

# So schreiben Betriebsratsprofis

## Als Interessenvertreter die richtigen Worte wählen

Sitzen Sie manchmal vor der geöffneten Textverarbeitung, starren auf den Bildschirm und wissen nicht, wie Sie die richtigen Worte finden? Eben noch ging es hoch her in der Videokonferenz, jetzt wollen Sie das Ergebnis im Namen des Betriebsrats zusammenfassen und die Kollegen informieren. Aber wie? Wir haben Tipps für Ihre Betriebsratspraxis.



**Ralf Richter**

ifb-Bildungsreferent & Kommunikationstrainer

Stand: 9.2.2021

Lesezeit: 03:30 min



Schreiben ist Gold! Das gilt ganz besonders für Sie als Interessenvertreter. Denn oft macht eine gelungene Wortwahl in einem Text viel aus; und oft kommt es auf die Details an. Kurzum: Sich vernünftig auszudrücken und die Meinung des Gremiums richtig wiedergeben zu können sind grundlegende Kompetenzen für jedes Betriebsratsmitglied.

Keine leichte Aufgabe in der Pandemie. Denn wenn wir nicht mehr in Gesichtern „lesen“ können, fehlt bei unseren Aussagen ein wesentlicher Aspekt – umso wichtiger wird die Wirkung geschriebener Worte.

### Auf den Punkt gebracht

Zum Glück gibt es heute viele Möglichkeiten, mit der Belegschaft in Kontakt zu treten. Während es bis vor einigen Jahren ausgereicht hat, einmal im Quartal einen kleinen Aushang für das Schwarze Brett zu produzieren, müssen heute Artikel für das Intranet, den Newsletter und vielleicht sogar für Twitter,

Facebook oder den Betriebsrats-Blog geschrieben werden. Die Herausforderung dabei: Die Artikellänge, die Informationstiefe und auch der inhaltliche Fokus ist bei jedem Medium anders. Selbst der Schreibstil variiert, da oft auch die Zielgruppe der Texte unterschiedlich ist.

## *Betriebsräte sind Meinungsmacher. Sind Sie sich Ihrer Macht bewusst?*

### **Auf die Zeichenzahl kommt es an ...**

Die Länge eines Textes sollte, je nach Medium, variieren. Jede Textverarbeitung bietet die Möglichkeit, sich die geschriebene Zeichenzahl anzeigen zu lassen. Bei Word findet sich diese Information unten links im Bildschirm beim Klick auf „Wörter“.

Für einen Artikel in der klassischen Betriebsratszeitung können z.B. mindestens 6.000 Zeichen zur Verfügung stehen. Im Newsletter-Beitrag sollte man sich hingegen kürzer fassen (ca. 2.000 Zeichen), ebenso wie im Blog (ca. 1.600 Zeichen). Bei Twitter (ca. 280 Zeichen) und Facebook (maximal 120 Zeichen) befinden wir uns dann schon im informativen Mikrobereich.

Doch gerade in der Kurzform liegt auch die Kunst. Die Dinge auf den Punkt zu bringen bedarf viel Zeit. Auch im Schriftlichen gilt, was Mark Twain über die kurze Rede geschrieben hat: „Um eine gute Stegreifrede zu halten, brauche ich drei Tage Vorbereitungszeit.“

### **Worte transportieren Meinung**

Schreiben Sie über „Probleme“ oder „Herausforderungen“? Macht die Pandemie „Angst“ oder ermöglicht sie uns eine „neue Sichtweise“? „Bekämpfen“ wir den Arbeitgeber oder sind wir „im Austausch“ mit ihm? Wie oft verwenden Sie bei einer Rückmeldung die Worte „immer“ oder „nie“? Wie fühlt sich ein Auszubildender, wenn ihm durch ein „das machst Du immer falsch“ suggeriert wird, dass er sich „augenscheinlich“ nicht weiterentwickeln kann.

Worte sind mächtig. Worte können zerstören oder aufbauen. Worte können Hoffnung geben oder Angst säen. Gerade Betriebsräte haben hier ein wirkungsvolles Instrument in der Hand, um im Betrieb die Stimmung zu verändern. Betriebsräte sind Meinungsmacher. Sind Sie sich Ihrer Macht bewusst?

### **Worte schaffen Verbindung**

Gerade hat das Leibniz-Institut für Deutsche Sprache herausgefunden, [dass Corona 1.000 neue Wortschöpfungen hervorgebracht hat](#). Von der „Mundschutzmoral“ über die „Nacktnase“ bis hin zu den „Covidioten“. Wir sehen, Worte können spalten und Fronten aufbauen. Worte können aber auch Verbindungen schaffen.

Für Schreibende empfiehlt es sich, den eigenen Text am Ende noch einmal zu überprüfen: Wo habe ich unbewusst verbale Spaltpilze verwendet? Wo hätte ich mehr Anteilnahme und Verständnis zeigen können? Aber durchaus auch: Wo hätte ich selbstbewusster und eindeutiger sein können? Wichtig ist hier, aufmerksam und achtsam zu sein. Beispielsweise bei der Nennung der weiblichen und/oder der männlichen Wortform. Wo braucht es die „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, wo reicht ein „Mitarbeiter/innen“ und wo

ist ein „Mitarbeiter\*innen“ angemessen? Bei sehr vielen Worten und gerade bei diesem Thema schwingt viel Haltung und persönliche Einstellung mit. Zumal sich im Gender-Bereich bisher noch keine einheitliche Schreibweise durchgesetzt hat, wie das „Zeitmagazin“ Ende Dezember letzten Jahres [in einer Infografik eindrucksvoll dargestellt hat](#). Ergebnis einer Internetrecherche hat sechs verschiedene Schreibweisen für Bürgerinnen und Bürger auf den Webportalen von 81 Großstädten gezeigt.

## Und wie gelingt der Einstieg?

Wenn Sie einmal keinen guten Einstieg in einen Text finden und frustriert auf den Bildschirm starren, dann helfen folgende Tipps:

- Wie machen es die anderen? Ein Blick in andere Publikationen kann helfen, einen guten Einstieg zu finden. Aber Achtung, nicht einfach kopieren – Urheberrecht!
- Sofort zum Punkt kommen: Wenn Sie nicht wissen, wie Sie starten sollen – Warum nicht mit der wichtigsten Kernfrage? Anhand der Beantwortung können Sie sich durch den Text hangeln.
- Eine Geschichte erzählen: Manchmal ist es auch schön, etwas auszuholen, sofern es die Zeichen zulassen. Schließen Sie die Augen und versetzen Sie sich in die anderen. Jetzt ist Fantasie gefragt!
- Ein spannender Einstieg ist z.B. der „Cliffhanger“. Eine wichtige und spannende Frage wird aufgeworfen ... aber erst später beantwortet. So bleiben Ihre Leser am Ball, schließlich wollen Sie die Antwort erfahren.
- Und wenn es mal gar nicht weitergeht: Aufstehen und ein paar Minuten etwas anderes machen. Denn nichts ist frustrierender als das ewige Starren auf den Bildschirm ...

---

*Worte transportieren Meinung, machen Meinung und verändern Meinung.*

---

## Worte mit Bedacht wählen

Worte transportieren Meinung, machen Meinung und verändern Meinung. Sie sind Ausdruck unsere Gedanken, unserer Haltung und Wegweiser für unsere Taten. Egal ob es um drei Zeilen im nächsten Newsletter zur nächsten Betriebsratssitzung oder um den großen Hintergrundbericht zur neuen Betriebsvereinbarung geht: Wählen Sie Ihre Worte mit Bedacht und seien Sie sich Ihrer verbalen Macht bewusst.

## Kontakt zur Redaktion

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wenden Sie sich gerne direkt an unsere Redaktion. Wir freuen uns über konstruktives Feedback!

redaktion-dbr@ifb.de