



# Handbuch

## „Kommunikation für Haustechniker“

### 1. Einleitung

Technik will gelernt sein, aber auch Kommunikation. Es gibt für alles Spezialisten, oft kommt es aber vor, dass man als „Nicht-Spezialist“ eine Aufgabe bewältigen muss. In Ihrem Fall ist es, dass Sie als Techniker die Aufgabe haben, die Haustechnik zu erklären, zu kommunizieren – entweder in einem Interview oder in schriftlicher Form.

Für beides gilt: Wählen Sie einfache Worte, denn Sie sprechen nicht zu Spezialisten, also zu anderen Technikern, sondern zu Bewohnern in „Ihren“ Häusern, zu Nutzern „Ihrer“ Technik, zu Menschen, die mit Technik nicht so viel anfangen können und die sie einfach nur nutzen wollen!

Die Technik schreitet immer weiter voran, bietet neue Möglichkeiten. Aber kann jeder damit umgehen? Unkenntnis führt schnell zu Unmut und damit zu Ablehnung. Ziel muss es sein, die moderne Technik den Nutzern nahe zu bringen, sie zu interessieren, vielleicht sogar, sie zu begeistern!

Wie schaffen Sie das? Mit ein paar Kommunikationshilfen werden Sie besser, weil verständlicher und damit nutzerfreundlicher, kommunizieren. Dieses Handbuch gibt Ihnen ein paar Werkzeuge dazu in die Hand.

Um eine leichtere Lesbarkeit des Textes zu gewährleisten, habe ich auf die explizite, geschlechtsneutrale Schreibweise verzichtet. Ich wende als Vereinfachung stellvertretend für beide Geschlechtsformen jeweils nur die kürzere männliche Schreibweise an.



## 2. Der erfolgreiche Text

### 2.1 Das leere Blatt

Stellen Sie sich vor dem Schreiben folgende Fragen:

- ▶ Wer soll diesen Text lesen?
- ▶ Warum soll er den Text lesen?
- ▶ Worum soll es im Text gehen?
- ▶ Was hat das mit mir zu tun?
- ▶ Welche Fragen könnten die Leser haben?

Wenn Sie diese fünf Fragen für sich beantwortet haben, dann ist folgendes klar:

- ▶ Wer? Ihre Zielgruppe sind keine Techniker. Formulieren Sie so einfach wie möglich. Vermeiden Sie Fachchinesisch.
- ▶ Warum? Jede Information, die Sie geben, ist wichtig in Bezug auf Nutzung, Kosten und Ergebnis der Haustechnik.
- ▶ Worum? Nehmen Sie die Leser an die Hand. Geben Sie ihm einen Überblick, bevor Sie Details erklären.
- ▶ Was? Bieten Sie dem Leser Hintergrundinformationen an, aber machen Sie es nicht zu kompliziert.
- ▶ Welche? Versuchen Sie sich in die Lage Ihrer Leser zu versetzen, denken Sie bei jedem Satz an ihn. Das Wichtigste ist der Lesernutzen, sehen Sie durch seine Brille!

### 2.2 Der Text

Denken und formulieren Sie so einfach wie möglich. Alle Leser werden Ihren Text verstehen, wenn Sie sich vorstellen, zu einem 12-jährigen Kind zu sprechen. Sorgen Sie in Ihrem Text für eine positive Grundstimmung und wecken Sie Vertrauen. Seien sie ehrlich und verwenden Sie eine natürliche



Sprache. Vermeiden Sie, wo immer es geht Fachchinesisch! Ihren Text sollen die Leser leicht verstehen. Das alles schafft Vertrauen, hebt die Stimmung und daher erhöht es die Zustimmung!

- ▶ Erstellen Sie den Text in einem logischen Ablauf.
- ▶ Verwenden Sie keine Worthülsen und vermeiden unnötige Füllwörter wie „eigentlich“, „im Prinzip“, „also“, „praktisch“, „sozusagen“,...
- ▶ Schreiben Sie kurze Sätze. Formulieren Sie nur einen Gedanken pro Satz.
- ▶ Verwenden Sie nur einen Nebensatz pro Hauptsatz.
- ▶ Gebrauchen Sie nicht zu viele Hauptwörter. Vor allem -ung-Wörter lesen sich schwer.
- ▶ Benutzen Sie viele Verben, das macht Ihren Text lebendig.
- ▶ Vermeiden Sie die Möglichkeitsform, also statt könnte - kann oder wäre - sind.
- ▶ Bleiben Sie im Aktiv und gleiten Sie nicht beim Formulieren der Texte in das Passiv.
- ▶ Schreiben Sie in kurzen Absätzen, maximal 6-7 Zeilen je Absatz.

## 2.3 Das Aussehen

Gut ist, wenn Sie auf einen Grafikspezialisten zurückgreifen können, der das Layout gestaltet, Ihren Text „behübscht“. Aber oft ist auch das nicht möglich. Dann liegt es an Ihnen, dem Text ein gutes und übersichtliches Aussehen zu geben.

- ▶ Schreiben Sie nicht eine Seite von oben bis unten voll.
- ▶ Achten Sie auf den Schrifttyp und die Schriftgröße.
- ▶ Lenken Sie den Blick der Leser auf das, was Ihnen wichtig ist: Setzen Sie Überschriften, unterstreichen Sie, machen Sie Einrückungen, geben Sie dem Gesagten eine grafische Struktur.



Verwenden Sie, wo immer es geht, Bilder. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, Bilder vermitteln Informationen schneller als ein Text. Bilder nehmen die Textaussage auf, wiederholen diese und steigern damit die Verständlichkeit. Bilder nützen Verknüpfungen im Gehirn.

## 2.4 Das fertige Dokument

Geschafft! Der Text steht, die Bilder sind eingefügt, das Layout gefällt, also raus damit.

Stop, nicht so schnell! Bevor Sie den Text veröffentlichen, sollten Sie ihn noch einmal überprüfen oder jemand anderen bitten, es zu tun.

- ▶ Sehen Sie den Text auf grammatikalische Fehler durch.
- ▶ Wie wirkt der Text?
- ▶ Ist er verständlich?
- ▶ Woran kann ich mich am Ende erinnern?
- ▶ Wo bekomme ich das „Kino“ im Kopf?
- ▶ Wo horche ich auf?
- ▶ Wo schweife ich ab, verliere den roten Faden, werde zu kompliziert?

## 2.5 Das Ziel

Ihre Arbeit ist jetzt einmal getan, jetzt fängt der Leser an. Denken Sie daran, dass Sie nur die eine Hälfte machen, die andere Hälfte übernimmt jetzt der Leser!

Und was macht der damit?



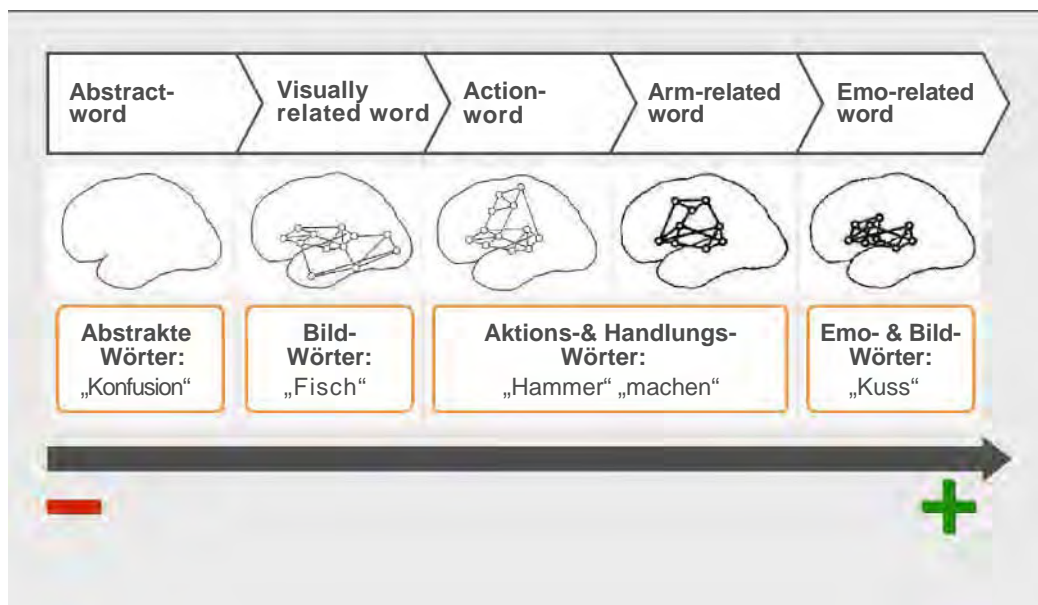
### 3. Hintergrundinformation

Warum ist das alles wichtig? Weil das Gesagte je nach Stimmung, Zielgruppe, Bildungsniveau, Alter, Geschlecht oder Herkunft anders verstanden wird.

#### 3.1 Sprache im Gehirn

Manche Wörter versteht unser Hirn sofort, mit anderen Worten kann es gar nichts anfangen. Es liegt an uns, so zu formulieren, dass uns das Gegenüber, also der Leser, versteht, mit unseren Worten etwas anzufangen weiß.

Je bildreicher und emotionaler wir sprechen, desto leichter ist es für den Leser, uns zu verstehen. Die Grafik verdeutlicht dies<sup>1</sup>:



<sup>1</sup> Quelle: Gruppe Nymphenburg, „Neurolinguistik“



Eine emotionale Sprache ist eine Bildsprache. Hier sind einige Beispiele:

- ▶ Aussage: „Die Anlage ist leistungsfähig und hat eine hohe Produktivität.“  
Emotionale Sprache: „Die Anlage ist bärenstark und läuft für Sie Tag und Nacht ohne Pause.“
  
- ▶ Aussage: „Die Anlage ist wirtschaftlich, weil sie sehr wenig Energie verbraucht.“  
Emotionale Sprache: „Die Anlage ist ein Energiesparwunder. Die drückt Ihnen jeden Tag einen Zehn-Euro-Schein in die Hand.“
  
- ▶ Aussage: „Die Anlage ist ergonomisch zu bedienen.“  
Emotionale Sprache: „Die Bedienung der Anlage ist kinderleicht, weil ein hochintelligenter Autopilot im Inneren alles steuert.“
  
- ▶ Aussage: „Die Anlage besitzt eine innovative Technik.“  
Emotionale Sprache: „Die neue Technik bringt einen Riesensprung wie vom Pferdefuhrwerk zur heutigen Mercedes S-Klasse.“

Sie sehen, die etwas längeren Sätze erzeugen sofort Bilder in unseren Köpfen....

Aber Hören heißt noch nicht verstehen!



### 3.2 Die Botschaft

Jede Aussage von uns ist eine Botschaft. Und diese Botschaft hat immer vier Seiten. Und ob wir wollen oder nicht, wir senden immer alle vier!<sup>2</sup>



Wenn wir vier Seiten senden, heißt das aber auch, dass der Empfänger vier Seiten verstehen muss:

- ▶ Sachinhalt: Um welche Sache geht es?
- ▶ Beziehung: Was hält er von mir? Wie fühle ich mich behandelt?
- ▶ Selbstoffenbarung: Was ist das für einer?
- ▶ Appell: Wo will er mich hinhaben?

Hört der Empfänger eine andere Seite unserer Botschaft, dann entstehen Missverständnisse. Hier wiederum ein Beispiel:

<sup>2</sup>Friedemann Schulz von Thun: „Miteinander reden. Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation“. Verlag Rowohlt, Reinbek 1981.



Zwei Menschen sitzen in einem Auto. Er: „Die Ampel ist grün.“ Sie: „Mein Gott, geh ´ doch zu Fuß, wenn es dir nicht passt, wie ich fahre!“

	Gesendete Botschaft	Empfangene Botschaft
Sachinhalt	„Die Ampel ist grün.“	„Die Ampel ist grün.“
Beziehung	„ Du brauchst meine Hilfestellung.“	„Du kannst nicht Auto fahren.“
Selbstoffenbarung	„Ich habe es eilig.“	„Mir geht es zu langsam.“
Appell	„Fahr los!“	„Mach ´ nächstes Mal die Augen auf!“

Der Eine denkt, es sei alles klar gesagt, aber beim Anderen kommt etwas ganz anderes an...

#### 4. Schlussbetrachtung

Kein Meister ist bisher vom Himmel gefallen. Jedes Formulieren eines Textes macht Sie besser. Texten braucht Zeit und eine gute Vorbereitung. Ihnen als Techniker fällt es leicht, analytisch und systematisch an eine Sache heranzugehen. Machen Sie dies auch beim Texten so. Der Leser wird es Ihnen danken, weil er am Ende versteht, was Sie ihm erklären wollen!