

Heilmittel gegen abschreckende Sprache: Corporate Language

Sprache von Gestern schreckt ab – damit verliert man Sympathie und Geld. So machst du es besser!

14. Juli 2019 | 3 Minuten

Sprache von Gestern kann wunderbar sein: Dann etwa, wenn mir ein alter Mensch aus seinem Leben erzählt.

Oder wenn ich [Franz Werfels](#) Geschichten lese. Der 1890 geborene Österreicher schrieb grossartige Dramen. Geschickt verwob er seine Geschichten und nutzte dabei Begriffe, die heute kaum einer noch braucht. So etwa in seiner Charakterstudie «[Eine blassblaue Frauenschrift](#)»: Da tragen die Männer im Ausgang noch *Fräcke*, eine junge Frau ist ein *Fräulein*, die Ehefrau eine *Gattin*, der Sohn ein *Filius* – **Wörter von Gestern, in diesem Fall: Stimmig und stimmungsvoll!**

Im Gegensatz dazu mag ich Sprache von Gestern nicht in heutigen Zeitungen lesen.

Kürzlich sprang mit in meinem Lokalblatt ein ungeschickt formulierter Artikel ins Auge. Er handelt davon, dass wir unser Trinkwasser nicht vergeuden sollen.

Im Befehlston stand geschrieben: «...ist zu unterlassen» «...ist zu verzichten», «...sind zu melden».... Wie bitte!? Klingt nach der 70-er-Jahre-Sprache in meiner Kindheit. Nach veralteter Polizisten- und Beamtensprache. **Angegraut, autoritär, unangemessen**, ja, sogar **kontraproduktiv**.

Denn die Leute in meiner Wohngemeinde sind nicht blöd. Sie pflegen einen starken Gemeinschaftssinn. Sie übernehmen gerne Verantwortung und sind stolz auf das lokale Gemeinwesen.

Warum also holt man sie nicht bei ihren Werten und Vorzügen ab? Warum wird geboten, statt zu motivieren?

Mit achtsamer, einfacher Sprache erreicht man nachweislich mehr: Mehr Verständnis und Vertrauen – im Falle von Unternehmen auch: Mehr Gewinn!

Das beweisen unter anderem einige Praxisbeispiele, die im Fachbuch «Corporate Language» aufgeführt sind. Darin lernt man, wie «Unternehmenssprache verständlich gestaltet, effektiv gesteuert und praxisnah umgesetzt wird». Lies es! Danach wird deine Kommunikation Quantensprünge nach vorne machen! Du wirst mit mehr Empathie und Respekt Texte schreiben und so **deine Ziele besser erreichen**.

So wie in diesem Beispiel, das ich mir für unsere lokale Wasserorganisation ausgedacht habe. Sie könnte sich sinngemäss so an die Verbraucher*innen wenden:

Der Sommer ist da! (Freudiger Einstieg)

Alle sind wir uns einig: Unser Trinkwasser ist hochwertig und darum wertvoll.
(grösster gemeinsamer Nenner)

In dieser heissen Zeit verbrauchen wir mehr Wasser. (Ein Fakt. Dazu passend: Eine Info-Grafik liefern)

Es ist kostbar und nur begrenzt erhältlich. (Information)

Nutzen wir es darum achtsam! (Aufruf statt Befehl)

Helfen Sie bitte mit, unser aller Trinkwasser sparsam einzusetzen! (Bitte statt Anordnung)

Beachten Sie dazu die nachfolgenden Empfehlungen. So tragen auch Sie dazu bei, dass wir alle bis zum Ende des Sommers mit Wasser versorgt sind – in guter Qualität und ausreichender Menge. So wie Sie es sich von uns, der lokalen xy-Wasserversorgung gewohnt sind! (Verständnis und Motivation wecken – zugleich eigene Organisation positiv positionieren)

Und so könnte man die **Informationen ergänzen und aufwerten**:

Tipps: Ratschläge aufführen, die helfen, unnötigen Wasserverbrauch einzudämmen – keine Pseudo-Dekrete, sondern nützliche, lehrreiche

Empfehlungen.

Service: Zusätzliche Informationsquellen, Links etc. bietet zusätzlich Service! Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Angesprochenen im gewünschten Sinne handeln.

Wettkampf- und Spielgeist: Man könnte sich einen Wettbewerb ausdenken: Wer hat die originellsten Tipps, Ideen zum Wassersparen? Wer nutzt innovative Technik ([Anleitung zum Bau eines Regenwassertanks](#), [Wassersparbrausen](#) etc.). Oder man eröffnet eine kleine «Wasserfreund*innen-Rubrik», in der positive Beispiele vorgestellt werden.

Auf diese Weise weckt man Verständnis und Goodwill. Das finde ich im Jahr 2019 alleweil zeitgemässer als die Bevölkerung zur Bespitzelung anzuregen, indem sie «unnötige Wasserbezüge melden soll». □

Und wenn grössere Wasserbezüge vorab mit der Wasserversorgungsstelle abgesprochen werden sollen, dann wäre es bitteschön auch kundenfreundlich, dafür eine entsprechende Telefonnummer aufzuführen. (Solche vermeintlichen «Kleinigkeiten» machen den Unterschied aus!)

Das alles mit einem starken Wasserbild und einer **einleuchtenden Info-Grafik präsentieren**, übersichtlich darstellen, in einer [klaren, freundlichen Sprache](#) vermitteln – so, dass alle wissen, worum es geht, Schweizer*innen und Migrant*innen gleichermassen (Oder sollen Fremdsprachige etwa kein Wasser sparen...!?).

So dass auch Kinder einsehen, warum sie zum Beispiel statt täglich immer nur am Sonntag mit der Sprekieranlage spielen dürfen. So, dass Gärtner*innen, Landwirt*innen und Pool-Besitzer*innen verstehen, welcher Verbrauch «normal» und welcher «verschwenderisch» ist.

Auf diese Weise würde nicht nur mehr Wasser gespart – die Wasserversorgung würde auch **mehr Sympathie und Vertrauen gewinnen.**

Dasselbe gilt für Unternehmen, Behörden und Organisationen jeder Art: Ändern wir unsere Haltung, entstauben und modernisieren wir unsere Sprache!

Denn manche Dinge sind heute einfach besser als früher: In meiner Kindheit hiess es zum Beispiel noch allerorts «Rasen betreten untersagt», mittlerweile trägt Grün Stadt Zürich auf den einst streng getrimmten Rasenrabbättli eigenhändig und offiziell ihre [Guerilla-Blumensamen-Mischung](#) aus.

Das gefällt mir: Mehr Blumen in den Städten!

Mehr Verständnis, [dank neuer, positiver, klarer Sprache!](#)

PS Neugierig geworden? **Mach hier den Gratis-Test!** Fülle [hier](#) dein Textbeispiel ein! Dieses Analyse-Tool zeigt dir, wie lesbar dein Text ist.

Schöne Grüsse, Gabriela Bonin



```
[wpw_follow_term_me posttype=»post» taxonomy=»category» termid=»401"
disablecount=»true» followtext=»Diesen Blog abonnieren» followingtext=»Du
hast diesen Blog abonniert» unfollowtext=»Blog
abbestellen»][/wpw_follow_term_me]
```

Weitere Blogs

[Wirksam kommunizieren dank 'Einfacher Sprache': Ein Mehrwert für deine Zielgruppe](#)

Empathie in der Kommunikation

Unterschiede beim Bloggen und wissenschaftlichen Schreiben

Wie sag ich's meinem Vater? #stayathome

Bedürfnis nach Klarheit: Die ISO hat's erkannt

ROI: Warum sich «Einfache Sprache» lohnt

Demokratisch texten: Warum unsere Präambel zukunftsweisend bleibt

Trendsprache im Informationszeitalter

Nichts verstehen – nichts erreichen

Adjektive sind eine Bevormundung

Massnahmen gegen die Mutlosigkeit

Schreibblockade? So überwindest du sie

Angenehm, wir können uns gerne duzen

Auf Augenhöhe kommunizieren

deshalb die Bevölkerung, mit dem Trinkwasser haushälterisch umzugehen, ihren Beitrag zu leisten und gegebenenfalls auf unnötige Bezüge aufmerksam zu machen.»

Aufruf:

- Gärten sind, wenn überhaupt nötig, sehr zurückhaltend zu giessen.
- Auf das Bewässern von Rasenflächen ist zu verzichten.
- Das Nachfüllen von Schwimmbädern ist zu unterlassen.
- Duschen anstelle von Baden.
- Das Wasser beim Duschen und Zähneputzen nicht durchgehend laufen lassen.
- Auf das Autowaschen ist zu verzichten.
- Allgemein, wasserverbrauchsintensive Arbeiten, wenn immer möglich, sind zu verschieben.
- Grössere Wasserbezüge sind vorgängig der Wasserversorgung zu melden.

Anordnen statt motivieren: Sprache von Gestern