
Ein Wort vorweg: Schaffen Sie Kneipenwissen!

Die zwei Geschwindigkeiten des Lesens



Sie kennen die Situation: Sie lesen etwas, irgendwann kommen Sie unten auf einer Seite an und denken: »Mist! Alles gelesen – aber keine Ahnung, was drinsteht.« Sie suchen den letzten Absatz, an den Sie sich erinnern, und lesen von dort aus noch einmal.

Im Zweifel geben Sie sich selbst die Schuld. »Hab ich mich wieder ablenken lassen! Ich muss mich endlich konzentrieren!« Manchmal mögen Sie Recht haben. Aber meist liegen Sie falsch.

Seit Jahren coache ich Fach- und Führungskräfte beim Schreiben. Es geht um alle Textformate des Berufslebens: Briefe, E-Mails, Strategiepapiere, Projektberichte, Beschlussvorlagen, Newsletter und etliches mehr. Daher kenne ich viele Probleme, die beim Schreiben immer wieder auftauchen. Um sie zu lösen, ist es gut zu wissen, wie Menschen lesen.

In einer österreichischen Boulevardzeitung (Kiosk, U-Bahn, Wegwerfen) bin ich einmal auf einen Artikel gestoßen, bebildert mit einem großen und einem kleinen Foto. Auf dem großen sah man schemenhaft ein Flugzeug im knietiefen Wasser. Auf dem kleinen ein historisches Militärflugzeug in der Luft. Der Text war nur drei Sätze lang. Aber die sollten wir uns genauer anschauen.

Freigespült

65 Jahre nach der Notlandung im Meer ist jetzt ein US-Abfangjäger Lockheed P-38 Lightning (kleines Foto) an der Küste Nord-Wales wieder aufgetaucht. US-Pilot Fred Elliot (24) hatte am 27. September 1942 nach der Zwangslandung das Flugzeug verbuddelt, damit es nicht vom Feind entdeckt wird. Jetzt soll die P-38 restauriert werden.

Den Artikel habe ich ausgeschnitten und eingescannt. Oft projiziere ich ihn in Seminaren an die Wand und bitte einen Teilnehmer, ihn laut vorzulesen. Die anderen können zuhören und mitlesen. Sie sind also in einer außergewöhnlich komfortablen Situation. Wo sonst bekommen wir einen Text vorgelesen und können ihn gleichzeitig mitlesen? Drei Sätze für einen U-Bahn-Leser müssten auf diese Art doch sofort verständlich sein. Sind sie aber nicht. Fast alle Teilnehmer haben das Bedürfnis, den Artikel ein zweites Mal zu lesen. Sie auch? Womöglich lesen Sie ihn ebenfalls ein zweites Mal – oder Sie haben es schon getan.

Ist Ihnen jetzt alles klar? Woran liegt es, dass fast jeder den Text zweimal lesen muss? Entscheidend sind die zwei Geschwindigkeiten des Lesens: Die Geschwindigkeit der Augen und die Geschwindigkeit des Gehirns.

Die Sache ist einfach. Ihre Augen lesen mit einer bestimmten Geschwindigkeit und liefern Informationen ans Gehirn. Kann Ihr Gehirn sie in derselben Geschwindigkeit verarbeiten, ist alles fein.

Manchmal kommt Ihr Gehirn aber nicht hinterher. Nämlich dann, wenn Ihre Augen mehr liefern, als es verarbeiten kann. Es beschäftigt sich mit den gelieferten Informationen und lässt keine weiteren rein. Trotzdem lesen Ihre Augen weiter. Sie kommen ans Ende einer Seite und haben keine Ahnung, was drinsteht. Denn nur Ihre Augen haben gelesen, aber nicht Ihr Gehirn.

Lesen wir nochmals den ersten Satz und wir überlegen, was in Ihrem Gehirn passiert, wenn die einzelnen Informationen angeliefert werden. »65 Jahre nach der Notlandung im Meer ...«. Womöglich fangen Sie an zu rechnen. Oder Sie überlegen, ob es sich lohnt zu rechnen und verwerfen die Idee, weil die Rechnung für den Moment zu kompliziert wäre. Ihr Gehirn wird warm, der Text geht weiter: »... ist jetzt ein US-Abfangjäger Lockheed P-38 Lightning ...« Stop! Die Funktion eines Abfangjägers können Sie sich

wahrscheinlich auch als militärischer Laie zusammenreimen. Und dass es sich um einen »US-Abfangjäger« handelt, erschließt sich auch sofort. Es handelt sich aber nicht um *irgendeinen* Abfangjäger, sondern um den »US-Abfangjäger Lockheed P-38 Lightning«. Ist Ihnen dieser Flugzeug-Typ ein Begriff? Nein? Dann hat Ihr Gehirn noch mehr zu tun. Die Temperatur steigt weiter.

Jetzt kommt ein Einschub, der Verweis auf das kleine Foto. Einschübe innerhalb eines Satzes (wie Informationen in Klammern) wirken wie ein Hubbel in der Fußgängerzone. Sie fahren mit dem Auto auf ihn zu, müssen bremsen, können nur langsam drüber fahren und erst dann wieder Gas geben. Für den Text heißt das: Sie kommen mit Ihrer Lesegeschwindigkeit an und müssen bremsen, weil der Einschub Sie nötigt, an etwas anderes zu denken. Je komplizierter und je weiter er inhaltlich von der Aussage des Satzes entfernt ist, desto mehr müssen Sie überlegen. Hier sollen Sie sogar woanders *hinschauen*, nämlich aufs kleine Foto. Ihr Gehirn kriegt noch mehr zu tun. Jetzt haben Sie das kleine Foto gesehen und sind über den Hubbel hinweg. Sie lesen weiter und erfahren, wo die Geschichte spielt. Es heißt im Text, der Abfangjäger sei »... an der Küste Nord-Wales wieder aufgetaucht ...«. Vor Ihrem inneren Auge klappt vielleicht eine Landkarte Großbritanniens auf und Sie überlegen, wo Wales ist. Richtig, die Halbinsel Richtung Irland. Und nun überlegen Sie, wo *Nord-Wales* ist, also oben auf der Halbinsel. Dort stecken Sie gedanklich eine kleine rote Fahne in Ihre Landkarte.

In den wenigen Sekunden, in denen Ihre Augen all das lesen, soll Ihr Gehirn rechnen oder überlegen, ob es sich lohnt zu rechnen, den »US-Abfangjäger Lockheed P-38 Lightning« verarbeiten, das kleine Foto anschauen und Nord-Wales auf der inneren Landkarte markieren. Das ist mehr, als Ihr Gehirn in der kurzen Zeit schafft. Es ist heiß gelaufen und macht erst mal zu.

Ihren Augen ist das egal. Sie lesen weiter und liefern weitere Informationen – in Ihrem Gehirn kommt aber kaum noch was an. Und am Ende der Seite wissen Sie nicht, was Sie gelesen haben. Selber schuld? Nein! Wenn Sie einen Text ein zweites Mal lesen müssen, liegt das selten an einem Lese-Fehler, sondern meist an einem Schreib-Fehler.

Besser wäre es gewesen, der Autor hätte die Komplexität reduziert und geschrieben: »65 Jahre nach der Notlandung ist ein US-Abfangjäger an der Küste von Wales wieder aufgetaucht.« Für einen ersten Satz hätte das gereicht. Dass es um eine »Lockheed P-38 Lightning« geht, dass wir sie auf dem kleinen Foto sehen und wo genau sie in Wales notgelandet ist, hätte er uns auch später sagen können.¹

1 Für eine bessere Lesbarkeit verzichte ich auf die Nennung der weiblichen Formen. Natürlich meine ich immer Männer und Frauen, Autorinnen und Autoren, Leserinnen und Leser. Kapitel 2.5.9 beschäftigt sich ausführlich mit dem »Gendern« von Texten.

Achten Sie beim Schreiben also immer darauf, dass Sie nicht mehr Informationen liefern, als das Gehirn Ihres Lesers bei normaler Lesegeschwindigkeit bewältigen kann. Liefern Sie sperrige Details lieber nach und nach.

Was hat all das mit einer Kneipe zu tun? In Zeitungsredaktionen ist das »Kneipenwissen« ein zentraler Begriff. Planen Redakteure einen Artikel, so fragen sie sich: Wenn jemand diesen Artikel gelesen hat, was erzählt er davon am Abend in der Kneipe? Lautet die Antwort »wahrscheinlich nichts«, ist der Artikel tot. Erst wenn er so durchdacht ist, dass der Leser die Kernbotschaft versteht und sie in der Kneipe weitererzählen kann, ist der Artikel rund.

So hoch sollten Sie die Latte auch bei Ihren Texten im Job legen. Wie Sie drüber kommen, zeigt Ihnen dieses Buch.

1 Einfach selbstbewusst: Die Geisteshaltung

Warum suchen so viele Menschen Unterstützung beim Schreiben, wenn sie es in der Schule gelernt haben? Vermutlich, weil uns die Schule nur einen Teil des Schreibens beigebracht hat. In Diktaten haben wir die Rechtschreibung gelernt, die Lehrer haben versucht, uns die Kommaregeln beizubringen und den Aufbau einer Erörterung können wir im Schlaf hersagen: Einleitung, Hauptteil, Schluss. Es gibt klare Regeln und der Lehrer kann Noten verteilen. Sehr gut!

Aber die Schule hat uns nicht auf Briefe, E-Mails und Stellungnahmen vorbereitet, nicht auf Angebote, Newsletter und Broschüren, nicht auf Protokolle, Projekt-Anträge, Strategiepapiere und all die anderen Texte, die wir im Job schreiben.

Viele werden nervös, wenn sie im Berufsleben schreiben müssen. Sie hadern mit jeder Formulierung, verbrennen Zeit und Nerven und am Ende bleibt die Unsicherheit: Habe ich den Chef oder den Kunden überzeugt? Sind die Kollegen präzise informiert? Versteht mein Geschäftspartner die Idee? Ist der Text originell und sympathisch? Liest er sich gut? Liest er sich schnell? Liest ihn überhaupt jemand?

Was können Sie gegen diesen Stress tun?