



Adrian Achermann

Die Vollwert Texterei

werteorientiert kommunizieren und schreiben

Die Vollwert Texterei

werteorientiert kommunizieren und schreiben

Willkommen in der Vollwert Texterei

**Schönen guten Tag, liebe Leserin
Grüezi, lieber Leser**

Ja, kommen Sie näher und treten Sie ein. Willkommen in der Vollwert Texterei. Bitte nehmen Sie Platz und schauen Sie sich um. Ich freue mich, Ihr Gastgeber zu sein und Ihnen die Welt der Vollwert Texterei persönlich vorzustellen. – Wieso eigentlich der Ausdruck «Texterei»? Nun, zum Einen entstehen in einer Texterei natürlich Texte und zum Andern unerstreiche ich mit diesem, in der Tat ungewohnten Ausdruck die Nähe zu den Werkstätten der Handwerker. Zu Metzgerei, Schreinerei, Bäckerei, Schneiderei. Denn: Auch Schreiben ist Handwerk.

Und wieso eigentlich «Vollwert Texterei»? Ganz einfach, es ist wie bei der Vollwertkost. Sie basiert auf frischen, natürlich unbehandelten Nahrungsmitteln – auf Produkten also, die ihre natürliche, ihre hohe Wertigkeit beibehalten haben und daraus ihre Kraft schöpfen. Hochwertig vollwertig! Die Kraft aus der Mitte. Und werden die hochwertigen Produkte dann jeweils noch in einer Komposition zusammengestellt, dann potenziert sich ihre Wertigkeit. Ebenso ist es mit der Vollwert Texterei, durch ein bewusstes Auswählen der Worte und deren gezieltem Zusammenstellen zu Sätzen und Texten. In jedem Wort steckt Kraft und Intention.

Die Texterei befindet sich im grossen Gebäudekomplex der Kommunikation. In diesem umfassenden Zusammenhang erklärt sich die Vollwert Texterei wie folgt: Die Vollwert Texterei ist ein Kommunikationsansatz, bei dem Texte auf den Teller des Alltags kommen, die in sich stimmig sind. Diese konsequente Werteorientierung generiert durchgängige Kommunikation. Über Kommunikation sprechen wir

Vorwort

gleich zu Beginn Ihres Besuches in der Texterei.

Sie spüren es, hier in den Räumen der Kommunikation und des Schreibens weht ein besonderer Wind: Es weht der Wind des Denkens. Denn Schreiben ist Kopfarbeit und werteorientiertes Schreiben erst recht. Darum ist die Texterei voll von Gedankengängen, voll von Überlegungen, von Ideen, Denkansätzen, Impulsen.

«Welches sind meine Werte und wie bringe ich sie zum Ausdruck, damit eine stimmige Kommunikation entsteht?» so lautet, sowohl für Privatpersonen wie für ganze Unternehmen die grundlegende Frage der Vollwert Texterei. «Was ist mir wichtig und wie sag ich es?» Was aber bringen diese Fragen? Folgendes: Die Vollwert Texterei ist eine Aufforderung zu einem grundlegenden Bewusstsein für Werte und zu einem intensiven Nachdenken über Werte. Zugleich ist sie aber auch ein Wegweiser zu deren Umsetzung in der Kommunikation und eine Anleitung für stimmige, für kraftvolle Texte im Alltag. Bei der Vollwert Texterei geht es aber nicht bloss um stilistische Regeln für eine kreative Schreibe, es geht um mehr: Die Vollwert Texterei fordert und fördert den ganzen Menschen.

Wenden wir uns nun den Werten zu. Im Kapitel zwei kurbeln wir die Wertediskussion mit grundlegenden Überlegungen an: Leben ist Veränderung und die Schöpfung ist ein permanenter kreativer Akt. Was in aller Welt haben solche philosophischen Gedanken mit Kommunizieren und Schreiben zu tun? – Sehen Sie selbst, Sie erfahren es bei den Werten «Bewegung» und «Kreativität». Und dann gehts weiter im Text, es werden die Werte «Wertschätzung», «Professionalität» und «Engagement» zum Thema. Auch hier läuft das Ganze darauf hinaus: Wie bringe ich den Gehalt dieser Werte in die Texte. Den Gipfel der Werte haben wir mit «Vertrauen und Glaubwürdigkeit» erreicht. Diesen Werte-Gipfel gibt es quasi als Zugabe für eine konsequente Werteorientierung.

Werte sind schön und gut! Wie aber schaut die Werteorientierung in der Praxis aus? Die Erfolgsgeschichten meiner Buchpartner

beleuchten im dritten Kapitel die Chancen und die Möglichkeiten der Werteorientierung im gelebten Alltag.

Und dann wird's auf unserem Gang durch die Werteorientierung noch persönlicher: Wie komme ich eigentlich zu meinen Werten? Das Kapitel «Zusammenfassung und Aussichten» zeigt unter anderem einen Weg dazu auf, rundet den Werte-Komplex ab, fasst nochmals zusammen und schaut abschliessend vorwärts.

Gegen Ende des Rundganges durch die Vollwert Texterei geht's – im besten Sinne des Wortes – weiter im Text: Gewappnet mit dem kommunikativen und werteorientierten Rüstzeug im Kopf geht es nun nämlich ans Eingemachte. Texte verschiedenster Couleur – Textvorschläge – finden sich im Kapitel «Aus der Texterei»: Von Antwortschreiben auf Reklamationen über Auftragsbestätigungen, Bewerbungsabsagen bis hin zu Dankes-E-Mails und zu den besten Grüssen fürs neue Jahr. Die Palette werteorientierter Texte ist gross.

Und, kommen Sie dann bitte mit auf die Zielgerade unseres werteorientierten Weges: Kommen Sie mit zu den Reden, die der Rede wert sind. In der Kunst der Rhetorik fliessen nämlich alle Belange mündlicher und schriftlicher Kommunikation zusammen, ergänzt mit den Aspekten der nonverbalen Kommunikation. Reden fordern den ganzen Menschen heraus. Und da tut Werteorientierung not. Zudem sind Reden für Führungskräfte eine wunderbare Möglichkeit, ihre Werteorientierung verbal auf den Punkt zu bringen. Eine Bedienungsanleitung dazu komplettiert die Vollwert Texterei.

Vorwärts zu den Wurzeln! Ich wünsche Ihnen ein wertvolles Lesevergnügen.

Adrian Achermann
Neuenkirch, 21. März 2010

**«Wer Texte schreibt, gestaltet Gedanken.
Wer gestaltet, ist Schöpfer,
wer Schöpfer ist,
wirkt an der Gestaltung der Welt mit.
Wer die Welt nicht nur erleidet,
sondern mitgestaltet, empfindet die
Freude des Kreativen.»**

(Thilo von Trotha)

Inhalt

Willkommen in der Vollwert Texterei.....	6
1. KOMMUNIKATION - in Beziehung treten.....	11
Eckpfeiler der Kommunikation	11
Wir outen uns 12 • Das Wechselspiel von Inhalts- und Beziehungsebene 13 • Persönlich währt am längsten 13 • Informierst du noch, oder kommunizierst du schon? 13	
Das Prinzip: «Sag es einem guten Freund am Küchentisch»... 14	14
Schreiben ist der verlängerte Arm des Gesprächs 14 • Es ist so naheliegend, so einfach 15	
Kommunikation aus einem Guss	15
Textkultur 16 • Schnellschüsse oder Durchgängigkeit? 17 • Was tun? – Werteorientierung! 17	
2. WERTE – vorwärts zu den Wurzeln.....	19
Die Werteorientierung.....	19
Unternehmenswerte 20 • Ein Beispiel eines werteorientierten Kundenbriefs 21	
Der Wert der Werte	22
Werte leben 22 • Vorhang auf für den Rundgang durch die Werte 23	
2.1 BEWEGUNG – der stete Vorwärtsdrive	25
Die Bereitschaft für Veränderung.....	25
Der Umgang mit der Bewegung	26
Bewegung generiert Neugier 26 • Die Bewegung aus der Mitte 27 • «Der Weltgeist will uns Stufe um Stufe heben, weiten»28	
Die Sprache der Bewegung.....	28
Nimm Verben 29 • Achtung Modalverben! 30 • Floskeln vermeiden 31 • Achtung Ung-Wörter! 31 • Nominalkonstruktionen vitalisieren 32 • Die bewegte Grussformel 33 • Praxistipp: Trink! 34	
2.2 KREATIVITÄT – Neues ins Leben rufen	37
Die Schöpferkraft.....	37
Die Neugier 38 • Teamwork im Kopf 39 • Aufwärmübungen zur kreativen Fitness 40	
Synonyme: Wörter auf Reisen.....	42

	Redewendungen: Die Kunst einfacher, griffiger Worte	42
	Zitate: Die Reise zu neuen Ideen	46
	Satzzeichen: Die ungeahnte Lebendigkeit	46
	Kreativität will Hingabe	49
	Der kreative Schlusspurt: vom Detail zum Geniessen	52
2.3	WERTSCHÄTZUNG – das Interesse an der Welt.....	55
	Zeit schenken.....	55
	Kundenorientierung par excellence	56
	Die Sprache der Wertschätzung	57
	«Grüezi!» – Gedanken zur Anrede in Texten 58 • Anrede-Varianten 58 • Anrede-Varianten auf einen Blick 59 • Die einzelnen Briefelemente 59 • Der Betreff 59 • Der Briefeinstieg 60	
	Weltenöffner	60
2.4	PROFESSIONALITÄT – Nägel mit Köpfen machen	65
	Profis wollen mehr	65
	Die Sprache der Professionalität.....	66
	Knapp & positiv 66 • Die Textform 67 • Schachtelsätze 67	
	Brain-Mapping: Gedankenwelten bündeln	70
	Das Vorgehen 71	
2.5	ENGAGEMENT – sein Bestes geben	75
	Sich einsetzen, voll und ganz.....	75
	Das Prinzip «proaktiv» 75	
	Die Sprache der Engagements.....	76
	«Ja!» – das Schöpfungswort 76	
	Die engagierte E-Mail-Kultur.....	77
	Vorschlag zur E-Mail-Organisation 78 • Die Bestätigungs-E-Mail 78 • Tipps aus dem E-Mail-Knigge 79 • E-Mail-Selbstverständlichkeiten 79 • Der engagierte Abwesenheitstext 80	
2.6	VERTRAUEN – Glauben schenken.....	83
	Sind Sie glaubwürdig? 83 • Das Geschenk der Glaubwürdigkeit 84 • Kongruenz schafft Glaubwürdigkeit 85 • Vertrauen als Kapital 86	
	Partnerschaften – gemeinsam stärker!.....	86

2.7	ZUSAMMENFASSUNG & AUSSICHTEN	89
	Rückblick	89
	Der Weg zu den eigenen Werten 90 • Intensives Nachdenken 91	
	• Die Wertewelt bündeln 92	
	Werteorientiertes Texten	93
	Von der Information zur wertorientierten Kommunikation 95	
	Eine spirituelle Sicht auf die Werte	96
	Kommunikation transportiert Werte	97
	Kommunikation unterstützt die Strategie 97	
3.	WERTEORIENTIERTE ERFOLGSGESCHICHTEN	101
	Bücher von Matt – vom Gebetsbuch zum E-Book	101
4.	AUS DER TEXTEREI	102
4.1	SCHREIBEN IST DENKEN	103
	«Rem tene, verba sequentur»	103
	Typisch Schweizer! 103	
	Vom Grossen zum Kleinen denken	104
	«Deine Sprache verrät dich»	106
4.2	TEXTBEISPIELE À DISCRÉTION	109
	Beschwerde-Management	109
	Der Umgang mit Beschwerden 110 • Die Verständnisebene 110	
	• Die Kehrseite der Medaille 111	
	Die Offerte	115
	Die Auftragsbestätigung	116
	Die Rechnung	118
	Bestätigungstexte	119
	Allgemeine Terminbestätigung 120 • Terminbestätigung zum	
	ersten Kennenlernen 120	
	Texte für Zusendungen	121
	Begleittext zum Versand von Unterlagen 121 • Begleittext zum	
	Versand einer Broschüre 122 Zusenden von Dateien 122	
	Dankestexte	123
	Motivieren und danken 123 • Dankestext nach einem Termin	
	124 • Dankestext nach einem Besuch 124 • Ein Dankeschön	
	an unsere Kunden 125	

	Neujahrstexte	126
	Bewerbungstexte	130
	Stelleninserate analysieren und darauf antworten 132 • Absage auf eine Bewerbung 135	
	Akquisitions- und Imagebriefe.....	136
4.3	REDEN, DIE DER REDE WERT SIND.....	141
	Wann sind Reden der Rede wert?.....	141
	Die Grundlagen des Redenschreibens	143
	Reden erarbeiten	144
	Die drei Welten 144 • Recherchieren 145 • Strukturieren 145 • Der Finish beim Redeschreiben 148	
	Die Vorbereitung vor dem Auftritt	149