

Martin Dunkl

Recht verständlich formuliert

Klartext statt Amtsdeutsch – Rechtstexte
zielgruppengerecht schreiben
für Mitarbeiter, Kunden, Bürger



Springer Gabler

Recht verständlich formuliert

Martin Dunkl

Recht verständlich formuliert

Klartext statt Amtsdeutsch –
Rechtstexte zielgruppengerecht
schreiben für Mitarbeiter,
Kunden, Bürger



Springer Gabler

Martin Dunkl
Pernitz, Österreich

ISBN 978-3-658-33589-2 ISBN 978-3-658-33590-8 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-33590-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung der Verlage. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Manuela Eckstein

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Für die juristische Beratung geht mein Dank an Bernhard Pichler.

Ebenso danke ich:

Werner Doralt, Manfred Glauningner, Stephan Hieber, Thomas Höhne,
Benedikt Lutz, Barbara Tuma und Stefan Winterstein.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Warum verständlich schreiben?	1
1.2	Verständlichkeit	3
1.3	Empfängerorientierung	4
1.4	Sprachstil und Corporate Code	4
	Literatur	5
2	Fachsprachen	7
2.1	Normenvorstellung in der Fachkommunikation	8
2.2	Rechtssprache	11
2.3	Funktionen der Rechtssprache	13
	2.3.1 Juristische Textsorten nach Funktionen	16
	2.3.2 Möglichkeiten, die Funktionen der Rechtssprache auszudrücken	17
	Literatur	21

3	Verständlichkeit	23
3.1	Das Bemühen um verständliche Rechtstexte	25
3.2	Verständlichkeit als messbare Größe	28
3.3	Die Oppenheimer-Studie: Wer sich kompliziert ausdrückt, ist erfolglos	29
3.4	Gründe für schwere Verständlichkeit der Rechtssprache	30
3.4.1	Gründe für schwere Verständlichkeit in der Lexik	31
3.4.2	Gründe für schwere Verständlichkeit in der Syntax	37
3.5	Vorher-Nachher-Beispiele für verständliche Rechtssprache	45
3.5.1	Einfache, kurze Sätze	45
3.5.2	Keine Schachtelsätze	46
3.5.3	Gerundiv und Infinitivkonstruktionen vermeiden	46
3.5.4	Partizipialkonstruktionen vermeiden	47
3.5.5	Präpositionalgefüge vermeiden	47
3.5.6	Verbal- statt Nominalstil	48
3.5.7	Aktiv statt Passiv	49
3.5.8	Positiv formulieren	50
3.5.9	Keine Floskeln oder veraltete Begriffe	50
3.6	Komplizierte Texte recht verständlich transformieren	51
3.7	Übungstexte zur Verständlichkeit Literatur	55 67
4	Empfängerorientierung	69
4.1	Man kann nicht nicht kommunizieren	70
4.2	Frames	72
4.3	Beispiele für empfängerorientiertes Schreiben	76
4.4	Übungstexte zur Empfängerorientierung Literatur	86 93

5 Sprachstil und Corporate Code	95
5.1 Corporate Identity	96
5.2 Corporate Code	97
5.3 Die 27 Corporate-Code-Marker (CCM)	98
Literatur	111
6 Lösungsteil	113
6.1 Lösungen zu den Übungen für verständliche Rechtssprache	114
6.2 Lösungen zu den Übungen für Empfängerorientierung	120
Weiterführende Literatur	125

Über den Autor

Mag. Martin Dunkl ist selbstständiger Corporate-Identity-Berater und Fachbuchautor. Er lehrt an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in Wien. Sein Projekt „KlarText – Die Initiative Verständlichkeit“ der D.A.S. Rechtsschutz AG wurde 2014 beim Österreichischen Staatspreis für Public Relations in der Kategorie Internal Branding nominiert. Seit 2017 leitet der Autor den Round Table Sprache beim Public Relations Verband Austria (PRVA). Martin Dunkl ist Mitglied des Beirats der Österreichischen Gesellschaft für Rechtslinguistik (ÖGRL).



1

Einleitung

Worum geht es?

Nicht alle, die beruflich mit Rechtstexten zu tun haben, sind Volljuristen. Für viele sind Rechtstexte schwer verständlich. Das muss nicht sein. Gesetze werden eher befolgt und Verträge eingehalten, wenn sie verstanden werden. Immer mehr Juristinnen und Juristen bemühen sich um Verständlichkeit. Wie können Experten mit Laien kommunizieren? Das erste Kapitel informiert über die drei Säulen moderner Rechtssprache: Verständlichkeit, Empfängerorientierung und wiedererkennbarer Schreibstil (Corporate Code).

1.1 Warum verständlich schreiben?

Als Juristin oder Jurist schreiben Sie täglich. Sie verfassen unterschiedliche Textsorten, abhängig davon, ob Sie in einem Unternehmen arbeiten, in einer Behörde, Anwaltskanzlei, bei Gericht oder an einer Universität. Sie formulieren Bescheide, Gutachten, Klagen, Verträge, Unterrichtsskripte, Fachartikel oder Folien für Vorträge. Und sehr wahrscheinlich korrespondieren Sie mittels E-Mail und SMS. Vielleicht ver-

fassen Sie sogar Tweets und Blogeinträge. Sprache ist also ein wichtiges Werkzeug für Sie.

Nicht immer kommunizieren Sie mit Juristen¹. Sie richten Ihre Texte an Dialogpartner mit unterschiedlichen juristischen Kenntnissen: Mandanten, Prozessparteien, Behörden, Anwälte, Richter, Staatsanwälte, Versicherungen, Banken, NGOs, Politiker, Journalisten oder Studierende. Und immer haben Sie ein Ziel und möchten mit Ihrem Schreiben etwas erreichen. Zum Beispiel soll die Reputation eines Mandanten vor Beschädigung geschützt werden, ein Verhandlungspartner soll einem strittigen Vertragspunkt zustimmen oder Sie müssen fehlende Unterlagen einfordern.

Der Rechtshistoriker und Mitautor des Deutschen Rechtswörterbuchs, Eberhard von Künßberg (1881–1941), befand bereits zu Beginn der 1930er Jahre: „Ist die Rechtspflege ohne sorgfältige Sprachpflege eigentlich nicht zu denken, jedenfalls nicht ohne fortwährende Berücksichtigung von Sprachgebrauch und Wortbedeutung, so ist selbstverständlich das Rechtsstudium erst recht ein Stümpfern, wenn es nicht auch von Sprachverständnis, Sprachgefühl und Liebe zur Sprache unterstützt wird. Nur wo zur guten juristischen Schulung auch ein gewisses Sprachgefühl hinzutritt, sind tüchtige juristische Leistungen möglich.“ (von Künßberg 2017, S. 44).

Auch in jüngerer Zeit beschäftigen sich Juristen mit Fragen der Verständlichkeit und des Sprachstils. In Ihrem Studium haben Sie wahrscheinlich von Fritz Schönherr's Buch „Sprache und Recht“ (Schönherr 1985) gehört und von Tonio Walters „Kleine Stilkunde für Juristen“ (Walter 2017). Der Finanzrechtler Werner Doralt stellt seinen Werken zum Steuerrecht eine „Kleine Stilkunde“ voran. Der Jurist Peter Bydlinki forscht an der Universität Graz zum Thema „Modernisierung des ABGB, vor allem in sprachlicher Hinsicht (ABGB in Klarsprache)“ (Universität Graz 2021).

Werden Sie von Ihren Korrespondenzpartnern immer richtig verstanden? Können Sie sich sicher sein, Ihr Gegenüber für Ihr Anliegen

¹Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Buch auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten natürlich gleichermaßen für alle Geschlechter.

zu gewinnen? Um präzise und gesetzeskonform zu formulieren, bedienen Sie sich der juristischen Fachsprache. Dabei sind viele Ihrer Formulierungen vermutlich unnötig kompliziert, weil Sie es so gelernt haben und es so gewohnt sind.

Dieses Buch beschäftigt sich vor allem mit der Transformations-
sprache, also mit Texten von Experten für Laien. Auch innerhalb der
Transformationssprache gibt es weitere Abstufungen. Laien können
mehr oder weniger Fachwissen haben. Das Spektrum reicht von der
Universitätsprofessorin einer nichtjuridischen Fakultät bis zum Hilfs-
arbeiter mit geringem Bildungshintergrund. Aber auch als Verfasser
von Fachtexten profitieren Sie von diesem Buch: Ihre Fachtexte sind
wirkungsvoller, wenn Sie die Regeln der Verständlichkeit und der
Empfängerorientierung einhalten.

Fachsprachen, wie die der Medizin, der IT, der Linguistik oder der
Rechtswissenschaften, ermöglichen klare Kommunikation unter Fach-
leuten. Komplexe Sachverhalte werden mit normierten Fachbegriffen
präzise und kurz benannt. Trotzdem hat das „Juristendeutsch“ einen
schlechten Ruf. Schuld daran ist nicht die Fachterminologie (Fach-
wörter kann man in Klammer gesetzt erläutern oder in einem Glossar),
sondern die strukturelle Unverständlichkeit, zum Beispiel durch
viel zu lange Sätze mit mehreren Nebensätzen. Wie Fachsprachen
funktionieren, wird in Kap. 2 behandelt.

1.2 Verständlichkeit

Erfolgreiche Rechtssprache ruht auf drei Säulen. Als erste Säule
fungiert die Verständlichkeit. Sie ist die Voraussetzung für gelingende
Kommunikation. Es gibt genügend sprachliche Mittel, mit deren
Hilfe Sie eine schwierige Materie verständlich machen können,
ohne zu simplifizieren. Verständlichkeit lässt sich messen. Komplexe
Algorithmen berechnen zum Beispiel den Hohenheimer Verständlich-
keitsindex eines Textes.

Manche Juristen sind der Meinung, Laien mit unverständlichem
Fachjargon beeindrucken zu können. Dieser Schuss kann aber auch
nach hinten losgehen. Eine Studie der amerikanischen Universität

Princeton kam zum Ergebnis, dass Autoren von unnötig komplizierten Texten für weniger intelligent gehalten werden. Autoren von gut verständlichen Texten werden dagegen für intelligenter gehalten (Oppenheimer 2005, S. 139–140). Kap. 3 zeigt auf, welche Faktoren die Verständlichkeit behindern und welche sie fördern.

1.3 Empfängerorientierung

Die zweite Säule erfolgreicher Rechtssprache ist die Empfängerorientierung. Rücken Sie Ihr Gegenüber in den Mittelpunkt, versetzen Sie sich in seine Situation und beschreiben Sie einen Sachverhalt aus der Sicht des Empfängers.

Eine sprachliche Mitteilung ist nie eindeutig. Jede Aussage hat mehrere Aspekte, deshalb ist es notwendig, „zwischen den Zeilen“ zu lesen. Nehmen Sie zum Beispiel die Korrespondenzfloskel: *Hiermit teilen wir Ihnen mit ...* Was steht hier zwischen den Zeilen? *Wir sind dir überlegen, du bist uninformiert, nimm das hin und melde dich nicht noch einmal!* Viel freundlicher klingt es dagegen so: *Bitte beachten Sie, ...*

Wenn Sie zwischen den Zeilen lesen können, erkennen Sie versteckte Motive Ihres Dialogpartners und können direkt darauf reagieren. In Kap. 4 erfahren Sie, wie Sie durch Achtsamkeit und Einfühlung Ihre Adressaten überzeugen können.

1.4 Sprachstil und Corporate Code

Das letzte Kapitel behandelt die dritte Säule erfolgreicher Kommunikation: den angemessenen Sprachstil. Ich habe eine Methode für Unternehmenssprache entwickelt, die diese drei Säulen vereint und zu einem wiedererkennbaren Sprachstil führt: Corporate Code (vgl. Dunkl 2015). Nicht nur Einzelpersonen haben einen individuellen Sprachstil, auch Unternehmen und Organisationen können einen zu ihnen passenden und wiedererkennbaren Sprachstil entwickeln (Wobei der Sprachstil in Gesetzen, Urteilen und Bescheiden kaum eine Rolle spielt, denn dort sollen Themen abstrahiert vom Autor behandelt

werden). Im Corporate Code steuern sogenannte Corporate-Code-Marker (CCM) den spezifischen Sprachstil einer Organisation. Die CCM sind Stil-Erkennungsmerkmale. Zum Beispiel definiert ein CCM, welche Grußformeln in der Korrespondenz verwendet werden, während ein anderer CCM definiert, ob der eigene Organisationsname immer in Versalien oder in Groß- und Kleinschreibung zu setzen ist. Auch grammatische Eigenschaften, wie das Ausmaß von Nominalstil oder Passivformen, werden in den CCMs definiert.

Ein unverwechselbarer Schreibstil ist nicht nur für Unternehmen vorteilhaft, sondern auch für Verwaltungseinrichtungen, Organisationen, Behörden und Anwaltskanzleien. Rechtsanwaltsfirmen nutzen heute das gesamte Instrumentarium des Marketing und der Public Relations. Aber auch Behörden, Staatsanwaltschaften und Gerichte bemühen sich vermehrt um Verständnis in der Öffentlichkeit. Der Sprachstil von Juristinnen und Juristen darf sich in einer modernen Gesellschaft nicht durch veraltete Floskeln auszeichnen. So wie das Corporate Design mittels Logo und Firmenfarben für einen einheitlichen optischen Auftritt sorgt, sorgt der Corporate Code durch Sprachstilregelungen für einen einheitlichen und adäquaten sprachlichen Ausdruck, egal ob Anwaltskanzlei oder Behörde.

Befolgen Sie die drei einfachen Grundsätze: Verständlichkeit, Empfängerorientierung und angemessener Sprachstil. Dann werden Sie mit Ihren Rechtstexten Ihr Ziel erreichen!

Literatur

- Dunkl M (2015) Corporate Code – Wege zu einer klaren und unverwechselbaren Unternehmenssprache. Springer Gabler, Wiesbaden
- Oppenheimer DM (2006) Consequences of erudite vernacular utilized irrespective of necessity: problems with using long words needlessly. *Appl Cogn Psychol* 20:139–156 published online 31 October 2005 in Wiley InterScience. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/acp.1178>. Zugegriffen: 26. Febr. 2021
- Schönherr F (1985) Sprache und Recht. Manz, Wien