

Gespräch mit Dr. Dorle Weyers

»Jeder Text ist ein Stück Kommunikation«

Verbände, Vereine und Non-Profit-Organisationen präsentieren ihre Arbeit alltäglich in Berichten, Pressemeldungen, Vorlagen oder Förderanträgen. Nicht selten entscheiden die Leserinnen und Leser darüber, was aus der beschriebenen Arbeit wird. Je wichtiger ein Text ist, desto schwerer kann es sein, das Wesentliche im richtigen Ton zu Papier zu bringen. Nur wenigen fließt dies einfach aus der Feder. Im Gespräch erläutert Dr. Dorle Weyers, Autorin des Schreibratgebers der Stiftung MITARBEIT »Klare Worte für Verein & Co.«, was gute Texte im Non-Profit-Alltag ausmacht und wie sich die eigene Arbeit informativ, überzeugend und ansprechend darstellen lässt.

Gibt es allgemeine Leitlinien für einen guten Text?

Wenn es um Sachtexte geht: Ja. Sie sollten in jedem Fall verständlich, freundlich und prägnant sein.

Was kann ich tun gegen die Angst vor dem leeren Papier oder Bildschirm? Was tun, wenn mein Kopf leer ist und mir nichts einfällt?

Da gibt es verschiedene Methoden. Am besten einfach anfangen: Wild drauflos schreiben, was mir zum Thema einfällt, je unqualifizierter, desto besser. Völlig leer wird der Kopf nicht sein. Und die Blockaden werde ich los, wenn ich ins Schreiben, also in den Arbeitsprozess komme. Dabei

kommt es ausschließlich darauf an, in Fluss zu kommen, nicht auf das Ergebnis. Wichtig ist deshalb nur überhaupt und dazu möglichst viel zu schreiben. Im Englischen nennt man das »Freewriting«. Und bei den meisten Leuten funktioniert das wirklich: Es befreit von den Blockaden.

Und wenn auch das nicht funktioniert: Schreib-Judo, den Blockaden ausweichen: Erst mal raus an die frische Luft. Gegendruck à la »Ich muss jetzt aber unbedingt« verstärkt meist die Blockaden. Oft haben die ja auch gute Gründe. Daher kann auch die Frage: »Was hindert mich

denn eigentlich am Schreiben?« gar nicht schaden. Wer gut schreiben will, sollte auch gut mit sich selbst umgehen.

Wie gelingt es, auch in sachliche Texte Leben und Farbe zu bekommen?

Als Erstes, indem ich daran denke, dass jeder Text ein Stück Kommunikation ist. Habe



Wie Texte attraktiver werden: Dr. Dorle Weyers im Gespräch

(Fortsetzung auf Seite 2)

In eigener Sache

Wechsel in der Geschäftsführung

Die Stiftung MITARBEIT steht nach dem Wechsel in der Geschäftsführung vor dem nächsten Entwicklungsschritt. Eine Epoche ist zu Ende gegangen, die entscheidend von einer Person gestaltet wurde. Dr. Adrian Reinert wurde 1991 zum Geschäftsführer der Stiftung MITARBEIT berufen, damals knapp 33 Jahre jung. Er hat dieses Amt 15 Jahre lang in hervorragender Weise ausgefüllt und die Stiftung MITARBEIT zu einer professionellen Institution für alle Aspekte des Bürgerengagements weiterentwickelt.

Die Stiftung profitierte in dieser Zeit von seiner umfassenden Kompetenz, seinen Kontakten, seiner Verlässlichkeit und seinem unermüdlichen Einsatz. Die Stiftung MITARBEIT, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Mitglieder der Stiftungsgremien danken ihrem langjährigen Geschäftsführer für sein erfolgreiches Engagement.

Mit neuem kreativen Potential beginnt jetzt auf starker Plattform die nächste Entwicklungsphase für die Stiftung. Das Leitungsteam der Stiftung MITARBEIT wird verstärkt durch Marc Herbeck, der zukünftig für den Bereich »Beratung und Qualifizierung« zuständig ist. Er teilt sich die Geschäftsführung mit dem bisherigen stellvertretenden Geschäftsführer Hanns-Jörg Sippel, der den Bereich »Öffentlichkeit und Information« verantwortet (s.S. 2).

Die Stiftung MITARBEIT wird in neuer Besetzung ihre erfolgreiche Arbeit fortführen. Wir freuen uns über alle, die dabei mitarbeiten.

Der Vorstand
der Stiftung MITARBEIT

(Fortsetzung von Seite 1)

»Jeder Text ist ein ...«

ich meine Zielgruppe innerlich vor Augen, und stelle mir vor, wie diese Menschen den Text lesen, dann ist das Leben schon mal da. Die Farbe kommt unter anderem über ausdrucksstarke Worte, eine reizvolle Struktur oder gar Dramaturgie, über klare bis provokante Bilder und auch über einen bewegenden Sprachrhythmus hinzu.

Welche Tricks gibt es, um komplizierte Zusammenhänge leicht verständlich darzustellen?

Die besten Tricks dazu lernt man in der Sendung mit der Maus: klare Sätze, simple Worte, logischer Aufbau, konkrete Inhalte, einfache Analogien und Bilder.

Welche Rolle spielt die eigene Kreativität im Schreibprozess?

Meist eine größere als man denkt. Oft wird die Tätigkeit »Schreiben« unterschätzt. Aber jeder Text ist ein Artefakt, oft sogar ein kleines oder größeres »Werk«. Und das zu Papier zu bringen ist immer eine schöpferische, also kreative Handlung; mal nur eine klitzekleine, mal eine gewaltige.

Jeder hat schon einmal stundenlang auf einem einfachen Dreizeiler gekaut, weil er nicht wusste: Wo anfangen? Wie sag ich's? Was will ich überhaupt sagen? – Wir alle lesen ja oft genug Texte, von denen wir hinterher auch nicht wissen, ob überhaupt etwas drinstand.

Wie kann ich prüfen, ob mein Text gelungen ist?

Lesen und lesen lassen! Überlegen Sie, wen Sie um diesen Gefallen bitten können und von wem Sie gern wüssten, was er von Ihrem Text hält.

Aber ob Sie es selbst prüfen oder andere ranlassen: Sie sollten in jedem Fall vorab klare Kriterien fürs Gelingen benennen: Erreiche ich die Zielgruppe? Was will ich von denen, was die von mir? Was will ich generell, was speziell mit diesem Text bewirken? Sind die Sprache und die Inhalte der Beziehung zwischen AutorIn und Lesenden angemessen? Im Ratgeber gibt es dazu wunderbare Checklisten. **Es gibt im Non-Profit-Bereich typische Texte, die immer wieder geschrieben werden müssen. Worauf sollte ich bei Anträgen achten?**

Weder die Selbstachtung zu verlieren, noch die Achtung vor meinem Klientel – und auch nicht die Geldge-

ber als arrogante, weltfremde Pinsel zu betrachten. Ziel eines Antrags ist ja, den Entscheidern das gute Gefühl zu vermitteln, dass wir gerade für dieses Projekt genau die richtigen Partner sind. Im Antragstext müssen Kompetenz, Engagement und eine professionelle, geschäftliche Haltung rüberkommen. Innerhalb der Förderkriterien entscheiden Menschen, die ihrerseits klare Interessen vertreten und die überzeugt, aber nicht bedrängt werden wollen.

Gibt es Tipps für die Geschäftspost?

Der schönste stammt von Goethe: »Schreibe nur, wie du reden würdest, und so wirst du einen guten Brief schreiben.« Und Goethe hat heute noch recht – sogar bei Geschäftspost. Briefe sind ja im Prinzip verzögerte, schriftliche Gespräche. Neben der guten alten Gliederung von »Einleitung, Hauptteil und Schluss« ist hier vor allem Konfliktprophylaxe durch Freundlichkeit angesagt. Ein falscher Tonfall führt leicht zu scharfen Reaktionen, da er nicht sofort zu korrigieren ist.

Mit Presstexten wende ich mich direkt an Schreibprofis. Worauf muss ich dabei achten?

Auch Medien brauchen gute Argumente, warum sie über Ihre Sache berichten sollen. Nicht alles, was die Vereinsmitglieder total spannend finden, ist auch von öffentlichem, und damit medialem Interesse. Die Frage ist: Hat Ihre Meldung Nachrichtenwert? Wesentliche Kriterien dafür sind z. B. Aktualität, Bedeutung, Kuriosität, Nähe und Emotionen: Liebe, Hass, Gefahr und Konflikt.

Und wie immer muss die Struktur stimmen. Das Wichtigste gehört immer an den Anfang. Dann sind auch die Querleser darüber informiert. Ansonsten kann ich bei Presstexten getrost die 7 Ws bearbeiten: Wer hat was wann wo wie warum oder wozu für wen getan?

Was ist bei dem Text für einen Selbstdarstellungsflyer wichtig?

Flyer sind Werbetexte, kaum Sachtexte – auch im Non-Profit-Sektor. Damit sie in den üblichen Papierstapeln kein ungelesenes, kurzes Flyer-Dasein fristen, brauchen sie erst mal Aufmerksamkeit und Zuwendung. Ich schwöre dabei immer noch auf die gute alte AIDA-Formel: Also 1. Attention bzw. Aufmerksamkeit erregen, 2. Informationen geben, 3. Desire bzw. Wün-

Die neue Geschäftsführung



Marc Herbeck, Dipl.-Oec., (Jahrgang 1971) sammelte erste Berufserfahrung im Weiterbil-

dungsbereich eines Wirtschaftsunternehmens und war dann als langjähriger Projektleiter der Breuninger Stiftung GmbH für die Umsetzung gemeinnütziger Projekte zuständig. Als stellvertretender Geschäftsführer entwickelte er das Profil der Bürgerstiftung Stuttgart.

Im Leitungsteam der Stiftung MITARBEIT ist Marc Herbeck verantwortlich für den Bereich Beratung, Weiterbildung und die Förderung der politischen Teilhabe.



Hanns-Jörg Sippel, Dipl.-Sozialwirt, (Jahrgang 1957), langjährige Erfahrung und Seminar-

tätigkeit in der politischen Bildung und Erwachsenenbildung mit den Schwerpunkten: Bürgerbeteiligung, Förderung des bürgerschaftlichen Engagements, Neue Medien. Autor zahlreicher Veröffentlichungen, seit 1994 als Referent bei der Stiftung MITARBEIT tätig, seit 2000 als stellvertretender Geschäftsführer.

Im Leitungsteam der Stiftung MITARBEIT ist Hanns-Jörg Sippel verantwortlich für Information und Öffentlichkeit, die webgestützten Informations- und Serviceleistungen der Stiftung und den Verlag.

sche, Begehren, Bedürfnisse wecken, 4. Action: Was sollen die Leute nach dem Lesen tun? Spenden, Mitglied werden, Leserbriefe schreiben oder weniger Wasser verbrauchen?

Was kann man generell tun, um seinen Schreibstil zu verbessern?

Den Schreibratgeber »Klare Worte für Verein & Co« lesen. Vieles darin gilt auch für andere Arbeitsfelder.

Dr. Dorle Weyers ist Texterin und Supervisorin (DGSv) in Bonn und Münster

Weyers, Dorle: Klare Worte für Verein & Co., Besser schreiben – mehr bewirken. Arbeitshilfen Nr. 34, Verlag Stiftung MITARBEIT, Bonn 2005, 96 S., ISBN 3-928053-90-6

Direkte Demokratie

»Du entscheidest mit«

»Mehr Demokratie beim Wählen« in Bremen, »Du entscheidest mit!« in Berlin, »Rettet den Volksentscheid« in Hamburg, Senkung des Quorums beim Bürgerentscheid in Bayern – auf Bundesebene und in verschiedenen Bundesländern gehen engagierte Bürgerinnen und Bürger mit aktuellen Forderungen und Aktionen zur Volksgesetzgebung an die Öffentlichkeit.

Auf Bundesebene ist die Einführung einer Volksgesetzgebung zwar immer wieder in der Diskussion, aber bisher nicht durchgesetzt. Zuletzt im Jahr 2002 scheiterte ein von der rot-grünen Regierung eingebrachter Gesetzesentwurf. Diskutiert wurde das Thema auch im Zusammenhang mit der EU-Verfassung, über die im Jahr 2005 in einigen europäischen Ländern vom Volk abgestimmt wurde.

Ende März 2006 startete eine neue Initiative »Aktion Volksabstimmung« zur Einführung eines bundesweiten Abstimmungsrechtes. Mit Aktionskarten werden die Bundestagsabgeordneten aufgefordert, die bundesweite Volksabstimmung

ins Grundgesetz aufzunehmen. Auf den Aktionskarten kündigen die Absender eine Reaktion an der Wahlurne an, falls die Initiative bis zur nächsten Bundestagswahl erneut scheitert. Dem Anliegen Volksabstimmung wollen sie Gewicht geben durch »die Wahl von Abgeordneten, die sich glaubwürdig und sachkundig für die Volksabstimmung einsetzen. Oder als Nichtwähler.« Initiiert wurde die Aktion vom »Omnibus für Direkte Demokratie« (www.aktion-volksabstimmung.de).

In den Bundesländern gibt es unterschiedliche Formen der direkten Volksgesetzgebung. Sie reichen von der Volksinitiative über Volksbegehren bis zum Volksentscheid,

wobei die Verfahrensregeln wie z.B. die Anzahl der erforderlichen Unterschriften von Bundesland zu Bundesland variieren. Zudem haben die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit, mit Hilfe von Bürgerbegehren und Bürgerentscheid direkt in die Kommunalpolitik einzugreifen. Informationen zu den verschiedenen Einzelverfahren bietet die Praxishilfe »Bürgerbegehren und Bürgerentscheid« im Wegweiser Bürgergesellschaft (www.buergergesellschaft.de/politische_teilhabe/abstimmungen/arbeitshilfe/index.php).

Zwar entdecken die Bürgerinnen und Bürger zunehmend diese Möglichkeiten der politischen Einflussnahme, in elf Bundesländern ist gleichwohl noch nie eine Volksabstimmung durchgeführt worden. Entweder wurde kein Verfahren angestrebt oder Versuche scheiterten an den Verfahrenshürden wie z.B. hohe Unterschriftenquoten. Detaillierte Aufstellungen und Berichte zur Situation in den verschiedenen Bundesländern veröffentlicht regelmäßig »Mehr Demokratie e.V.« (www.mehr-demokratie.de/dd_bundeslaender.html).

Kampagnen zur Fußballweltmeisterschaft

Fair play und »primaKlima«

Die Fußballweltmeisterschaft ist in diesen Tagen das alles beherrschende Thema. Die große öffentliche Aufmerksamkeit nutzen einige Nichtregierungsorganisationen, um ihre Anliegen in Kampagnen sichtbar und hörbar zu machen. In der Regel haben sich dabei mehrere Organisationen in Netzwerken zusammengeschlossen – zum Teil in Kooperation mit staatlichen Institutionen. Die Kampagnen zeigen ein breites thematisches Spektrum.

Fair play : fair life, Bringt faire Bälle ins Spiel« nennt sich eine Kampagne zum Fairen Handel im Fußballsport. Ziel der Kampagne ist es, auf faire Arbeitsbedingungen in der weltweiten Sportartikelproduktion hinzuwirken. Im Mittelpunkt steht Pakistan, wo der größte Teil der in Deutschland verkauften Fußbälle hergestellt wird. Die Kampagne wird von einem breiten Trägerbündnis von entwicklungspolitischen Gruppen sowie von einigen Landesministerien in NRW getragen.

Die Kampagnenwebsite bietet Information rund um das Thema Fairer Handel, News zur WM, viele Aktionsideen und Bezugsquellen

für »faire Bälle« (www.fairplay-fair-life.de).

Der Deutsche Frauenrat hat zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 die Kampagne »abpfiß – Schluss mit Zwangsprostitution« initiiert. Die Kampagne will die Fußball-Weltmeisterschaft als Forum nutzen, um eine breite Öffentlichkeit aus dem In- und Ausland auf das Problem des kriminellen Menschenhandels und der Zwangsprostitution aufmerksam zu machen. Die politisch Verantwortlichen werden mit Nachdruck dazu aufgefordert, konsequenter gegen die Verletzungen der Menschen- und Frauenrechte vorzugehen (www.frauenrat.de).

»Fussball gegen Rassismus in Europa« – unter diesem Motto setzt sich das FARE-Netzwerk für einen Sport ohne Rassismus ein. Das FARE-Netzwerk wurde auf Anregung von Fangruppen als Netzwerk aus 13 europäischen Ländern 1999 gegründet. FARE hat einen Aktionsplan entwickelt, der sich an Fußballverbände und Vereine richtet. Mit diversen Aktionen will das Netzwerk Rassismus und Ausländerfeindlichkeit im Fußball quer durch Europa aufdecken und bekämpfen (<http://de.farenet.org>).

In Rheinland-Pfalz ruft die Kampagne »primaKLIMA: 2006« dazu auf, zur WM eine »gute Atmosphäre« zu schaffen. Dieses Anliegen ist der Aufhänger zum Thema Klimaschutz und zu einem Aktions-Gewinn-Spiel, an dem sich 11er Teams mit Klimaschutzideen beteiligen können. Die Kampagne ist eine Initiative der rheinland-pfälzischen Stiftung Natur und Umwelt und des Landesministeriums für Umwelt und Forsten (www.primaklima.rlp.de).

Arbeit im Verein

Immer mehr Initiativen und Projekte sind darauf angewiesen, sich rechtlich verbindliche Grundlagen und klare Organisationsstrukturen zu geben. Der Workshop (9. bis 11. Juni 2006 in Freiburg) soll Non-Profit-Organisationen dabei unterstützen, die rechtlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen bei einer Vereinsgründung zu gestalten. Dabei sollen die Grundlagen des Vereins-, Steuer- und (vereinsbezogenen) Arbeitsrechts vermittelt und

die Wege zur Vereinsgründung erarbeitet werden. Zudem geht es um die interne Organisationsentwicklung in der Startphase. Die Teilnehmer/innen erhalten Hilfsmittel zur (Selbst-)Überprüfung dieses Prozesses an die Hand.

Das Seminar wird in Kooperation mit der *Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland* durchgeführt.

Nähere Informationen bei *Hanns-Jörg Sippel* (sippel@mitarbeit.de) in der *Bundesgeschäftsstelle*

Demokratie weiterentwickeln!

Die Direkte Demokratie zu fördern, ist das Ziel des bundesweiten Zusammenschlusses *Mehr Demokratie e.V.* Die diesjährige Jahrestagung (23. bis 25. Juni 2006 in Eisenach), die von der Stiftung MITARBEIT wie in den Vorjahren unterstützt wird, steht unter dem Motto »Demokratie weiterentwickeln!«. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich die Demokratie weiter demokratisieren lässt.

Das Themenspektrum reicht von Überlegungen zu einem verbesserten Wahlrecht über die Demokratisierung der EU bis hin zu positiven Demokratieerfahrungen aus der Schweiz. Als Gastreferenten nehmen neben anderen Prof. Hans Herbert von Arnim und Rupert Neu-deck teil.

Nähere Informationen bei *Marc Herbeck* (herbeck@mitarbeit.de) in der *Bundesgeschäftsstelle*

Sommerakademie für Querdenker 2006

Bereits zum achten Mal bietet die Sommerakademie für politische Querdenker/innen (24. bis 29. Juni 2006 in Bad Honnef bei Bonn) das Forum, um nach Perspektiven, Impulsen, Leitideen und Visionen für die Zukunft unserer Gesellschaft zu suchen. Hier treffen sich Wissenschaftler/innen, Initiator/innen von Initiativen und (Modell-)projekten und engagierte Mitdenker/innen, um ihre Visionen und Ideen vorzustellen und zu diskutieren.

Die Sommer-Akademie ist als Open-Space-Konferenz gestaltet. Die Teilnehmer/innen können ihre Themen in eigenen Workshops vorstellen, Ideen testen, Projekte weiterentwickeln und neue Netze knüpfen. Ein intensiver Gedankenaustausch ist garantiert. Die Tagung findet in Kooperation mit dem *Kath. Sozialen Institut Bad Honnef* statt.

Nähere Informationen bei *Ludwig Weitz* (weitz@mitarbeit.de) in der *Bundesgeschäftsstelle*

»Planning for real« mit Tony Gibson

Die Planungsmethode »Planning for Real« eröffnet Menschen die Chance, sich wirksam zu beteiligen und Einfluss zu nehmen – beispielsweise bei der Planung eines Stadtteils. »Planning for Real« ermöglicht die konstruktive Zusammenarbeit der Beteiligten sowie die Einbindung von Fachleuten und Interessengruppen. Bildungsstand und rhetorische Fähigkeiten der Einzelnen spielen eine untergeordnete Rolle.

Im Workshop (26. bis 27. Juni 2006 in Berlin) werden am Planning for Real-Modell Möglichkeiten der Veränderung erprobt. Engagierte Men-

schen, die Eigeninitiative stärken möchten, erhalten einen praxisnahen Einblick in die Anwendung der Methode.

»Planning for Real« wurde in den 70er Jahren von Tony Gibson entwickelt. Tony Gibson wird als Gast des Workshops alle Fragen zur Methode und zur Gemeinwesenarbeit beantworten. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit der *Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland* durchgeführt.

Nähere Informationen bei *Hanns-Jörg Sippel* (sippel@mitarbeit.de) in der *Bundesgeschäftsstelle*

Stiftung MITARBEIT

Aktion Zustiftung

Ihre Spende an die Stiftung MITARBEIT ist noch bis Ende des Jahres besonders wirksam! Denn jeder Euro wird von der Körper-Stiftung um 50 % aufgestockt.

Helfen Sie mit, unser Stiftungsvermögen zu erhöhen! Mit den Erträgen aus diesem Vermögen können wir unsere Ideen und Projekte voranbringen.

Spendenkonto: Volksbank Bonn Rhein-Sieg (BLZ: 380 601 86) Kto: 20 10 54 00 14 (»Zustiftung«)

Zukunftskonferenz

Die Zukunftskonferenz ist eine Großgruppenmethode, in der die Gegenwart mit ihren Herausforderungen analysiert und gemeinsame Zukunftsvorstellungen und verbindliche Maßnahmen entwickelt werden.

Das neue eBook der Stiftung MITARBEIT bietet ein komplettes Methodenrepertoire, praxisorientierte Hintergrundinformationen und Beispiele für das Durchführen einer Zukunftskonferenz.

Für die Nutzung des eBooks benötigen Sie das Programm *planeasy* mit freigeschalteter Lizenz. Nähere Informationen unter www.mitarbeit.de/pe_ebuecher_aktuell.html

Impressum

mitarbeiten
Informationen der
Stiftung MITARBEIT
Vierteljährlich, kostenlos



Redaktion & Layout:
Hanns-Jörg Sippel

Stiftung MITARBEIT
Bornheimer Straße 37
D-53111 Bonn
Telefon (02 28) 6 04 24-0
Telefax (02 28) 6 04 24-22
E-Mail info@mitarbeit.de
www.mitarbeit.de
www.buergergesellschaft.de

Vorstand: Stojan Gugutschkow, Ulrike Rietz, Klaus Steinke
Vorsitzende des Stiftungsrates:
Birgit Moos-Hofius
Geschäftsführung: Marc Herbeck ·
Hanns-Jörg Sippel

Die Stiftung MITARBEIT wird vom Bundesinnenministerium gefördert.