

utb.

Lydia Prexl

Alles, was Ingenieur:innen über Deutsch wissen müssen



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau Verlag · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main



Dr. Lydia Prexl ist Dozentin und PR-Managerin.
2019 wechselte sie zu einem Start-up und baute die
Kommunikation dort von der Pike auf.

Lydia Prexl

**Alles, was
Ingenieur:innen über
Deutsch wissen müssen**

UVK Verlag · München

Umschlagabbildung: © af_istocker · iStockphoto; Autorenfoto: © privat

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

© UVK Verlag 2022

- ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de

eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

CPI books GmbH, Leck

utb-Nr. 5118

ISBN 978-3-8252-5118-5 (Print)

ISBN 978-3-8385-5118-0 (ePDF)

ISBN 978-3-8463-5118-5 (ePub)



Inhalt

Vorwort	9
Bevor es losgeht – Was macht gute Texte eigentlich aus?	15
1 Der Ingenieur als Märchenonkel? Warum Texte eine Geschichte brauchen	17
1.1 Die Magnetbotschaft	21
1.2 Wenn Pyramiden Kopfstand machen	22
1.3 Ein Loblied auf das Imrad – Wie Einleitung und Schluss den Text umrahmen	26
1.4 Alle Macht dem Publikum oder warum der rote Faden so wichtig ist	29
1.5 Alles klar oder was? Die goldene Regel des Schreibens	31
1.6 Fastfood für Texte – Was Hamburger und Absätze gemeinsam haben	35
2 Warum einfach, wenn's auch kompliziert geht? Texte verständlich formulieren	39
2.1 Zwischen Fachsprache und Kauderwelsch – Ein Plädoyer für mehr Verständlichkeit	40
2.2 Die Phänomenalisierung der Sprache	44
2.3 Gut geschachtelt ist halb verloren	47

2.4	Entrümpelte Sprache – Wie Sie Ihren Text von unnötigem Ballast befreien	50
2.5	Nominalstil für Fortgeschrittene – Warum konkret, wenn es auch abstrakt geht?	55
2.6	Hilfsverberitis – Warum zurückhaltend gedacht nicht unbedingt gekonnt ist	57
2.7	Männlich, weiblich, unsäglich – Ein Geschlecht auf Abwegen	59
2.8	Die Sache mit dem Ung	63
2.9	Wider das Passiv – Es lebe das Aktiv!	65
2.10	Richtige Ottograffi oder was?	67
2.11	Von Großschreibung und anderen Schwierigkeiten	70
2.12	Ein Apostroph auf Rei’sen	73
2.13	Man, es, wir? – Die Frage nach dem Wörtchen „ich“	76
2.14	Über, unter, meta-was? Den Text sprachlich kommentieren	78
2.15	Eine Ode an das Komma	81
2.16	Bin ich zu alt – oder ist das einfach kein Deutsch?	85
2.17	Denglisch – ein Win-win für alle?	89
2.18	Ein Erfolg, zwei Erfolge, viele Erfolgens	93
2.19	Auf der Spur des Allereinzigsten – oder warum Hyperlative unsinnig sind	95
2.20	Mal ehrlich: Heißt es Mal oder mal?	98

3	Ein guter Stil und nun? Auch das Drumherum will gelernt sein	103
3.1	Fremde Federn taugen nicht – Vom Plagiat zum korrekten Verweis	103
3.2	Von Quellen ohne Wasser	106
3.3	Von wissenschaftlichen und anderen Quellen	109
3.4	Die Kraft der Bilder	114
3.5	Von Zahlen, Daten und Fakten – Oder warum weniger Präzision manchmal mehr ist	117
3.6	Tipps für einen schlechten Vortrag	121
3.7	Wo geht es in die Zeitung?	124
3.8	Wenn Männer Hunde beißen oder Pressearbeit für Ingenieur:innen	127
4	Was, wenn's mal nicht klappt? Von Schreibhürden und anderen Schwierigkeiten	133
4.1	Schreibschmerz – Die Rahmenbedingungen kennen	134
4.2	Die hohe Kunst der Textrückmeldung	137
4.3	Auch Texte kennen Vorfahrtsregeln	141
4.4	Keine Chance für Zeitdiebe	143
4.5	Heute schon einen Frosch gefrühstückt?	147
4.6	Tomaten für mehr Disziplin	149
4.7	Zwischen Eichhörnchen und Abenteurer: Die verschiedenen Schreibtypen	152
4.8	Was tun, wenn es stockt? Der Umgang mit Schreibschwierigkeiten	156
	Anstelle eines Nachworts: Üben, üben, üben – und Ruhe bewahren	165

Lösungen	167
Anhang	173
Checkliste I: Die wichtigsten Stilregeln im Überblick ...	173
Checkliste II: Die wichtigsten Kommaeregeln	175
Checkliste III: Den eigenen Text überarbeiten	177
Checkliste IV: Rückmeldung auf fremde Texte geben ...	180
Checkliste V: Richtig zitieren	182
Stichwortverzeichnis	187

Vorwort

„Dem Ingenieur ist nichts zu schwör.“ – Das wusste schon Daniel Düsentrieb vor über 65 Jahren. Doch was Ingenieur:innen im Beruf zu ausgefeilten technischen Konstruktionen und Prozessen bewegt, schlägt sich in Texten manchmal als unverständliches Kauderwelsch nieder. Dort ist dann die Rede von „Tauchmotorenpumpen-Instandhaltungskosten“ und „Leichtbetonstein-Direktschalldämmungsmaßnahmen“, von „Highlights und Best-Practices im Upcycling“, von der „Durchführung der Überprüfung der Wirkung der Sanierungstechnologien“ oder vom „Multi-Flow-Prinzip zur Reduzierung der Luftverwirbelungen in Verbindung mit einem eingelassenen Softeinlass zur Pulsationsreduktion“.

Kommt Ihnen bekannt vor? Wenn Sie sich an solchen Formulierungen nicht stören, dann sollten Sie das Buch aus der Hand legen. Vielleicht gehören Sie aber zu jenen Ingenieur:innen, die es gerne besser machen möchten und nur nicht wissen, wie? Genau an diese Leser:innen richtet sich dieses Buch. Denn gute und verständliche Texte zu verfassen ist zwar anspruchsvoll, aber kein Hexenwerk. Sie können es lernen – auch ohne ein Sprachgenie zu sein.

Doch was haben Ingenieurwissenschaften überhaupt mit Schreiben zu tun? Sehr viel, denn die schönsten Konstruktionen bringen nichts, wenn die Kundin oder Geldgeber Sie nicht versteht. Auch Ingenieur:innen müssen mehr können als rechnen, planen, konstruieren und analysieren. Sie müssen ihre Ergebnisse anderen Menschen präsentieren und sie davon überzeugen. Der Ingenieur:innen leben also – wie nahezu alle akademischen Berufe – von der Kommunikation, und diese Kommunikation ist häufig schriftlich. Sie schließt Analysen und Berichte ebenso ein wie Stellungnahmen, Powerpoint-Präsentationen und Forschungsbeiträge oder die tägliche Flut von E-Mails.

Vielleicht vorab: Ich bin keine Ingenieurin. Ich habe keine Ahnung, wie man ein Hochhaus gründet, einen Damm baut oder einen Elektromotor oder eine Hochdruckpumpe konstruiert. Ich verstehe nichts von Formeln und Zahlen – vermutlich habe ich mich deshalb dafür entschieden, Literaturwissenschaft zu studieren. Aber ich weiß, wie Texte funktionieren. Und wie man seine Botschaften so verpackt, dass es die Zielgruppe versteht und im besten Fall gerne liest oder hört. Dieses Wissen möchte ich weitergeben.

So entstand die Idee zu diesem Buch aus meiner Tätigkeit in einer Ingenieurberatung. Als Pressereferentin verwendete ich einen großen Teil meiner Arbeitszeit darauf, Textentwürfe der Fachexpert:innen in ein verständliches Deutsch zu übersetzen. Auch bei meiner Tätigkeit bei einem großen Industriedienstleister und gegenwärtig in einem Startup bin ich umgeben von tollen Geschichten und Ideen, die unverständlich und umständlich zu Papier gebracht werden. Der Hang zu komplizierten Sätzen zieht sich scheinbar durch viele Branchen und ist keinesfalls auf Ingenieur:innen beschränkt. BWLer:innen werfen mit Marketingjargon und hochtrabenden Kennzahlen (KPIs) um sich; Tekkies leiden unter Denglisch, und im Startup werfen die Gründer:innen mit Superlativen und „Bullshit-PR“ um sich, weil das „eben so üblich ist“.

Der vorliegende Ratgeber will helfen. Dabei ist nichts von alledem in Stein gemeißelt. Stattdessen beruhen die nachfolgenden Kapitel ausschließlich auf meiner Erfahrung und jenem Wissen, dass ich mir in vielen Gesprächen und Recherchen angeeignet habe. Nicht alles, was folgt, wird für Sie persönlich oder Ihr Schreibprojekt relevant sein. Manchmal kann es sogar erforderlich sein, dass Sie sich von den Empfehlungen und Tipps distanzieren und einen anderen Weg einschlagen. Denken Sie beim Lesen dieses Buches daher immer daran, dass Sie der Autor oder die Autorin Ihrer Texte sind. Sie kennen die konkreten Anforderungen oder Konventionen Ihrer Fachdisziplin und

Sie wissen am besten, welche Strategie für Sie persönlich funktioniert und welche nicht.

Um gleich aus dem Nähkästchen zu plaudern und es anschaulich zu machen: In früheren Büchern von mir war ich eine überzeugte Anhängerin des generischen Maskulinums. Meine Argumentation: Immer die weibliche Form mitnennen ist lang und umständlich und erschwert das Textverständnis; Abkürzungen mit Binnen-I oder Schrägstrich empfinde ich ebenfalls als unleserlich. In diesen Büchern findet sich daher immer ein Passus, in dem ich darauf hinweise, dass weibliche Leser, Autoren, Wissenschaftler selbstverständlich mit eingeschlossen sind (mehr dazu auch in Kapitel 2.7).

Mittlerweile glaube ich, dass es nicht reicht, Frauen nur mitzumeinen. Gleichzeitig werden Sie bei aufmerksamer Lektüre feststellen, dass ich nicht immer beide Geschlechter nenne. Wenn ich von der Lesersicht schreibe, müsste ich auch die Leserinnensicht nennen. Gleiches gilt für Worte wie Autorschaft, Leserschaft, Leserorientierung und dergleichen zusammengesetzte Nomen mehr. Ich habe also selbst noch keine Lösung gefunden, die einerseits beiden Geschlechtern und andererseits meinem subjektiven Empfinden für Sprachästhetik gerecht wird.

Sprache formt die Wirklichkeit, und so sehe ich es heute als meine Pflicht, mich mit dem Thema einer gendersensiblen und vorurteilsfreien, klischeearmen Sprache auseinanderzusetzen. Das Ergebnis sind gewisse Inkonsistenzen – mal spreche ich nur vom männlichen, mal vom weiblichen Geschlecht, mal von beiden. Und bei Wortzusammensetzungen – ich will es ganz offen zugeben – erschien mir die maskuline Form als die verständlichere.

Verstehen Sie dieses Buch daher bitte nicht als Regelwerk – der Duden ist hier ein sehr viel besserer Lehrer als ich es je sein könnte. Mein Ziel ist es, Sie dazu anzuregen, über Ihre mündliche und schriftliche Ausdrucksweise nachzudenken. Ja, Sie werden ihn finden, den erhobenen, mahnenden Zeigefinger, aber zugleich soll es Ihnen Spaß

machen, die Texte zu lesen. Ich will nicht an das Schreckensbild eines qualvollen, längst überstandene geglaubten Deutschunterrichts anknüpfen, sondern bei Ihnen vor allem die Lust am Schreiben wieder wecken.

Ich wünsche Ihnen eine unterhaltsame Lektüre und frohes Schreiben!

Schriesheim, August 2021

Lydia Prexl

Das sollten Sie vorab über dieses Buch wissen

Das Buch gliedert sich in vier Teile. Der erste Teil widmet sich der Frage, was gute Texte eigentlich auszeichnet. Das ist insbesondere eine präzise Botschaft und daraus abgeleitet eine klare Struktur. Der zweite Teil befasst sich konkret mit der Sprache. Stil ist etwas sehr Subjektives – das haben Sie sicher schon bei eigenen Text erfahren: Der eine mag es detailliert und variantenreich, der andere kurz und knapp. Und doch gibt es gewisse Prinzipien, die sich für informative Texte bewährt haben. Was Sie dagegen in Ihrer Freizeit poetisch ersinnen, ist von diesem Prinzipien unbenommen. Der dritte Teil widmet sich konkreten Textsorten und dem „Drumherum“ – etwa Fragen zum Abstract, zum Zitieren oder zu Pressemeldungen. Der vierte Teil schließlich setzt sich mit der Frage auseinander, was Sie tun können, wenn es mit dem Schreiben nicht klappt – wie Sie also Schreibhürden überwinden können. Wo es mir sinnvoll erschien, habe ich Übungen eingebaut – eine mögliche Lösung finden Sie am Ende des Buches. Sie können das Buch von vorne bis hinten „durcharbeiten“ – dann benötigen Sie etwa drei Stunden Lesezeit. Sie können die einzelnen Kapitel jedoch auch unabhängig voneinander kreuz und quer lesen – je nach Lust und Laune. In diesem Fall lässt sich das Buch auch als

eine Art „Nachschlagewerk“ auffassen. Am Ende des Buches finden Sie einige Checklisten, um das Gelesene zu vertiefen.

Hinweis! Gendern

In diesem Buch wird die weibliche Form in der Regel mit einem Doppelpunkt abgetrennt oder beide Geschlechter genannt. Bei zusammengesetzten Substantiven wird nur die männliche Form genutzt.

Bevor es losgeht - Was macht gute Texte eigentlich aus?

Was macht einen guten Text aus? Wenn ich Workshops zum Schreiben halte, ist das immer meine erste Frage. Die zweite Frage lautet: Welche Fähigkeiten braucht es, um einen guten Text zu schreiben? Beide Fragen zeigen auf der Hand, sich nur wenige Menschen haben sich schon einmal damit befasst. Weshalb auch?

Und doch wissen wir eigentlich alle, was zu einem guten Text dazu gehört und was nicht. Eine klare Struktur beispielsweise und eine präzise Sprache. Schachtelsätze, Fremdwörter, Anglizismen und komplizierte Genitivkonstruktionen machen einen Text dagegen eher sperrig. Es ist erstaunlich, wie viele Dinge den Seminarteilnehmer:innen einfallen, wenn sie erst einmal beginnen, sich mit der Frage zu befassen. Nicht weniger erstaunlich ist, dass selbst heterogene Gruppen immer wieder zu den gleichen Antworten kommen. Studierende unterschiedlichster Fachdisziplinen, Ingenieur:innen, BWLer, Beamtinnen im öffentlichen Dienst, Mitarbeiter:innen der Universitätsbibliotheken, Menschen aus sozialen Einrichtungen – sie alle haben ein instinktives Gespür dafür, was einen guten Text ausmacht. Es scheint also ein universales Prinzip guter Texte zu geben, das wir uns nur nicht bewusst machen.

Die Übung zeigt auch, dass wir ebenfalls wissen, was es braucht, um einen guten Text zu schreiben. Zumindest in der Theorie. Ausdauer gehört dazu und Disziplin, Kreativität, Motivation und Zeitmanagement, Fachkenntnisse und Stilkompetenz, rhetorisches Geschick, Wortgewandtheit, und vieles mehr. Das ist der Grund, weshalb Schreiben nicht immer leicht ist: Wir müssen viele Fähigkeiten gleichzeitig

beherrschen und können nicht erst einen Punkt abarbeiten, bevor wir uns dem nächsten widmen.

Die wichtigsten zwei Eigenschaften, die einen guten Text ausmachen, sind dennoch sehr einfach:

- Man braucht eine Botschaft und ...
- man muss diese Botschaft klar kommunizieren.

Das erste setzt voraus, dass man etwas zu sagen hat. Wer nichts zu sagen hat, sollte auch nichts schreiben. So einfach ist das. Inhaltsleere Texte gibt es leider schon in Hülle und Fülle. Das zweite setzt ein wenig Übung und Fleiß voraus. Doch gutes Schreiben ist ein Handwerk – es lässt sich lernen.

Der erste Teil des Buches widmet sich der Frage nach einem guten Text auf der Makroebene, also auf Ebene der Inhalte und der Struktur. Im zweiten Teil geht es dann um die Mikroebene, also die Ebene des Satzbaus und der Wortwahl.

1 Der Ingenieur als Märchenonkel?

Warum Texte eine Geschichte brauchen

Menschen lieben Geschichten – ob spannend, gruselig, romantisch oder rätselhaft. Davon können auch sachliche Texte profitieren.

Längst ist der Begriff des **Storytelling** zu einem geflügelten Wort im Marketing und in der Pressearbeit geworden. Nicht Zahlen und Fakten, sondern Geschichten sollen Kund:innen zum Kauf von Produkten animieren oder das Image eines Unternehmens verbessern. Doch was ist dran am Geschichtenerzählen und inwiefern lässt sich die Idee auf Fachtexte anwenden?

Seit jeher erzählen sich Menschen Geschichten – ganz freiwillig, an allen Orten und in allen Gesellschaften. Das Geschichtenerzählen ist so alt wie die Menschheit selbst und tief in uns verwurzelt. Aus diesem Grund bezeichnete der schottisch-amerikanische Philosoph Alasdair MacIntyre den Menschen als *storytelling animal*, denn die Fähigkeit, Geschichten zu erfinden und zu teilen ist eine Besonderheit, die uns von allen anderen Tieren abhebt.

Schön, werden Sie denken, doch was hat das mit sachlichen Gutachten, nüchternen Berichten oder präzisen Fachartikeln zu tun?

Nun, Kommunikation im Berufsleben hat vor allem die Funktion, die Geschäftspartner:innen, Kund:innen, Kolleg:innen oder Mitarbeiter:innen zu überzeugen: von der eigenen Kompetenz, von der Qualität der Leistungen, vom Unternehmen oder Ähnlichem. Laut Robert McKee, US-amerikanischer Dozent für kreatives Schreiben und Drehbücher, gibt es zwei Wege, um Menschen zu überzeugen: rational durch **Zahlen und Fakten**, oder emotional durch eine **Geschichte**.

Der erste Weg ist Ihnen bestens vertraut: Indem Sie sich auf Fakten und Ihr Fachwissen berufen, etablieren Sie sich als Experte oder

Expertin. Das ist auch gut so, schließlich wollen Sie ja als kompetent wahrgenommen werden, seien Sie nun in Ihrer Rolle als Gutachter:in, Dienstleister:in, Vorgesetzte:r, Mitarbeiter:in oder Teammitglied angesprochen. Fachwissen und Zahlen und Fakten müssen also sein, keine Frage.

Doch müssen sie immer und an erster Stelle stehen? Ich will hier eine Lanze brechen für den zweiten Weg: Überzeugen durch Geschichtenerzählen. Geschichten berühren uns. Sie unterhalten uns. Sie machen uns neugierig. Eine gute Geschichte bringt uns dazu, uns die Nacht um die Ohren zu schlagen, weil wir wissen wollen, wer der Mörder ist oder ob die Liebenden zu einem Happy End finden. Einer guten Geschichte sind wir quasi hilflos ausgeliefert.

Warum das so ist, darüber gibt es mittlerweile dicke Abhandlungen und Theorien. Fest steht: Wir können gar nicht anders als mitfiebern und mitfühlen. Das hat mehrere Gründe. Geschichten sind zum Beispiel einfacher zu verstehen und zu merken als trockene Fakten. Sie sprechen auch unsere Gefühle und damit unser emotionales Gedächtnis an. Und sie stellen eine Nähe zwischen der Botschaft hinter der Geschichte und den Leser:innen her – die Aufmerksamkeit ist also höher.

Machen Sie sich diese Vorliebe beim nächsten Vortrag oder dem nächsten Text zu Nutze und erzählen Sie Ihrem Publikum eine Geschichte.

Spätestens jetzt werden einige von Ihnen vermutlich die Hände über dem Kopf zusammenschlagen und sich fragen, ob ich jetzt völlig übergeschnappt bin?!

Gewiss – nicht immer ist es möglich oder sinnvoll, sämtliche Inhalte in einer Geschichte zu verpacken. Das gilt etwa für Gutachten, Protokolle oder Angebotsunterlagen. Diese Texte unterliegen klaren Gepflogenheiten und teilweise expliziten Normen hinsichtlich Sprachstil und Struktur. Ich meine auch nicht, dass Sie einen Krimi oder Detektivroman schreiben sollen.