



THIEME VERLAGSGRUPPE

KNOW-HOW VERSTÄNDLICH KOMMUNIZIEREN

„Wer soll das lesen?“

Markus Wenner

Sie planen gerade einen Fachzeitschriftenartikel oder eine Facharbeit im Rahmen Ihrer Weiterbildung zur Fachpflegenden Psychiatrie? Ihr Fachwissen ist das eine, es zu kommunizieren das andere. Dieser Beitrag erklärt Ihnen, worauf es bei der Planung eines Schreibprojekts ankommt und beschert Ihnen viele Leser!

Die Zeiten, in denen man sich ausschließlich auf die Erfahrung der älteren Kollegin verlassen hat („Ich frag’ mal die Kollegin...“), sind vorbei. Heute können Pflegende eine Vielzahl an Quellen heranziehen, um ihre Fragen zu beantworten, darunter Fachinformationen in Form von Fachzeitschriften und Onlinediensten. Gerade Fachzeitschriften leisten neben Internetquellen und Fachbüchern gute Dienste. Akademische wie auch zahlreiche nicht akademische Autoren erreichen auf diesem Weg immer noch die meisten Leser. Pflegende aus allen Pflegesettings informieren die gesamte Community, z. B. über ihre Erfahrungen bei der Implementierung von Expertenstandards oder über Stationsprojekte zu mehr Patientenzufriedenheit.

So tragen Fachartikel dazu bei, den Wissenstransfer aus der Theorie in die Praxis zu optimieren. Die fachliche Kommunikation der Pflegenden hat enorm an Bedeutung gewonnen.

Ziel: Verstehen und verständigen

„Pflegerisches Handeln ist ohne Kommunikation nicht denkbar. Sprache ist das Milieu, in dem Pflege sich vollzieht. Denn über die Sprache schaffen wir gegenseitiges Verstehen und Verständigung; erst dadurch wird Pflege ermöglicht.“ (Olbrich 2006)

Diese Aussage der Pflegepädagogin Christa Olbrich ist ein Plädoyer für das Schreiben in der Pflege und damit meine ich alle

Pflegenden, nicht nur akademisch ausgebildete. Umso erstaunlicher ist es, dass selbst Autoren mit viel Schreiberfahrung ihr Wissen oft nicht verständlich zu Papier bringen können. Mit einem Text, den niemand versteht, ist „Verstehen und Verständigung“ nicht möglich. Selbst einfache Inhalte werden oft unnötig kompliziert und verschachtelt formuliert. Manchen Autoren ist das Problem nicht bewusst, andere möchten mit möglichst komplizierten Satzkonstruktionen Eindruck schinden oder werten einen solchen Stil als Indikator für professionelle Pflege(-kommunikation). Doch es ist schlichtweg eine Missachtung des Lesers, der sich mit dem Text rumquälen muss oder schon nach dem ersten Satz die Lust am Lesen verliert.

Schlimmer noch: Viele Leser lassen sich von solchen „Ungetümen“ beeindrucken bzw. glauben, ein guter Fachbeitrag müsse so sein. Sie kommen zu dem Schluss, dass sie das selbst nicht können und lassen die Finger von ihrem Schreibprojekt.

Dieser Beitrag beabsichtigt daher zwei Dinge:

1. zum einen möchte er alle Pflegenden zum (fachlichen) Schreiben motivieren,
2. zum anderen vermittelt er Ihnen wichtige Gedanken und Regeln, die Sie beim Schreiben eines verständlichen Fachbeitrags oder einer Facharbeit unterstützen.

Eigentlich könnte ich noch einen dritten Punkt ergänzen, der aus den beiden hervorgeht. Dieser Artikel möchte Sie ermuntern, den Respekt vor Texten zu verlieren, selbst wenn sie pflegewissenschaftlichen Zeitschriften abgedruckt wurden oder anderweitig „hochtrabend“ daherkommen mögen. Gerade fachwissenschaftliche Texte, die ja den Anspruch haben, auch „praxisrelevant“ zu sein, sollten in besonderer Weise verständlich und nachvollziehbar sein; das sind sie jedoch häufig nicht. Hierzu stelle ich Ihnen später eine Schablone vor, mit der Sie fremde Texte kritisieren und eigene noch besser schreiben können.

Erste Gedanken

Ihr Schreibprojekt ist nur so gut wie Ihre Vorüberlegungen. Je besser die Planung, desto leichter fällt Ihnen später das Schreiben. Anhand der folgenden Leitfragen können Sie Ihre Planung strukturieren:

- Was ist mein Thema? Wie lautet meine Fragestellung?
- Für wen schreibe ich? Wer sind meine Leser?
- Warum und wie schreibe ich? Was möchte ich mit meinem Artikel erreichen?

Was ist mein Thema?

Natürlich wissen Sie, was oder worüber Sie schreiben wollen – grob zumindest. Zum Beispiel eine Facharbeit im Rahmen Ihrer Weiterbildung zum Thema „Beratung in der onkologischen Pflege“ oder einen Fachzeitschriftenbeitrag zu nosokomialen Infektionen auf Intensivstationen. Würde

man Sie jedoch fragen: „Wie lautet eigentlich deine Fragestellung?“ oder „Kannst du in einem Satz sagen, worum es in deinem Artikel geht?“, kommen Sie vielleicht ins Stottern und merken jetzt erst, dass Sie den Rahmen viel zu weit gesteckt haben. Bleiben Sie in Ihrem Thema zu allgemein, verlieren Sie sich und verlieren am Ende gar noch die Motivation.

Deshalb: Präzisieren Sie Ihr Thema oder (im Rahmen einer Facharbeit) Ihre Fragestellung! Wählen Sie einen wichtigen oder besonderen Aspekt eines Themas aus, den Sie entsprechend genau untersuchen können. Erklären Sie dem Leser klipp und klar, warum Sie sich für diesen Einzelaspekt entschieden haben und wie Sie weiter vorgehen werden.

Zu weit: „Pflege und Beratung“

Richtig: „Eltern von Kindern mit Spina bifida beraten“

Reinhardt nennt noch weitere Strategien, um Themen „kleinzukriegen“ (Reinhardt 2006). So hilft es, wenn Sie Ihren Artikel aus einer bestimmten Perspektive formulieren, z. B. aus gesundheitsökonomischer Perspektive oder (z. B. als Stationsleitung) aus Qualitätsperspektive.

„Kinder mit Spina bifida – Kostensparnis durch pflegerische Beratung?“

Hilfreich können auch geografische oder historische Einschränkungen sein. Dann könnte unser Beispiel folgendermaßen lauten:

„Vorbild Schweiz – Strukturierte Beratung von Spina-bifida-Kindern und ihren Eltern“

Das Thema macht neugierig, es impliziert, dass die Schweizer Kollegen vielleicht etwas besser machen als wir. Aus dem Thema ergeben sich ggf. Anregungen für weitere Artikel, in denen Sie Länder hinsichtlich der Spina-bifida-Beratung vergleichen könnten.

Ein Thema zu präzisieren kann auch bedeuten, das Anwendungsfeld einzuschränken.

„Kinder mit Spina bifida – Beratung im Rahmen der ambulanten Pflege“

Am Ende hilft oft die simple Überlegung, was an einem Thema interessant sein könnte. Noch ein Artikel über Burn-out in der Pflege wird niemanden mehr zum Lesen animieren.

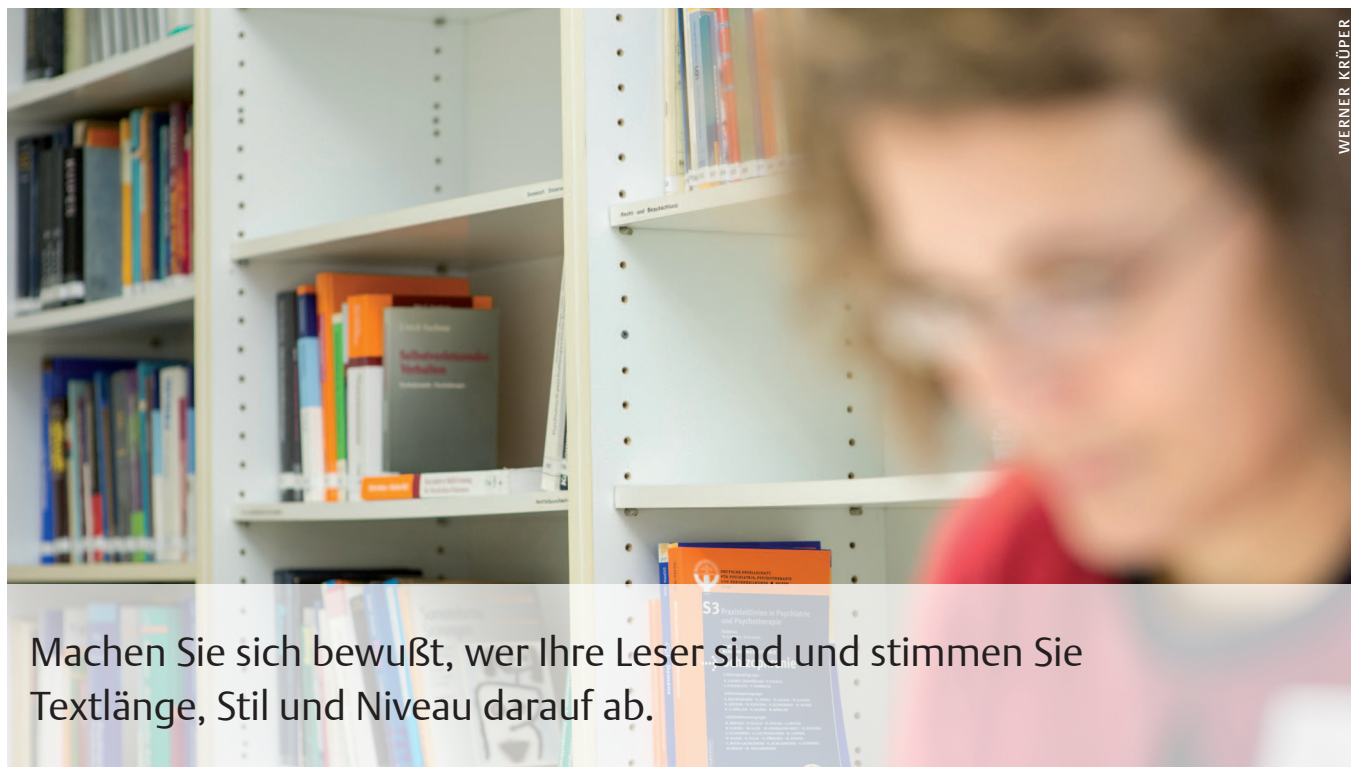
Wenn Sie sich in ein Thema eingelese haben, sollten Sie einen groben Überblick über die einschlägige Literatur zu „Ihrem“ Thema haben und somit einschätzen können, worüber vielleicht noch *nicht* geschrieben wurde. Somit schränken Sie sich automatisch auf einen kleinen, vielleicht aber neuen oder wesentlichen Aspekt des Themas ein.

Für wen schreibe ich?

Es ist nicht nur wichtig, was und worüber ich schreibe, sondern vor allem zu wissen, für wen. Aus meiner täglichen Erfahrung heraus kann ich sagen, dass diese Aussage nicht trivial ist. Zu oft erlebe ich, dass Autoren ihre Leser (oder Zielgruppe) überschätzen, unterschätzen oder sich einfach gar keine Gedanken über ihre „Zielgruppe“ machen. Zu wissen, wer meine Leser sind, hängt natürlich mit meinem Schreibauftrag oder Medium zusammen.

In einer Promotionsarbeit („Doktorarbeit“) müssen Sie nicht zwingend den Begriff „deduktiv“ oder „hermeneutisch“ erklären (jeder, der die Arbeit liest oder lesen muss, sollte diese Begriffe kennen); die Leser einer Fachzeitschrift für Pflegepraktiker hingegen werden Ihnen für eine Erklärung danken! Jedes nicht erklärte Fremdwort kann für den Leser ein Grund sein, weiterzublättern.

Die Regel lautet: Machen Sie sich sehr genau bewußt, wer Ihre Leser sein werden und stimmen Sie Textlänge, Stil und Niveau auf diese Zielgruppe ab. Wenn Sie Ihre Zielgruppe nicht genau kennen, holen Sie vorab Informationen ein (z. B. bei Ihrem betreuenden Redakteur). Nur wenn Sie genau wissen, für wen Sie schreiben, wissen Sie auch, was und wie Sie es schreiben können und sollten.



Machen Sie sich bewußt, wer Ihre Leser sind und stimmen Sie Textlänge, Stil und Niveau darauf ab.

Warum und wie schreibe ich?

Wenn Sie im Rahmen Ihrer Planung über das „Wie“ Ihres Textes nachdenken, denken Sie automatisch über seine Absicht nach. Wenn Sie z. B. einen Appell an Ihre Kolleginnen richten möchten, werden Sie vermutlich einen auffordernden Ton bzw. viele Imperative verwenden („Solidarisiert Euch!“, „Machen Sie das!“, „Helfen Sie mit!“ usw.).

Möchten Sie sich über etwas lustig machen, wählen Sie vielleicht einen ironischen Ton wie er z. B. in Glossen verwendet wird („Soso, unser Herr Gesundheitsminister solidarisiert sich mit der Pflege ...“).

Der Ton macht also die Musik und drückt indirekt Ihre Haltung zum Gegenstand und Ihre Kommunikationsabsicht aus (Reinhardt 2006: 34). Folgende weitere Absichten können Sie in Erwägung ziehen (ebd.):

- einen Sachverhalt für Ihre Leser rekonstruieren und darstellen,
- ein Problem analysieren,
- Wissen didaktisch aufbereiten und lehren,
- mit Argumenten/Fakten/Erfahrungen überzeugen,

Ihre Aufgabe als Autor ist es, Antworten auf Fragen zu formulieren.

- zwei oder mehr Verfahren oder Techniken vergleichen, abwägen, das Pro und Contra erläutern.

Die wesentlichen Vorüberlegungen haben Sie nun abgeschlossen. Insgesamt gilt: Egal für wen Sie schreiben oder was Sie schreiben – sei es eine Gebrauchsanweisung für einen Insulinpen oder eine Studienpublikation über positive Effekte einer bestimmten Pflegeintervention – es sollte immer verständlich und nachvollziehbar sein. Die Autoren Langer, Schulz von Thun (ja genau, der mit den „4 Ohren“) und Tausch haben ein Modell entwickelt, das ich in modifizierter und sehr verkürzter Form hier vorstellen möchte.

Merkmale der Verständlichkeit

Merkmale der Verständlichkeit sind (Langer et al. 2002, 21):

- Ordnung durch Gliederung,
- Einfachheit,
- Kürze/Prägnanz,
- anregende Zusätze.

Diese vier Punkte sehen wir uns genauer an, damit Sie verstehen, was damit gemeint ist und wie Sie entsprechende Regeln und Tipps umsetzen können.

Der rote Faden – Ordnung

Manchmal hat ein Autor so viel Fachkenntnis, dass er diese am liebsten geballt in einem Beitrag unterbringen möchte; ihm sind alle Zusammenhänge so selbstverständlich, dass er viele Informationen bei seinen Lesern voraussetzt. Diese kennen sich jedoch im Thema nicht so gut aus wie der Autor. Ihnen fehlen Zusammenhänge und Erläuterungen. Das Endprodukt ist ein Text, dem der rote Faden oder die Ordnung fehlt. Nach zwei Sätzen bricht der Leser ab und blättert weiter.

Erst gliedern, dann schreiben. Daher sollten Sie, bevor Sie mit dem „Runterschreiben“ beginnen, eine nachvollziehbare Gliederung erstellen. Diese erleichtert Ihnen als Handlungsleitfaden später das Ausformulieren und hilft Ihnen, sich an Umfangsvorgaben zu halten. Nichts ist ärgerlicher als Textpassagen, die gekürzt werden müssen; schade um Ihre Zeit!

Die Gliederung hängt vom Gegenstand ab. Es gibt keine „richtige“ oder „falsche“ Gliederung; eine Gliederung hängt von vielen Faktoren ab, vor allem vom Ergebnis Ihrer Vorüberlegungen (was, für wen, wie und warum), natürlich auch vom Gegenstand Ihres Themas. Ein Beispiel:

Sie schreiben ein Fachbeitrag zum Thema Resilienzförderung in der psychiatrischen Pflege; die ersten Gliederungspunkte könnten lauten:

1. Was bedeutet der Begriff „Resilienz“?
2. Was belastet Pflegende in der Arbeit mit psychisch kranken Menschen?
3. Was kann die Gesundheit erhalten?
4. Wie kann das Resilienzkonzept auf die Pflegepraxis übertragen werden?

Eine Gliederung muss nicht zwingend in Frageform formuliert werden; solche Fragen ähneln jedoch möglichen Fragen von Lesern, wenn diese mit einem Thema zum ersten Mal konfrontiert werden. Darüber hinaus werden Sie durch die Frageform ständig daran erinnert, dass es Ihre Aufgabe als Autor ist, Antworten auf Fragen/Probleme zu formulieren.

Angenommen, Sie schreiben den oben genannten Text für Pflegepädagogen (z. B. „Pflegeprozess anschaulich unterrichten“), würde Ihre Gliederung ganz anders aussehen; sie könnten getrost voraussetzen, dass Pflegepädagogen wissen, was der Pflegeprozess ist und könnten u. a. auf eine umfassende Definition verzichten.

Die tragenden Säulen Ihres Textes. Wichtig ist, dass Sie bereits beim Gliedern Ihre potentiellen Leser im Kopf haben und diese durch eine sinnvolle, logische Gliederung an die Hand nehmen bzw. durch das Thema führen. Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche Einzelaspekte Sie unterbringen möchten; schaffen Sie pro Buchkapitel oder Zeitschriftenartikel zwei, drei oder falls nötig weitere Hauptsäulen, die Ihren Artikel „tragen“; diese Hauptsäulen verästeln sich in jeweils kleinere „Stützen“. Ich möchte dies anschaulich in einem Beispiel aus einem Anatomiebuch zeigen, da anatomische Strukturen eine Logik klar vorgeben. Der Autor hat im Vorfeld seine Gliederung zum Thema „Anatomie und Physiologie des Herzens“ anhand einer Mind-Map aufgezeichnet (**Abb. 1**).

Wir sehen drei Gliederungsebenen:

1. **Ebene 1** entspricht der Hauptüberschrift des Kapitels („Rekonstruktion Zwangsstörung“),

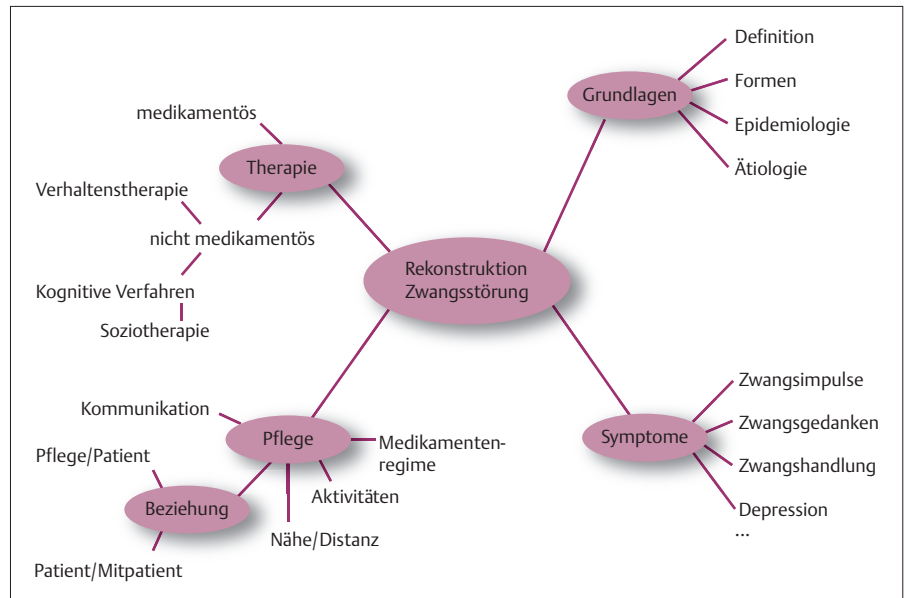


Abb. 1 Beispiel für eine Gliederung im Mind-Map-Format.

2. **Ebene 2** benennt 4 Hauptsäulen (= Überschriftenebene 2; „Grundlagen“, „Symptome“ usw.).
3. Eine Hauptsäule wird jeweils in einer **dritten Ebene** durch Unterkapitel weiter ausgearbeitet (= Überschriftenebene 3; „Zwangsimpulse“, „Zwangsgedanken“ usw.).

Am Ende hat der Autor eine fertige Gliederung und kann Kapitel für Kapitel geordnet „runterschreiben“.

Einfachheit

Einfachheit bedeutet,

- Sachverhalte nachvollziehbar und zusammenhängend darzustellen,
- kurze und einfache Sätze zu bilden,
- Wörter zu verwenden, die der Zielgruppe bekannt sind und Fachbegriffe zu erklären,
- anschaulich und konkret zu formulieren (Langer et al. 2002: 22).

Wenn Sie sich diese Merkmale immer wieder vor Augen führen, gelingt Ihnen ein Text, der sich flüssig und ohne Stolpern lesen lässt.

Nachvollziehbarkeit. Eine gute Gliederung macht Sachverhalte nachvollziehbar; diese Nachvollziehbarkeit wird weiter gefördert, wenn Sie innerhalb des Textes die Sätze inhaltlich miteinander verbinden. Auch das klingt selbstverständlich; häufig stellen

Autoren aber Sachverhalte nebeneinander, ohne einen Zusammenhang herzustellen.

Wenn Sie einen Fachzeitschriftenartikel zum Thema „Pflegeplanung und Pflegeprozess“ schreiben, erwartet der Leser, dass Sie diese beiden Sachverhalte eindeutig und explizit in einen Zusammenhang bringen. Der Leser muss diesen Zusammenhang nach dem Lesen verinnerlicht haben und mit maximal drei Sätzen rekonstruieren können.

Kurze, einfache Sätze. Formulieren Sie einfach, „verkünsteln“ Sie sich nicht. Vermeiden Sie im Satz mehr als einen Nebensatz.

Anschaulich und konkret. Das Gegenteil von „anschaulich“ und „konkret“ heißt „abstrakt“. Wenn Sie Sachverhalte abstrakt formulieren und Ihr Leser irgendwann gar nicht mehr weiß, worum es geht, werden Sie ihn verlieren. Anschaulich und konkret schreiben gelingt am ehesten, wenn Sie sich beim Formulieren von einzelnen Sätzen an die vier wichtigsten W-Fragen erinnern:

- Wer (macht)?
- Was?
- Wie/womit?
- Warum?

Der folgende Satz stammt aus einem unveröffentlichten Artikel:

„Unter den DRGs wird ein Patientenklassifizierungssystem verstanden, welches dazu genutzt wird, die Krankheiten der Patienten im Krankenhaus in einzelne Klassen einzuteilen, Prozeduren zuzuweisen und dementsprechend auch eine Vergütung hieraus abzuleiten.“

Stellen Sie sich einen Leser vor, der ohnehin eine geringe Affinität zu gesundheitsökonomischen Themen hat? Er wird diesen Satz noch einmal lesen und noch einmal, aber die Definition bleibt nebulös. Eine erste Alternative könnte folgendermaßen lauten:

„Die Abkürzung DRG steht für *Diagnosis Related Groups* (dt. diagnosebezogene Fallgruppen); mithilfe der DRG erhalten alle Kliniken in Deutschland für medizinische und pflegerische Leistungen den gleichen Geldbetrag. Hierzu ordnet ein Krankenhaus (**WER?**) einem Patienten (= Fall) eine Hauptdiagnose (**WAS?**) zu (z. B. Appendizitis). Im Fallpauschalenkatalog steht ein Geldbetrag, den die Klinik für die Behandlung der Blinddarmentzündung in Rechnung stellen darf, aber auch Standardmaßnahmen, die die gesetzliche Krankenkasse bezahlt (z. B. Operation, stationäre Aufnahme für drei Tage usw.; **WIE? WOMIT?**). Alle Kliniken erhalten für eine erbrachte Leistung den gleichen Geldbetrag und behandeln Patienten kostenbewusst (**WARUM?**)...“

Aktivisch formulieren: Wer macht was...? Anschaulichkeit erreichen Sie auch, indem Sie unnötige Substantivierungen und Passivformen vermeiden. Indem sie aktivisch formulieren, verwenden Sie automatisch Verben und erläutern dem Leser konkret, wer was, warum macht.

Falsch: „Nach Berücksichtigung aller relevanten Empfehlungen wurden seitens des Personals zielgruppenadäquate Informationsbroschüren erstellt.“

Richtig: „Die Pflegenden stellten verschiedene Informationsbroschüren her; dabei orientierten sie sich

an den Empfehlungen des Vereins „Patienteninformation e. V.“. Darüber hinaus achteten sie darauf, dass sie unterschiedliche Patientengruppen angemessen ansprachen, z. B. bauten sie in die Broschüre für Kinder viele farbenfrohe Bilder ein.“

Kürze/Prägnanz

In Telefonzellen hing bis in die 70-er Jahre häufig ein Emailleschild mit der Aufschrift „Fasse dich kurz!“. Die Aufforderung hatte ihren Grund: „Postkunden“ konnten nach dem Einwurf von ein paar Pfennigen beliebig lange Ortsgespräche führen und das

Checkliste Schreibprojekt

► Thema/Frage

- Wird hinreichend klar, welche Frage/Problem mein Artikel bearbeitet?
- Ist meine Frage präzise genug gestellt?
- Liefert mein Artikel Antworten auf eine Frage?

► Leser/Zielgruppe

- Habe ich ein klares Bild von meinen Lesern?
- Wie viel Wissen darf ich voraussetzen?
- Stimmt das Niveau bzw. der Schreibstil?

► Ziel/Absicht

- Weiß ich, wo ich mit meinem Artikel hin will?

► Ordnung durch Gliederung

- Was sind die 3 oder 4 tragenden Säulen meines Artikels?
- Ist die Gliederung konsistent? Hat der Leser einen „roten Faden“?
- Wie viele Gliederungsebenen hat der Artikel?

► Einfachheit

- Sind alle Sachverhalte nachvollziehbar und zusammenhängend?
- Verwende ich kurze und einfache Sätze?
- Habe ich alle Fachbegriffe erklärt?
- Habe ich anschaulich, aktivisch und konkret formuliert (Wer macht was, wie, womit, warum?)?
- Enthält der Text zu viele Substantivierungen und Passivformen?

► Kürze/Prägnanz

- Gibt es Sätze mit mehr als einen Nebensatz?
- Auf welche Aspekte des Themas kann ich verzichten?
- Wiederhole ich mich (Redundanzen)?
- Nutze ich Floskeln, Phrasen oder zu viele Füllwörter/Adjektive?
- Verwende ich doppelte Verneinungen?

► Anregende Zusätze

- Kann ich Leser wirklich erreichen, motivieren, interessieren?

Tipps

- Diskutieren Sie Ihre Gliederung mit Kollegen oder sprechen Sie mit Ihrem Redakteur darüber; Sie erhalten wertvolle Hinweise und können ggf. rechtzeitig korrigieren oder ergänzen.
- Lesen Sie Ihren Text laut vor, dann fallen Ihnen „Stolpersteine“ (Verständlichkeit, Satzbau, Redundanzen usw.) am ehesten auf.
- Seien Sie mutig und geben Sie Ihre erste Textfassung einem Freund, Ihrem Partner oder sonst einem kritischen „Erstleser“.

Ordnung/Gliederung +	Einfachheit 0
Kürze/Prägnanz –	Anregende Zusätze –

Abb. 2 Verständlichkeitsmatrix (nach Langer, Schulz v. Thun u. Tausch) mit der Sie auch einen fremden Text beurteilen können.

führte wiederum zu langen Warteschlangen vor der Zelle.

Die Aufforderung „Fasse dich kurz!“ hat in Texten immer noch hohen Wert und ist – sofern eingehalten – eine Anerkennung des Lesers. In der Regel erhalten Sie von einer Redaktion Umfangsangaben. Für diesen Text, den Sie gerade lesen, habe ich eine Umfangsangabe von 20.000 Zeichen (mit Leerzeichen) erhalten. Eine solche Begrenzung hilft, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und nicht abzuschweifen. Überlegen Sie deshalb genau:

- Was ist wirklich wichtig? Auf welche Aspekte des Themas kann ich verzichten?
- Wiederhole ich mich (Redundanzen)?
- Nutze ich Floskeln, Phrasen oder zu viele Füllwörter und Adjektive?
- Verwende ich doppelte Verneinungen (z. B. „nicht unkompliziert“ statt „kompliziert“)?

Anregende Zusätze

Mit anregenden Zusätzen meinen Langer et al. „Bonbons“, die beim Leser Interesse wecken und die Lust am Weiterlesen steigern sollen. Solche Zusätze können ganz unterschiedlich sein, z. B.:

- eine provozierende Überschrift oder ein Zitat („Pflege ist ein Männerberuf!“),
- eine persönliche Ansprache (z. B. wenn ich Sie in diesem Artikel kontinuierlich direkt anspreche),
- interessante Vergleiche („DRG sind wie ein Verzehrbon: Der Preis legt fest, was du bekommst“)
- Beispiele aus der Praxis,
- Analogien oder witzige Episoden, um in ein Thema einzuführen („In Telefonzellen hing bis in die 70-er Jahre ein

Emaillenschild mit der Aufschrift: Fasse dich kurz! ...“).

Soviel zur Verständlichkeitsmatrix von Langer, Schulz von Thun und Tausch. Diese eignet sich nicht nur, um eigene Texte besser zu machen, sondern auch, um andere Texte zu beurteilen. Eine Beurteilung könnte z. B. folgendermaßen aussehen (Abb. 2).

- + bedeutet, dass die Eigenschaften eines Merkmals überwiegend vorliegen
- 0 bedeutet „neutral“; keine eindeutige Tendenz
- – bedeutet, dass die Eigenschaften eines Merkmals überwiegend nicht vorliegen

Zur Beurteilungsmatrix erfahren Sie mehr im Buch von Langer et al ab Seite 31.

Literatur

- 1 Baum T. 30 Minuten für gutes Schreiben; 4. Aufl. Offenbach: Gabal; 2004anschl. neue durchnummerieren
- 2 Langer I, Schulz von Thun F, Tausch R. Sich verständlich ausdrücken; 7. Aufl. München/Basel: Ernst Reinhardt Verlag; 2002
- 3 Olbrich C. Idiolektik: ein Konzept für die Pflegepraxis. In: Abt-Zegelin A, Schnell M (Hrsg.). Die Sprachen der Pflege. Wittener Schriften, Universität Witten/Herdecke. Hannover: Schlütersche; 2006
- 4 Reinhardt K (Hrsg.). Schreiben – Ein Handbuch für Pflege- und Gesundheitsberufe; 2. Aufl. Bern: Huber; 2006
- 5 Reinhardt K. Vom Wissen zum Buch: Fach- und Sachbücher schreiben. Bern: Huber; 2011
- 6 Schneider W. Deutsch für junge Profis: Wie man gut und lebendig schreibt; 2. Aufl. Hamburg: rororo; 2011



Markus Wenner, M. A. arbeitet als Fachmedienredakteur und Projektmanager im Lektorat Pflege des Georg Thieme Verlags in Stuttgart.

Korrespondenzadresse siehe Impressum markus.wenner@thieme.de

Bibliografie

DOI 10.1055/s-0032-1307690
Psych Pflege 2012; 18: 96–101
© Georg Thieme Verlag KG
Stuttgart · New York · ISSN 0949-1619