



# Schreiben Sie gehirngerecht?

## Vier Prinzipien für eine erfolgreiche Kommunikation

von David Bisang und Daniel Stalder

### Wissenschaftssprache überfordert unser Gehirn oft

Viele Sprachstilist\*innen kritisieren, wie in der Wissenschaft geschrieben wird. Wolf Schneider (2014) beschreibt die Wissenschaftssprache spitzzünftig als „Einschüchterungsjargon“ und als Teil des „Imponiergehäuses“ von Wissenschaftler\*innen. Ob man wissenschaftlich Schreibenden nun Profilierungsgelüste unterstellen möchte oder nicht – feststeht: Die Wissenschaftssprache ist oft schwer verständlich.

Diese Schwerverständlichkeit kann dazu führen, dass die Kommunikation scheitert. Es ist für unser Gehirn nämlich enorm anstrengend, eine umständliche und verklausulierte Sprache zu entschlüsseln. Weil es auf Hochtouren arbeiten muss, besteht die Gefahr, dass wir das Gelesene sofort wieder vergessen – oder noch schlimmer: dass wir den Text aus der Hand legen, bevor wir ihn zu Ende gelesen haben.

Damit Ihre Botschaften gelesen werden und zielsicher beim Publikum ankommen, erfahren Sie in diesem Artikel, wie unser Gehirn Texte verarbeitet und wie Sie gehirngerecht schreiben.

### Prinzip 1: Beschränkte Gedächtniskapazität berücksichtigen

Wenn wir lesen, gelangen Wörter und Satzteile nacheinander in den Fokus unserer Aufmerksamkeit. Das Gelesene wird im Arbeitsgedächtnis – einer Art Zwischenspeicher – verarbeitet: Um die Wörter und Satzteile fortlaufend zu verstehen, aktiviert unser Gehirn das dafür notwendige Vorwissen aus dem Langzeitgedächtnis. Das Gehirn versucht, die Bedeutung des Wortes zu erkennen und es mit den zuvor gelesenen Wörtern und dem Vorwissen in einen sinnvollen Zusammenhang zu bringen. Dieser Verstehensprozess läuft rasend schnell ab.

Das Arbeitsgedächtnis hat allerdings eine begrenzte Kapazität. Es kann Informationen nur rund zwei bis drei

Sekunden im Fokus der Aufmerksamkeit behalten (Ballstaedt 2019; Schneider 2014). In diesem Zeitraum muss unser Gehirn Kohärenz herstellen können. Wenn das nicht gelingt, fallen die Wörter aus dem Arbeitsgedächtnis heraus und die Leser\*innen müssen zurückspringen und den Satz nochmals lesen. Das führt zu Stockungen in der Informationsverarbeitung oder zu einem oberflächlichen Textverständnis (Ballstaedt 2019). Übersetzt auf eine Anzahl Wörter und Silben ergibt die zeitliche Begrenzung von zwei bis drei Sekunden folgende Daumenregel: Wir können ungefähr sechs Wörter oder zwölf Silben gleichzeitig im Fokus unserer Aufmerksamkeit halten.

#### **Was bedeutet das für Ihre Texte?**

Verwenden Sie möglichst **kurze Wörter**, denn je länger die Wörter sind, desto schneller stößt das Arbeitsgedächtnis an seine Grenzen. Prüfen Sie insbesondere zusammengesetzte Wörter (Komposita) kritisch. Schreiben Sie z. B. nicht *in der Forschungslandschaft*, sondern *in der Forschung*.

Verzichten Sie auf **Füllwörter**, denn sie beanspruchen die Speicherkapazität unnötig. Ein paar Beispiele, die Sie meistens ersatzlos streichen können: *also, besonders, doch, eben, eigentlich, geradezu, gewissermaßen, insgesamt, irgendeine, irgendwie, ja, natürlich, quasi, regelrecht, sozusagen, überhaupt, vielleicht, wahrscheinlich, wirklich, wohl, ziemlich*.

Bauen Sie **übersichtliche Sätze** und vermeiden Sie Bandwurm- und Schachtelsätze: Wenn Ihre Teilsätze lang sind und Ihr Satzbau verschachtelt ist, können sich die Leser\*innen nicht alle Informationen merken, bevor sie am Satzende angelangt sind. Die Folge: Sie müssen den Satz erneut lesen. Das ist anstrengend und demotivierend. Denken Sie an die Daumenregel: Idealerweise haben eingeschobene Teilsätze nicht mehr als sechs Wörter.

#### **Prinzip 2: Effiziente Informationsverarbeitung ermöglichen**

Unser Gehirn wiegt lediglich zwischen 1,3 und 1,5 Kilogramm, verbraucht aber rund 20 Prozent der Energie, die unserem Körper zur Verfügung steht. Um nicht mehr Energie als nötig zu verzehren, hat es sich angewöhnt,

effizient zu arbeiten (Eicher 2018). Je mehr es beim Lesen gefordert ist, desto mehr Energie muss es aufwenden, um den Text zu verstehen. Wird das Entschlüsseln des Textes zu anstrengend, wendet es sich lieber anderen Reizen zu, die es leichter und effizienter verarbeiten kann.

#### **Was bedeutet das für Ihre Texte?**

Vermeiden Sie **unnötige Fremdwörter** und benutzen Sie **gängige Wörter**, die Ihren Leser\*innen bekannt sind. Dadurch ermöglichen Sie es der Zielgruppe, die zentralen Informationen in Ihrem Text rasch zu erfassen. Schreiben Sie zum Beispiel *angemessen* statt *adäquat*, *überflüssig* statt *obsolet* oder *hervorrufen* statt *evozieren*.

Erklären Sie **Fachwörter**, wenn Sie unsicher sind, ob sie den Leser\*innen bekannt sind. So schreiben Sie automatisch verständlicher und machen Ihren Text einem größeren Publikum zugänglich.

Entscheiden Sie sich für eine **allgemein verständliche Sprache** und verzichten Sie auf eine umständliche Ausdrucksweise – wie sie sich in vielen Wissenschaften ausgebreitet hat. Orientieren Sie sich an den gängigen Stilempfehlungen: Überfrachten Sie Ihre Sätze nicht, achten Sie auf übersichtliche Satzstrukturen, setzen Sie das Passiv gezielt und mit Maß ein, verwenden Sie mehr Verben und stellen Sie sicher, dass der Nominalstil nicht den Text dominiert.

#### **Prinzip 3: Zusammenhänge herstellen und Verständnislücken schließen**

Wenn wir einen Text lesen, muss unser Gehirn die Informationen fortlaufend einordnen können, um das Gelesene zu verstehen. Deshalb versucht es unablässig, Zusammenhänge herzustellen und Verständnislücken zu schließen. Inhaltliche Sprünge oder komplizierte Sätze stören diesen Prozess. Treffen wir auf eine schwer verständliche Ausdrucksweise oder auf unschlüssige Formulierungen, müssen wir zusätzliche Energie aufwenden, um Kohärenz herzustellen. Um das zu vermeiden, führen Sie Ihre Leser\*innen sorgfältig durch Ihre Gedankenwelt.

#### **Was bedeutet das für Ihre Texte?**

Vermeiden Sie **thematische Sprünge**. Gerade wenn Ihre Leser\*innen weniger Vorwissen haben als Sie, fallen sie

bei Kohärenzlücken aus dem Text. Deshalb gilt: Führen Sie Ihre Gedanken zu Ende und schreiben Sie zusammen, was zusammengehört.

Achten Sie auf eine gute **Leseführung**. Nutzen Sie Einleitungen, Überleitungen oder Zusammenfassungen, um es Ihren Leser\*innen zu erleichtern, sich im Text zurechtzufinden. Die folgenden Formulierungen können Ihnen als Wegweiser dienen:

- Wie in Kapitel X näher erläutert wird ...
- Im folgenden Abschnitt diskutiere ich ...
- Am Beispiel von X zeigen wir im nächsten Abschnitt ...
- Zusammenfassend lässt sich sagen ...

Behandeln Sie **pro Satz nur einen Gedanken** – das ist ein einfaches Mittel gegen Schachtelsätze. Übersetzen Sie Ihre gedankliche Klarheit in einen ebenso klaren Satzbau. Verwenden Sie die Hauptsätze für Hauptsachen und die Nebensätze für nachgeordnete Informationen.

Sorgen Sie für **klare und eindeutige Bezüge**, zum Beispiel bei Reflexivpronomen. Bei diesem Beispiel ist der Bezug unklar: *Die Epidemie und die Maskentragpflicht sind emotionale Themen. Diese führte zu Diskussionen.* Prüfen Sie Ihre Sätze sorgfältig – denn gerade beim Überarbeiten und Umstellen von Sätzen kann es passieren, dass sprachliche Wegweiser wie Reflexivpronomen oder Konnektoren wie *also*, *deshalb* oder *hier* plötzlich ins Nichts führen.

#### Prinzip 4: Konkrete statt abstrakte Wörter wählen

Unser Gehirn denkt, wenn immer möglich, in Bildern. Sobald ein Wort anschaulich ist, stellt es sich dessen mentale Repräsentation vor. Bei abstrakten Wörtern passiert das nicht. Machen wir den Test: Das Wort *Elefant* ruft bei Ihnen ein Bild hervor, nicht wahr? Doch wie ist es beim Wort *Proposition*? Da passiert wohl nicht viel.

In wissenschaftlichen Texten findet man oft zahlreiche **abstrakte Wörter** wie *Kontext*, *Rahmen*, *Bereich*, *Feld*, *Ebene*, *Dimension*, *Gebiet*, *Komplex*, *Handlungsweise*, *Praxen*, *Ressourcen*, *Setting*, *Möglichkeit*, *Räume*. Unser Gehirn kann sich unter solchen Begriffen kaum etwas vorstellen, deshalb beeinträchtigen sie die Verständlichkeit,

wenn sie gehäuft auftreten. Oder noch schlimmer: Wo möglich stellen sich die Leser\*innen unter *Praxen* etwas anderes vor als Sie. Je abstrakter Ihre Sprache, desto eher werden Sie missverstanden.

#### Was bedeutet das für Ihre Texte?

Verwenden Sie **anschauliche Wörter**, wo immer das möglich ist. Eine visuelle Sprache aktiviert die Vorstellungskraft der Leser\*innen und verankert deshalb Ihre Botschaften besser. Schreiben Sie zum Beispiel *Schule* statt *Bildungsinstitution*, *Fragebogenerhebung* statt *Forschungsprozess* oder *Frau* statt *weibliche Person*. Je konkreter Sie schreiben, desto verständlicher wird Ihr Text.

Nutzen Sie **Beispiele**, um in den Köpfen Ihrer Leser\*innen Bilder hervorzurufen. So können Sie komplexe Prozesse oder abstrakte Prinzipien veranschaulichen.

#### Schreiben Sie gehirngerecht

Heute kommunizieren Wissenschaftler\*innen immer mehr mit der Öffentlichkeit, zum Beispiel über Blogs oder Podcasts. Gerade in der schriftlichen Form scheitert die Kommunikation aber häufig, weil die Sprache abstrakt und kompliziert ist. Mit diesem Artikel wollen wir Sie ermutigen, gewisse Konventionen der Wissenschaftssprache zu hinterfragen und die Verständlichkeit in den Vordergrund zu rücken. Nur so kommen Ihre Botschaften an – nur so kommunizieren Sie erfolgreich.

#### Literatur

Ballstaedt, Steffen-Peter (2019): Sprachliche Kommunikation: Verstehen und Verständlichkeit. Tübingen: Narr Franke Attempto Verlag.

Eicher, Hans (2018): Die verblüffende Macht der Sprache. Wiesbaden: Springer.

Schneider, Wolf (2014): Deutsch für junge Profis. Wie man gut und lebendig schreibt. 5. Auflage. Reinbek: Rowohlt.

Wolf, Maryanne (2009): Das lesende Gehirn. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

### Die Autoren

David Bisang und Daniel Stalder sind Inhaber der Pentaprim GmbH – Deine Fachtext-Akademie (<https://pentaprim.ch>). Seit 2017 beraten und coachen sie Fachpersonen beim beruflichen Schreiben, leiten Schreibworkshops und lektorieren Fachtexte. Die beiden Schreibcoaches vertreten den Standpunkt, dass auch wissenschaftliche Texte und Fachtexte zugänglich und verständlich sein müssen.

David Bisang: MSc in Erziehungswissenschaft, Schreibberater (Hochschulzertifikat, PH Freiburg), Erwachsenenbildner.

Daniel Stalder: M.A. in Germanistik und Geschichte, diplomierter Schreibcoach, zertifizierter Fachjournalist, Freier Lektor ADM.



© privat