

Zeitschrift: Sprachspiegel : Zweimonatsschrift
Herausgeber: Schweizerischer Verein für die deutsche Sprache
Band: 19 (1963)
Heft: 4

Titelseiten

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Suggestion im geschriebenen Wort

Von Dr. Walter Winkler, Zentralsekretär des Schweiz. Kaufmännischen Vereins, Zürich

Der wirksame Stil im Geschäftsleben

Wir erliegen dann einer Suggestion, wenn uns jemand etwas zu suggerieren vermag. Das lateinische Tätigkeitswort suggerere bedeutet unter anderm „eingeben“. Eine suggestive Persönlichkeit verfügt über die Gabe, andern eigene Auffassungen und Überzeugungen „einzugeben“. Nicht die logische Schlüssigkeit verleiht einer Aussage suggestive Kraft, sondern die Art und Weise, wie sie vorgetragen oder dargestellt wird.

Der *Redner* kann auf zweifache Weise suggestiv wirken: einmal durch seine sprachliche Ausdrucksweise (Stil), zum andern durch seine Art zu reden (Gebärden, Stimme, Tonfall, Pausen usw.). Beim *geschriebenen* Wort liegt die suggestive Wirkung allein im Stil. Womit wir bei unserer Hauptfrage angelangt sind: Läßt sich dieser Stil lehren und demzufolge auch lernen?

Ein Meister des suggestiven Stils, wie Nietzsche, kann man nicht werden. Es gilt also zu unterscheiden zwischen der Prosa eines Schriftstellers und derjenigen eines Anwalts oder eines Kaufmanns. Der Künstler gestaltet mit den Mitteln der Sprache eine geschaute und gefühlte Welt, und diese seine Welt prägt seinen Stil. Der Mann der Wirtschaft bedient sich der Sprache zu außerkünstlerischen Zwecken. Er schreibt Briefe, verfaßt Berichte und dergleichen. Aber auch in den Gattungen der Gebrauchssprache kann man Gutes und Schlechtes leisten.

Schlecht schreibt, wer sich unklar, schwerfällig und farblos ausdrückt. Der gute Stil weist gegenteilige Eigenschaften auf. Um klar und leichtfaßlich zu schreiben, muß man die Stilregeln kennen und anwenden; *um suggestiv zu schreiben, bedarf es der Menschen-*