

Objektyp: **FrontMatter**

Zeitschrift: **Sprachspiegel : Zweimonatsschrift**

Band (Jahr): **19 (1963)**

Heft 4

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://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-*