



# Reden Sie Klartext!

So vermitteln Sie Botschaften relevant und verständlich

Sehr geehrte Leserin,  
sehr geehrter Leser,

mit klaren Aussagen schaffen Sie es leichter die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen.  
Reden Sie nicht länger um den heißen Brei herum, sondern kommen Sie direkt zum Punkt.

Thilo Baum trainiert und coacht Führungskräfte und hilft Ihnen Ihre Botschaften auf den Punkt zu bringen. Außerdem hat er mehrere Bücher zu diesem Thema geschrieben und hält beim FORUM Institut Seminare.

Erfahren Sie von unserem Klartextexperten, wie Sie sich deutlich ausdrücken, aus der Menge herausstechen und mit geschickter Rhetorik in Erinnerung bleiben.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Freundliche Grüße

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sina Zeiß', with a stylized flourish at the end.

Sina Zeiß  
Konferenzmanagerin Führung & Assistenz  
FORUM · Institut für Management GmbH

# Jeder darf Sie verstehen!

## Über den Autor



**Thilo Baum, Journalist und Bestseller-Autor**

Nach seiner Karriere als Redakteur hilft er heute anderen dabei, Botschaften zielgruppenorientiert und überzeugend zu formulieren. DER Klartext-Experte überzeugt durch Individualität und Praxisnutzen.

Es ist erstaunlich, was Menschen sagen, obwohl sie angeblich etwas anderes sagen wollen. Das Latein der katholischen Kirche hatte durchaus den Zweck, dass man es nicht versteht. Jonglieren Fachleute mit Fremdwörtern, ist das ähnlich: Wer gebildet ist, scheint das im deutschen Sprachraum unbedingt anderen zeigen zu müssen. Die Folge dabei ist natürlich, dass sich die Reichweite verringert: Je spezieller unsere Worte sind, desto weniger Menschen verstehen uns. Wir verlieren diese Menschen, für die wir doch angeblich kommunizieren. Natürlich sind die Botschaften zwischen den Zeilen andere als die der Worte: Wer sich geschwollen ausdrückt, rückt die Botschaft in den Hintergrund und sagt – oder schreibt – eher etwas über sich selbst als das, worum es geht. Oft frage ich mich: Wissen die Menschen eigentlich, was sie da sagen? Oder denken sie, die Leute seien so doof, dass sie es nicht merken? Mein Prinzip dazu lautet: Jeder darf Sie verstehen! Wenn Sie etwas zu sagen haben, wovon Sie wollen, dass man es versteht, dann drücken Sie sich einfach deutlich aus. Es gibt keinen Grund, die Botschaft durch eine extravagante Wortwahl in den Hintergrund zu rücken. Es sei denn, Sie wollen etwas anderes sagen – nur: Dann sagen Sie es doch einfach.

*Tim: Das neue Incentive ist ein Super-Trigger. Mit dem knallen wir den Kundennutzen so über die Benchmark, dass der Mitbewerber sich was einfallen lassen muss.*

*Patrick: Noch ist es ein Projektvorhaben in der Planungsphase. Unter Berücksichtigung der aktuellen Lage sollten wir vor jeder Ausgabe in besonderer Weise in Erwägung ziehen, dass unsere Liquidität nicht durch unüberlegte Hauruck-Aktionen in Mitleidenschaft gezogen wird.*

*Susann: Wenn das Projekt sowieso zu teuer ist, warum reden wir dann darüber?*

Wer von den dreien spricht in Ihrer Wahrnehmung am angenehmsten? Klar: Es ist Susann. Sie fällt auf, indem sie ganz normal spricht. Sie verweigert sich den Phrasen ihrer Kollegen. Ist das nicht faszinierend? Mit guter Rhetorik finden wir zu einer Sprache zurück, die die Menschen als »normal« empfinden – das Gegenteil von abgehoben. Kommen wir zurück zu Formulierungen und Wörtern, die wir früher einmal kannten, die heute aber unter dem Müllberg des modernen Geschwätzes vergraben sind:

- Incentive: nichts weiter als ein Anreiz, oft in Form einer Veranstaltung oder eines Geschenks.
- Trigger: nichts weiter als ein „Auslöser“.
- Benchmark: nichts weiter als der „Maßstab“.
- Mitbewerber: nichts weiter als die „Konkurrenz“.
- Projektvorhaben: nichts weiter als ein „Projekt“: Was wir nicht vorhaben, ist kein Projekt.
- Planungsphase: nichts weiter als „Planung“ oder auch nur „Plan“.
- Berücksichtigung der aktuellen Lage: Aus dem Substantiv „Berücksichtigung“ lässt sich die „Rücksicht“ herauschälen. Da eine vergangene Lage nicht gemeint sein wird: „Rücksicht auf die Lage“. Und das heißt letztlich nur: Etwas ist, wie es ist.
- in besonderer Weise: nichts weiter als „besonders“ – es ist nur aufgeblasen.
- in Erwägung ziehen: nichts weiter als „erwägen“.
- unüberlegte Hauruck-Aktionen: „Hauruck-Aktionen“. Diese sind an sich schon unüberlegt. Sonst wären es keine „Hauruck-Aktionen“.
- in Mitleidenschaft ziehen: viel Wortgeklänge für das einfache Wort „schaden“.

Eine Menge Phrasen, finden Sie nicht? Ich vermute, dass solche Tims und Patricks Bewunderung erwarten für ihre außergewöhnliche Sprache – aber ich höre fast nur Luft. Sobald wir die Luft rauslassen, bleibt

in wenigen Worten übrig, was gemeint ist. Gekürzt sieht das Gespräch so aus:

Tim: *Der Fallschirmsprung-Gutschein reizt unglaublich. Damit übertreffen wir die besten Ideen der anderen. Die Konkurrenz wird platt sein.*

Patrick: *Noch ist das Projekt ein Plan. Bevor wir Geld ausgeben, müssen wir schauen, dass wir flüssig bleiben.*

Susann: *Wenn das Projekt sowieso zu teuer ist, warum reden wir dann darüber?*

Sie merken: Susann ist die Einzige, deren Worte wir nicht redigieren müssen – denn sie kann sprechen. Sie meint nicht, mit einer abgehobenen Sprache einfache Dinge sagen zu müssen, um wichtig zu tun. Sondern sie sagt ganz einfach, was sie denkt. Sie spricht dabei ganz normal und macht nichts komplizierter als nötig, womit sie

alle Menschen ins Verständnis einschließt. Sie klammert niemanden aus durch eine Fachsprache oder Trendsprache, durch Fremdwörter oder mit komplizierten Konstruktionen, die ein Zuhörer erst entwirren und auflösen müsste. Denn es geht ihr nicht um Spielchen, sondern um Verständnis. Und dadurch wirkt sie sympathischer als ihre Kollegen.

# Wollen Sie, dass man Sie hört?

Und Sie? Wollen Sie, dass man Sie hört in diesem rauschenden Infomeer? Dann sollten Sie den Markt der Informationen so sehen, wie er ist:

- An aufgeblasenen Texten herrscht kein Mangel – schriftlich und mündlich.
- Wenn Sie etwas zu sagen haben, sollten Sie bei diesem Irrsinn nicht mitmachen. Es wäre schade um Ihre Botschaft.
- Die öffentliche Kommunikation überschwemmt uns mit irrelevanten Informationen. Dazu sollten Sie nicht beitragen – es sei denn, Sie wollen sich einen Namen als Spammer machen.
- Der Sinn pro Informationsmenge wird immer geringer. Da heute jeder publizieren

kann, schreibt jeder über alles. Die Anmaßung, jeder könne schreiben, nimmt ebenso zu wie die Missachtung des Handwerks. Was laienhaft wirkt, verliert Reichweite.

- Zugleich gilt unter Experten nach wie vor der Irrtum als Weisheit, es sei gut, sich besonders geschwurbelt auszudrücken. Das heißt: Sehr viele Leute, die öffentlich kommunizieren, verstehen nicht, dass es um Relevanz und Verständlichkeit geht, beides jeweils aus Empfängersicht.

Wenn Sie in diesem Umfeld wahrnehmbar sein wollen, sind einige Dinge nötig:

- Distanzieren Sie sich von jeder Form aufgeblasener Sprache – schriftlich und mündlich. Drücken Sie sich einfach aus und sagen Sie nicht mehr, als zu sagen ist.

Damit stechen Sie schon einmal aus dem Meer der inflationären Schaumschlägerei heraus.

- Bringen Sie niemals etwas Irrelevantes. Sie gehen damit nur den Menschen auf die Nerven.
- Achten Sie beim Publizieren unbedingt auf Relevanz, und publizieren Sie professionell. Eignen Sie sich das Handwerk des Formulierens an und richten Sie sich danach.
- Verabschieden Sie sich von dem Irrtum, der „elaborierte Sprachcode“ der Germanisten zeuge in irgendeiner Weise von Intelligenz oder Klugheit. Oft ist das Gegenteil der Fall.

## Quellennachweis

Text: Auszug aus dem Buch „Komm zum Punkt!“ von Thilo Baum

---

## Weitere Angebote finden Sie hier:

### Kommunikation und Rhetorik als Geheimwaffe für Ihren beruflichen Erfolg!

Erfahren Sie in unseren Seminaren, wie Sie Ihren Führungsstil dank rhetorischer Hilfsmittel verbessern und somit Ihre Kommunikation präzise einsetzen können. [Jetzt informieren.](#)

### e-Learning – Klicken und Lernen

Das FORUM Institut bietet mit hochwertigen e-Learning-Programmen eine flexible Weiterbildungsform. Entscheiden Sie selbst, wann und wo Sie lernen. [Jetzt gratis testen.](#)

### Inhouse-Seminare – Maßgeschneiderte Lösungen

Alle unsere Seminare eignen sich auch hervorragend als [Inhouse-Training](#). Jetzt individuelles [Angebot anfordern](#).

