

## Weniger ist mehr

Wir müssen unsere digitale Welt an vielen Punkten überschaubarer und damit bewältigbarer gestalten. Das bedeutet, dass wir uns vor dieser Reizüberflutung bewahren und gleichzeitig auch darauf achten müssen, dass die biologisch fundierte nonverbale Kommunikation gepflegt wird. Wir müssen uns anleiten, bestimmte Dinge konzentriert und kontrolliert über längere Zeit zu bewältigen. Vor allem müssen wir lernen, dass «weniger mehr ist». Die Konzentration auf Wesentliches muss in Zukunft im Vordergrund stehen und nicht die Hingabe an das Beliebige.

Der Mensch ist im wahrsten Sinne des Wortes blind für das, was um ihn herum passiert. Man muss sich vergegenwärtigen, dass pro Sekunde etwa elf Millionen Bit auf unser Sensorium treffen. Davon nehmen wir lediglich elf bis fünfzig Bit (!) pro Sekunde bewusst wahr. Was unbewusst den Weg in unser Gedächtnis findet, wissen wir nicht genau. Wir vermuten, dass ungefähr ein Drittel – also circa drei Millionen Bit – ins Unbewusste gelangen. Das, was wir bewusst wahrnehmen, wird von der «Taschenlampe der Aufmerksamkeit» gesteuert. Wir richten den Strahl der Aufmerksamkeit auf einen kleinen, subjektiv ausgewählten Teil der Welt und nehmen alles wahr, was sich im hellen Schein dieses Aufmerksamkeitsstrahls befindet. Alles, was sich ausserhalb dieses Strahls befindet, erkennen wir gar nicht. Wir sind blind für diesen Teil der Welt. Wir sollten aber, gerade weil wir in einer sich globalisierenden Welt leben, den Taschenlampenstrahl unserer Aufmerksamkeit auch auf andere Aspekte der Welt lenken. Das erweitert im wahrsten Sinne des Wortes unseren Horizont. Wir fügen dann unserem Erfahrungsschatz neue und oft wertvolle Informa-

tionen hinzu und lernen, andere Menschen und andere Kulturen mit anderen «Augen» zu sehen. Da sich unser Denken auf der Basis unserer Erfahrungen vollzieht, wird sich dieses durch die veränderten Erfahrungen ebenfalls verändern. Andere Positionen und Rollen einzunehmen, gegen die allgemeine Meinung zu argumentieren, schult unser Denk- und Urteilsvermögen. Für den Aussenstehenden denken wir dann quer oder einfach anders, manchmal sogar produktiver. Querdenken ist meines Erachtens eine Notwendigkeit, um in der sich globalisierenden Welt zu bestehen.

Neue Inhalte und Neue Medien haben schon jetzt zu einer kulturellen Revolution geführt, die innerhalb kürzester Zeit unsere Gesellschaft und

unser Verhalten stärker verändert haben als die Erfindung des Buchdrucks. Trauen wir uns doch, diese neuen Inhalte und Medien zu verwenden. Wir dürfen allerdings nicht vergessen, auch unsere Grundfertigkeiten zu pflegen, die für das Überleben in unserem Kulturkreis von herausragender Bedeutung sind. Denken, die Vergangenheit verstehen, Kommunizieren, Empathie und Vertrauen sind wichtige Fertigkeiten, die wir auch als Erwachsene üben müssen. Aber über allem steht die Selbstdisziplin, die über unseren Frontalkortex vermittelt wird. Sie muss erhalten und mehr denn je trainiert werden, damit wir uns in Zukunft nicht im Meer der Belanglosigkeiten und im Nebel der digitalen Welt verlieren.

# «Textqualität» im Geschäftsbericht

## — WAS IST DAS?

Wer informiert seine Aktionäre am besten? Die Frage erhält 2020 eine neue Geschmacksnote: Textqualität. Beim Schweizer Geschäftsberichte-Rating wird sie erstmals mitbeurteilt. Nur: Was ist objektiv betrachtet überhaupt ein guter Reporting-Text?

Von Fabian Dieziger

Die Ausweitung der Benotung weitet auch den Anspruch an die Investor Relations respektive Kommunikationsverantwortlichen – erfolgreiche Berichterstattung muss sich neben dem Business auch mit Worten auskennen. Ein positives Rating ist dabei nur das Sahnehäubchen der Vorteile guter Texte: Zahlen überzeugen zwar Investoren, aber nur mit guten Worten gewinnen Sie wahre Fans.

Die Kriterien zur Bewertung der Textqualität bleiben erst mal Spekulation, da sich die Fachjury (noch) bedeckt hält. Mit den folgenden Grundregeln machen Sie aber garantiert schon vieles richtig.

### Ist Ihr Text funktional, ästhetisch und inhaltlich angemessen?

Was macht aus einem formal fehlerfreien einen guten Text? Nach einem von der Uni Zürich entwickelten Raster zur Textbeurteilung geht es um die rhetorische *ars bene dicendi* – die Kunst, etwas nicht nur richtig, sondern auch gut zu sagen.

Die *funktionale Angemessenheit* erhält ein Text durch Verständlichkeit und den inhaltlichen Zusammenhang: mit einem logischen Aufbau, der stimmigen Gliederung durch Überschriften und Abschnitte und der Erklärung von Grafiken und Tabellen im

Text. Eine bewusste Dramaturgie mit Spannungsbogen packt den Leser und weckt Neugier. Stichwort Corporate Storytelling.

*Ästhetisch* begeistert ein guter Text durch Wortschatz, Satzbau, Register und Tonlage. Ein Finanzreport muss dabei vor allem die Gratwanderung zwischen standardisierter Terminologie und Leichtfüssigkeit im Wording meistern.

*Inhaltlich angemessen* wird ein Text nicht nur durch seine Informationsfunktion. Das Geschriebene soll ein bestimmtes Gefühl oder eine Handlung auslösen. Auf den Weg dahin nimmt



**FABIAN DIEZIGER**  
ist Mitgründer und Managing Partner von Supertext und leitet das operative Geschäft in der Schweiz und in Deutschland.

## Ein guter Text ist spannend aufgebaut, lebendig in der Wortwahl. Und er überrascht.

ein guter Text den Leser mit – mit verständlichem, relevantem, überraschendem Inhalt. Und indem er wagt, was vom Bekannten abweicht. Wie die letztjährige Drittplatzierte Swisscom: Unter dem Motto «Menschen begeistern» verknüpfte sie technische Neuerungen sprachlich und grafisch mit Ereignissen aus 2018. So wurde Ultra HD am Beispiel der Fussball-WM nochmals erlebbar.

Diese Merkmale gelten für Textqualität im Allgemeinen. Unsere Prognose: Sie werden garantiert Bestandteil des Ratings 2020 sein. Wollen Sie künftig zu den «100 Besten» zählen, kommen Sie um hochwertige Reporting-Texte nicht herum. So lohnt es sich spätestens jetzt, in die Texterstellung zu investieren.



Supertext macht Lesefreude. Mit Projekten für die Stadt Zürich, Migros oder Swiss Prime Site hat sich der Sprachdienstleister als Partner für mehrsprachiges Reporting einen Namen gemacht – mit Expertise vom Konzept über die Wahl der Linguisten bis zur Technik und Datensicherheit.