einige schreiben täglich ein festes Pensum, andere schwören, nur unter Druck Buchstaben aufs Papier bringen zu können.

Welche Vorlieben und Techniken Sie persönlich am effektivsten zum Ziel führen, ist Typsache. Doch eine Regel gilt für jeden Autor:

Vergessen Sie den großen Wurf

Es gibt ihn nicht. Zugegeben, eine stimmige Überschrift, eine Werbezeile oder ein lebendiger Anfang schleichen sich manchmal wie von selbst ins Gehirn. Man mäht den Rasen oder trainiert auf dem Laufband, und plötzlich sind sie da, die richtigen Worte, die man nicht besser hätte finden können, wenn man halbstundenlang am Schreibtisch gegoogelt, gekritzelt, gefeilt und gestrichen hätte.

Ein großes Schreibprojekt mit Dutzenden oder sogar Hunderten von Seiten ist dagegen, wie der Name es sagt, ein Projekt. Was das heißt, definiert Wikipedia:

Ein Projekt ist ein zielgerichtetes, einmaliges Vorhaben, das aus einem Satz von abgestimmten, gelenkten Tätigkeiten mit Anfangs- und Endtermin besteht und durchgeführt wird, um unter Berücksichtigung von Zwängen bezüglich Zeit und Ressourcen (zum Beispiel Geld bzw. Kosten, Produktions- und Arbeitsbedingungen, Personal) ein Ziel zu erreichen.

Endtermin, zielgerichtet, Zwänge – die Begriffe verdeutlichen: Wir

müssen wegkommen von der Vorstellung, beim Schreiben auf Spontaneingebungen oder einen guten Tag warten zu können. Genau wie jedes andere marktfähige Produkt lebt auch jedes WEKA-Manuskript von einem überlegt gemanagten Produktionsprozess.

Goethe und sein Schreibmanagement



Wussten Sie eigentlich? Goethe gestaltete seinen Schaffensprozess so preußisch-beamtig, wie es einem geheimen Legationsrat und Staatsminister im Weimarer Dienst gebührte. So schrieb er zu genau festgelegten Zeiten, erstellte vorab Schemata, nach denen er seine Werke ausführte, sammelte Material in großen Umschlägen (die er als Papiersäcke bezeichnete) und führte beim Mittagstisch regelmäßige Gespräche über seine Probleme mit der jeweiligen Arbeit.

Natürlich haben Goethes Faust und ein Standardwerk zum Gefahrguttransportrecht oder ein Crashkurs für Betriebsräte wenig miteinander gemeinsam. Doch ganz gleich, ob man große Literatur oder umfangreiche Fachtexte schreibt: Fast immer ist der Erfolg das Ergebnis einer klug abgestimmten Selbstorganisation.

Perfektionistisch oder kreativ – welcher Schreibtyp sind Sie?

Ein bewährter, fünfstufiger Plan der Textproduktion entstand bereits in der griechischen Antike:



1. Brüten

Lassen Sie das Thema auf sich wirken.

2. Gliedern

Spinnen Sie den roten Faden.

3. Schreiben

Bringen Sie Ihre Gedanken zu Papier – schnell und unzensiert.

4. Überarbeiten

Bringen Sie die Erstfassung in Form – stilbewusst und kritisch.

5. Korrigieren

Beheben Sie Rechtschreib- und Interpunktionsfehler.

Dieser lineare klassische Schreibprozess ist bis heute wichtig und nützlich. Ich persönlich finde ihn unverzichtbar. Es gibt aber Autoren, die gern assoziativer vorgehen. Denn Schreiben ist ja nicht nur eine Frage von Talent und Wissen. Es ist eine Frage der Persönlichkeit. Es hängt davon ab, wie Sie denken, planen und sich organisieren. Beim Schreiben und auch sonst im Leben.

Auf dem von William Marston entwickelten DISG-Persönlichkeitsmodell basiert der folgende Test. Er hilft Ihnen, Ihr Schreibmanagement besser zu verstehen, Erfolgsmuster und Vorlieben zu reflektieren, Stärken auszuspielen und individuelle Schwächen auszugleichen.



Der große Schreibtypen-Test:

Kreuzen Sie jeweils die Aussage an, die am meisten auf Sie zutrifft.

1 Mit welchem Fachwissen schreiben Sie?

- Ich könnte Bände über mein Thema schreiben. **I**
- Was ich nicht weiß, recherchiere ich dazu. **S**
- Ich kenne mich detailliert auf meinem Gebiet aus. **G**
- Ich habe einen guten Überblick über meine Themen und bin auf dem neuesten Stand. **D**

2 Lange, anspruchsvolle Texte schreiben sich nicht nebenbei. Wie organisieren Sie den Schreibprozess?

- Ich denke genau darüber nach, wie ich einen Text aufbaue, und brauche viel Zeit, ihn zu Papier zu bringen. **G**
- Ich arbeite eher chaotisch. Die besten Ideen kommen mir unter Druck. **I**
- Ich habe feste Schreibzeiten und arbeite nach einem Terminplan mit vielen Puffern, falls es mal nicht so läuft. **S**
- Wenn ich erst mal angefangen habe, schreibe ich auch lange Texte zügig und fokussiert. Einiges kann ich delegieren. **D**

3 Wie frei fließen Ihre Gedanken?

- Wenn es sein muss, haue ich einen Text spontan raus. Was nicht passt, biegt die Redaktion zu recht. **I**
- Es dauert lang, bis mir ein Satz oder Absatz gefällt. **G**
- Wenn sich der Schreibfluss einstellt, läuft es natürlich am besten. Ich komme aber auch ohne Flow zu brauchbaren Ergebnissen. **S**
- Ich schreibe schnell und gut. Fehlende Informationen ergänze ich später. **D**

4 Wie bringen Sie Ihr Thema in Struktur?

- Ich lasse mich von meinen Einfällen leiten und setze die verschiedenen Textteile später zusammen. **I**
- Ich gliedere das Thema und fange mit der Einleitung an. **G**
- Ich erarbeite die Struktur und beginne mit dem Kapitel, das mir am meisten liegt. **S**
- Ich plane die Grobstruktur im Kopf; die Gliederung der einzelnen Kapitel ergibt sich beim Schreiben. **D**

5 Mit welchem der folgenden Aussprüche können Sie sich am meisten identifizieren?

- „Je planmäßiger die Menschen vorgehen, desto wirksamer trifft sie der Zufall.“ Friedrich Dürrenmatt **S**
- „Das liebe ich am Schreiben: Cornelia ist mit einem Mal ganz viele.“ Cornelia Funke **I**
- „Der Einfall als Überfall ist mir unbekannt.“ Thomas Mann **G**
- „Man muss nicht in der Bratpfanne gelegen haben, um über ein Schnitzel zu schreiben.“ Maxim Gorki **D**

6 Was halten Sie von Stilregeln?

- Ich kann mich ausdrücken und schreibe von Haus aus stilistisch gut. **D**
- Stilregeln sind sicher nützlich, wenn jemandem das Schreiben schwerfällt. Bei mir engen sie die Kreativität aber eher ein. **I**
- Sie sind ein Teil des Handwerks. Vieles mache ich automatisch richtig. **S**
- Stilregeln erhöhen die Verständlichkeit. Sie lassen sich aber bei juristischen oder abstrakten Themen nicht immer eins zu eins umsetzen. **G**



7 „Und an die Leser denken“, heißt der Leitspruch von Focus-Gründer Helmut Markwort. Wie setzen Sie das Ziel „Leserfreundlichkeit“ um?

- Ich bin eine Kapazität auf meinem Gebiet. Meine Leser können deshalb sicher sein, alles Relevante zu erfahren. **D**
- Meine Themen sind sehr trocken und kompliziert; das ist für die Leser manchmal anstrengend. **G**
- Ich gebe meinen Lesern viele Arbeitshilfen, Tabellen und Checklisten an die Hand. **S**
- Am meisten Spaß macht es mir, meine Erfahrungen mitzuteilen und Infos zu visualisieren. **I**

8 „Warum schreibe ich?“ fragte sich Max Frisch. Und gab sich gleich selbst die Antwort: aus Freude, aus Spieltrieb, aus Lust. Und Sie? Warum sind Sie Autor bei WEKA? Das Honorar allein ist es wohl nicht ...

- Weil mich der Dialog mit Redaktion und Lesern auf neue Ideen bringt. **I**
- Weil ich dabei selbst viel lerne. **S**
- Weil ich etwas zu sagen habe und mir einen Namen machen will. **D**
- Weil WEKA für Nutzwert und fachliche Qualität steht. **G**

9 Hemingway hat seine Romane Dutzende Male überarbeitet. Wie halten Sie es mit dem Redigieren?

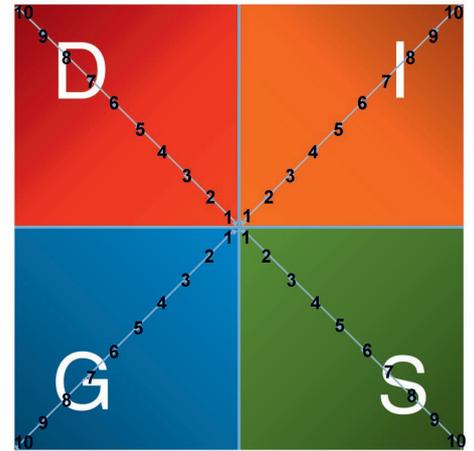
- Ich überarbeite meine Texte mehrmals. Wenn eine Passage gut ist, spüre ich es. **S**
- Ich habe viele interessante Textteile. Beim Überarbeiten kommt es darauf an, sie zu einem großen Ganzen zu formen. **I**
- Ich feile an jedem einzelnen Satz. Trotzdem klingen mir manche Passagen zu steif. **G**
- Ich schreibe konzentriert und auf den Punkt. Einmal durchlesen, mehr ist nicht nötig. **D**

10 Wenn Ihnen ein Text gut gelungen ist – welche der folgenden Adjektive beschreiben ihn dann am besten?

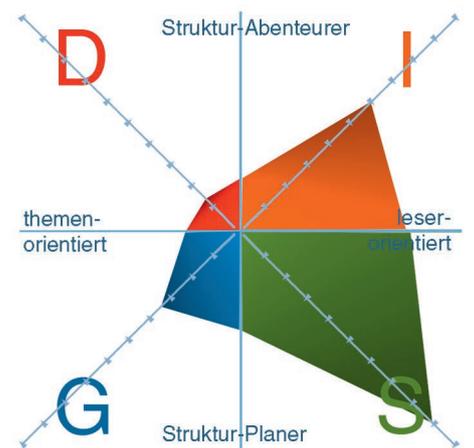
- strukturiert, detailgenau, korrekt **G**
- sachlich, professionell, auf den Punkt gebracht **D**
- griffig, interessant, unterhaltsam **I**
- nützlich, zugänglich, praxisnah **S**

So werten Sie den Test aus:

Addieren Sie, wie oft Sie jeden Buchstaben angekreuzt haben. Tragen Sie jetzt Ihre Punkte für D, I, G und S in das Auswertungsdiagramm ein und verbinden Sie die vier Endpunkte zu Ihrem Schreibtyp-Profil.



Vermutlich haben Sie Punkte in jedem Bereich, mit erkennbar höheren Werten in ein oder zwei Bereichen. Auf dem folgenden DISG-Diagramm sind zum Beispiel die Bereiche I und S am stärksten vorhanden:



Lesen Sie die folgenden Informationen über die verschiedenen Verhaltensstile immer vor dem Hintergrund: Je mehr Punkte Sie bei D, I, G oder S haben, desto stärker ist dieses Schreibmanagement bei Ihnen ausgeprägt. Haben Sie etwa gleich viele Punkte in mehreren oder sogar allen Feldern, sind Sie nicht auf einen Typ festgelegt. Darin liegt eine große Chance: Sie sind vielseitig und

besitzen Fähigkeiten aus allen vier Bereichen.

Lesen Sie die folgenden Informationen über die verschiedenen Verhaltensstile immer vor dem Hintergrund: Je mehr Punkte Sie bei D, I, G oder S haben, desto stärker ist dieses Schreibmanagement bei Ihnen ausgeprägt. Haben Sie etwa gleichviele Punkte in mehreren oder sogar allen Feldern, sind Sie nicht auf einen Typ festgelegt. Darin liegt eine große Chance: Sie sind vielseitig und besitzen Fähigkeiten aus allen vier Bereichen. Damit Sie Ihre Möglichkeiten richtig einschätzen und kombinieren können, lesen Sie bitte Ihre Auflösung unter den Buchstaben, die Sie gleich häufig gewählt haben.

Schreibtypen-Test für Autoren

Der Schreibtyp-Test für Autoren wurde von Dr. Doris Martin auf der Basis des DISG-Modells für WEKA MEDIA entwickelt. Die Unterschiede der Grundtypen ergeben sich aus den beiden Achsenpolen:

- **Strukturplaner**, die die Struktur vor dem Schreiben entwickeln/**Struktursucher**, die die Struktur beim Schreiben entwickeln
- **themenorientiert/leserorientiert**

Daraus ergeben sich vier grundlegende Schreibtypen:

- **dominante Schreiber = themenorientierte Struktur-Abenteurer**
- **gewissenhafte Schreiber = themenorientierte Struktur-Planer**
- **initiative Schreiber = leserorientierte Struktur-Abenteurer**
- **stetige Schreiber = leserorientierte Struktur-Planer**

Typ D

Dominante Schreiber: Alles fließt. Nur wo bleibt der Leser?



Autoren mit einem hohen D-Anteil haben es gut: Sprachgewandt und mit sicherem Blick für Notwendiges und Interessantes bringen sie zügig und von sich überzeugt Seite um Seite zu Papier. Meistens kann ihr Ergebnis sich auf Anhieb sehen lassen: Ds präsentieren ihr Thema in der Regel optisch bestechend, gut gegliedert, sprachlich hochwertig und inhaltlich substantiell. Unbestritten besitzen sie ein Talent zum Schreiben.

Inhaltlich interessieren sie sich vor allem für theoretische Hintergründe, vielversprechende Trends und die große Linie. Der Leser soll von ihrer Gedankenschärfe und rhetorischen Brillanz beeindruckt sein. Alltagsnähe, Arbeitshilfen und Details finden Ds eher trivial. Einfachheit, Lesernähe und gezielte Zielgruppenansprache genießen bei ihnen daher keine besonders hohe Priorität.

Möchten Sie Ihren Stil optimieren, dann tun Sie das:

1 Hängen Sie sich den Satz von Nancy Duarte, Geschäftsführerin einer der größten amerikanischen Design-Agenturen, über den Schreibtisch: **„Das Publikum ist der Held.“** Das bedeutet für Sie: Holen Sie Ihre Leser ab, versetzen Sie sich in ihre Be-

dürfnisse und Arbeitssituation, arbeiten Sie den lezerspezifischen Nutzen heraus.

2 Schreiben Sie einfach und konkret. Verzichten Sie auf Wortgeklingel. Modewörter, Anglizismen und akademischer Fachjargon schaffen eine glänzende Oberfläche. Mehr hat Ihr Leser allerdings davon, wenn Sie es ihm ersparen, den imageförderlichen Aha-Stil in ein **verständliches Deutsch** zurückzuübersetzen.

3 Sie sind gut darin, vorhandene Inhalte, Formulierungen und Strukturmuster zu nutzen. Diese Arbeitsweise ist ökonomisch, führt aber dazu, dass Sie manchmal in der Routine stecken bleiben. Bemühen Sie sich, **mit jedem Text frischer und besser zu werden**. Sie haben das Zeug dazu!

Typ G

Gewissenhafte Schreiber: Fakten sind wichtig. Doch mehr Leichtigkeit täte Ihnen und Ihren Lesern gut.



Autoren mit einem hohen G-Anteil legen eine hohe Messlatte an ihre Texte an, arbeiten mit einer durchdachten Struktur, verlangen sich ein festes Tagespensum ab und geben sich selten mit dem erstbesten Einfall zufrieden. Sie punkten mit detailgenauen Fachkenntnissen und wollen sie ohne Verzerrung und Verkürzung schwarz auf weiß zu Papier bringen.

Inhaltlich besitzen ihre Textentwürfe oft eine hohe Qualität und Tiefe.

Allerdings machen es die selbstkritischen Gs weder sich noch ihren Lesern leicht. Der Grund: Das Streben nach Perfektion lähmt den freien Fluss der Gedanken und führt zu Schreibblockaden, einem hohen Zeitbedarf und manchmal auch zu reizlosen, sperrigen Textpassagen.

Besser und schneller schreiben Sie, wenn es Ihnen gelingt, sich lockerer zu machen:

1 Gs tendieren dazu, an einzelnen Wörtern und Sätzen hängen zu bleiben. Erst wenn ein Halbsatz inhaltlich und sprachlich bis aufs I-Tüpfelchen stimmt, fassen sie den nächsten Gedanken. Wenn Sie mit diesem Vorgehen gute Ergebnisse erzielen – bleiben Sie dabei. Falls nicht: **Unterscheiden Sie strikt zwischen Rohtext und Reintext.** Während Sie den Rohtext schreiben, hat Ihr innerer Kritiker Sendepause. Verbannen Sie ihn bewusst aus dem Raum und formulieren Sie anfangs mindestens einen Absatz, später eine halbe Seite an einem Stück und in ganzen Sätzen. Erst danach überarbeiten Sie das Geschriebene. Sie werden merken: Sie schreiben schneller, formulieren flüssiger, Ihre Gedanken greifen logischer ineinander.

2 Vermeiden Sie es, Ihre Texte bis ins kleinste Detail zu zergliedern. Sonst entstehen Texte, die optisch und inhaltlich zerhackt wirken. Ein Text ist überstrukturiert, wenn er zu viele Gliederungsebenen (2.4.5.6), endlose Listen und ultrakurze Absätze enthält.

3 Gewissenhafte Schreiber nehmen ihr Thema ernst – und schreiben deshalb leicht am Leser vorbei. Machen Sie sich klar: Ihr Thema mag noch so umfassend sein, wie tief und detailliert Sie es beschreiben, hängt von Ihren Lesern ab. Überlegen Sie, **was und wie viel Ihre Leser wirklich wissen wollen** und machen Sie Theorie durch Bilder, Vergleiche durch Beispiele greifbar. Entwickeln Sie **einfache Antworten und Lösungen.**

Typ I

Initiative Schreiber: Der Ansatz ist vielversprechend. Bei Qualität und Termintreue geht noch was.

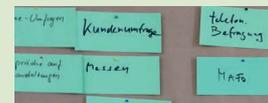


Autoren mit einem hohen I-Anteil schreiben gern, zuversichtlich und ideenreich und gewinnen auch trockenen Themen eine reizvolle Seite ab. Sie lassen die Leser an ihren Erlebnissen und Erfahrungen teilhaben, treten gern mit ihnen in Kontakt und sind offen für neue Medien und Darstellungsformen. Meistens schreiben sie spielerisch und ohne große Vorbereitung los und schwingen sich frei assoziierend von Gedanke zu Gedanke. Im Idealfall entsteht so der begehrte Zustand des Fließens und ein Wort ergibt das andere. Einfallsreiche Tools entstehen, die nicht jeder hat.

Schwächen zeigen initiative Autoren häufig bei Struktur und Organisation. Sie neigen dazu, wenig voranzuplanen, den Aufwand zu unterschätzen, eher oberflächlich zu recherchieren und Texte unfertig oder zu spät zu liefern. In diesem Fall steht die Redaktion vor der Aufgabe, weniger gelungene Passagen auf die Qualität anzuheben, die die kreativen Is leicht selbst zuwege bringen können – sofern sie sich professioneller organisieren.

Wenn Sie Ihr Schreibtalent weiter entfalten möchten, können Sie das tun:

1 Machen Sie einen Plan! Dafür brauchen Sie keine starre numerische Gliederung zu entwickeln. Experimentieren Sie stattdessen mit der Post-it-Methode, um Struktur in Ihr Textprojekt zu bringen: Schreiben Sie einzelne Themen, Beispiele und Formulierungen jeweils auf einen bunten Klebezettel. Die Post-its können Sie flexibel ergänzen, verschieben und verwerfen. So haben Sie Ihre **Themenplanung immer vor Augen** und bleiben trotzdem offen für Ergänzungen und Variationen.



Flexibel und spielerisch: Strukturieren mit Post-its

2 Lassen Sie sich leicht ablenken? Kommen Sie schwer in die Gänge? Diese Schwächen sind typisch für Is. Am einfachsten steuern Sie mit der „Pomodoro-Technik“ dagegen an: Tür zu. Internet aus. Timer auf 25 Minuten einstellen. Schreiben, bis der Wecker klingelt. Klingt simpel. Hilft garantiert. Die Technik ist übrigens nach dem Italiener Francesco Cirillo benannt, der die Zeit mit einem Küchenwecker in Tomatenform maß. Auch gut: Geben Sie sich ein festes Wortpensum pro Arbeitstag vor.

3 Software wird heute häufig nach dem Prinzip des „Rapid Prototyping“ entwickelt. Das heißt: Ein kleiner, überschaubarer Programmteil wird fertig designt, gebaut und dem Kunden vorgestellt. Dadurch ist es möglich, Änderungswünsche frühzeitig zu erkennen und mit wenig Aufwand zu beheben. Beim Texten ist die Methode eine Alternative zum klassischen fünf-Stufen-Modell: **Ein Kapitel wird als Prototyp druckreif gemacht** und dient in Aufbau, Sprachstil, inhaltlicher Tiefe und Lesersprache als Vorbild für die anderen Kapitel.

4 Suchen Sie das Gespräch. Is sind kommunikative Menschen und spinnen die besten **Ideen im Team.** Spielen Sie mit ein, zwei Kollegen oder Ihrer Fachredakteurin Ideen hin und her. Je nach Lust und Talent eignen sich Ihre Sparringspartner als Impulsgeber, Strukturarchitekt, Expertise-Beisteuerer oder Stilveredler.

Typ S

Stetige Schreiber: Planung ist gut. Aber geizen Sie nicht mit Ihren Reizen.



Autoren mit stetigem Schreibstil sind angenehm in der Zusammenarbeit, tragen den Arbeitsabläufen im Verlag Rechnung, verstehen die Notwendigkeit, ein Thema leser- und nutzenorientiert aufzubereiten und liefern zuverlässig präzise Texte, bei denen die Inhalte ebenso stimmen wie die Orthografie.

Erkauft ist die Professionalität oft mit einem verhältnismäßig hohen Aufwand und einem eher braven Einsatz von Stilmitteln und Darstellungsformen. Stetige Autoren schreiben routiniert und nach bewährten Methoden. Sie hassen Druck und reagieren eher unbegeistert auf Anregungen von außen: Neues ist ihnen erst mal suspekt. Sie verlassen sich lieber auf das, was sie durchdacht und erprobt haben. Auf diesem Weg kommen sie fast immer zu guten Texten. Um inspirierter und inspirierender zu schreiben, müssten Stetige mehr wagen.

Wenn Sie anregender schreiben möchten, können Sie das tun:

1 Interessieren Sie sich für alle Disziplinen rund um das Schreiben und Texten. Lesen Sie ein gutes Buch über Typografie. Schauen Sie sich an, wie *Focus* oder *Spiegel*

Teaser texten. Melden Sie sich zu einem Webinar an. Stöbern Sie bei istockphoto.de nach Bildern zu Ihrem Thema. Befassen Sie sich mit dem spannenden und brandneuen Thema Infografik – zum Beispiel, indem Sie gleich einmal hier reinklicken: www.history.com/interactives/titanic-by-the-numbers. Je mehr Möglichkeiten der Informationsvermittlung Sie kennen, desto interessanter können Sie Ihr Wissen darstellen. Im Verlag findet sich fast immer eine Möglichkeit, neue Ideen technisch umzusetzen.

2 Feste Schreibgewohnheiten führen dazu, dass man immer gleich schreibt: gleich zuverlässig, aber auch im immer gleichen Stil. Für ohnehin beständige Ss empfiehlt sich daher: Schreiben Sie hin und wieder an Orten, an denen Sie noch nie geschrieben haben, zu Zeiten, in denen Sie normalerweise anderes tun, und mit Werkzeugen, die Sie eher selten dafür nutzen. Warum? Auf einer Parkbank in der Mittagspause mit zwei Daumen ins Smartphone getippt entsteht anderes als am Computer im Büro. Tipp: Schreiben Sie ganze Sätze, keine Stichwörter.

3 Keine Frage – Stetige schreiben gut, könnten ihre Texte aber deutlich **reizvoller** gestalten. Vor allem in Kleintexten wie Überschrift, Teaser und Bildunterschrift gilt: Arbeiten Sie mit Dreiklang und Alliteration, nutzen Sie frische Metaphern, locken Sie mit Superlativen und „magischen“ Begriffen wie „Geheimnis“, „Code“ oder „Formel“. Alles, was neugierig macht oder verblüfft, kurzum: für Aufmerksamkeit sorgt, ist nützlich.

4 Lernen Sie von den Besten! Halten Sie beim Lesen nach guten Beispielen Ausschau und nehmen Sie sie als Messlatte für Ihre eigenen Texte. Was halten Sie zum Beispiel von dem folgenden Zahlenvergleich des Journalisten und Ernährungsexperten Hans-Ulrich Grimm: „Babyfood aus dem Gläschen ist älter als das Kind, das es isst.“ Beeindruckend, oder? Möglich und nützlich sind solche Vergleiche in jedem Fachgebiet.

So lassen Sie Ihre DISG-Anteile am besten für sich arbeiten

Auf Ihrem DISG-Diagramm sehen Sie: Sie vereinen als Autorin oder Autor drei oder vier Anteile in sich. Am besten lassen Sie alle zusammen für sich arbeiten:

- **Nutzen Sie Ihre stetigen Anteile**, um Ihr Thema zu strukturieren, gezielt auf Leser einzugehen und den Zeitplan einzuhalten.
- **Lassen Sie Ihre dominante Ader für sich arbeiten**, um pragmatisch an die Sache heranzugehen und große Textmengen selbstbewusst und fokussiert zu Papier zu bringen.
- **Profitieren Sie von Ihren initiativen Anteilen**, um interessante Headlines, spannende Teaser und ausgefallene Arbeitshilfen zu ersinnen.
- **Greifen Sie auf Ihre gewissenhafte Komponente zu**, um gründlich zu recherchieren, täglich ein Mindestpensum zu schreiben und das Geschriebene inhaltlich und stilistisch in Topform zu bringen.

Gute Seiten

Mehr über das DISG-Persönlichkeitsmodell und seinen praktischen Nutzen erfahren Sie in: Lothar Seiwert und Friedbert Gay, *Das neue 1x1 der Persönlichkeit*. Gräfe & Unzer, 2004.



www.weka.de



Impressum

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG

Sitz in Kissing, Registergericht Augsburg, HRA 13940

Persönlich haftende Gesellschafterin

WEKA MEDIA Beteiligungs-GmbH, Sitz in Kissing, Registergericht Augsburg, HRB 23695

Vertretungsberechtigte Geschäftsführer

Stephan Behrens, Michael Bruns, Werner Pehland

Bezug

WEKA MEDIA GmbH & Co. KG
Römerstraße 4, D-86438 Kissing
Fon 0 82 33.23-40 00
Fax 0 82 33.23-74 00
www.weka.de

V.i.S.d.P.

Dr. Sigrid Habersaat, Anschrift siehe Bezug

Redaktion

Dr. Doris Märtin, www.dorismaertin.de

Satz

Judith Kerner, Anschrift siehe Bezug

Vervielfältigungen jeder Art sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet.