
Informationsschreiben in der IT-Branche

Martina Faust

Informationsschreiben in der IT-Branche

Ein Leitfaden
und Qualitätsprüfungsverfahren

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Klaus-Peter Konerding

 Springer VS

Martina Faust
Münster, Deutschland

Dissertation, Universität Heidelberg, 2012

Original-Titel: „Entwicklung und Evaluation eines Leitfadens und Qualitätsprüfungs-
verfahrens für die Erstellung von Informationsschriften für Endnutzer im EDV-Bereich
der Finanzwirtschaft“

ISBN 978-3-658-01633-3

ISBN 978-3-658-01634-0 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-01634-0

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

Geleitwort

Untersuchungsgegenstand und Thematik der vorliegenden Arbeit sind – der Titel verrät es schon – im Gebiet der Angewandten Linguistik, dort insbesondere im Bereich der technischen Fachkommunikation, speziell der linguistischen Kommunikationsoptimierung verortet. Die Untersuchung behandelt dort anhand eines repräsentativen Beispiels eines der Schlüsselprobleme der Kommunikation in funktional komplex differenzierten Gesellschaften: das Problem der Verständigung zwischen Technik-Experten und Anwender-Laien unter den Alltagsbedingungen und Handlungszwängen von gesellschaftlicher Kooperation und marktwirtschaftlichem Wettbewerb. Im Zentrum stehen allgemeine Fragen der angemessenen zielgruppen- und nutzerorientierten Vermittlung von Fachinformation. Konkret betroffen ist der Bereich der Verständlichkeit der Informationsschreiben eines EDV-Dienstleisters an seine Kunden (Banken). Verfasser der Schreiben sind die Systementwickler und -betreuer des Dienstleisters (in der Regel Fachinformatiker), Adressaten die EDV-System-Anwender in den jeweiligen Banken – in der Regel Personal ohne EDV-spezifische berufliche Ausbildung. Ziel der Untersuchung war es, bestehende Probleme in der Kommunikationskette zu identifizieren, diese wissenschaftlich zu analysieren, wissenschaftlich fundiert Methoden und Mittel für deren Beseitigung zu entwickeln und schließlich auf dieser Grundlage „den Kommunikationsprozess in all seinen Schritten und Rückkopplungen vom Programmentwickler über den Bankmitarbeiter bis zum Bankkunden zu optimieren“. Die Wirksamkeit der eingesetzten Mittel und Methoden für die Optimierung des Kommunikationsprozesses war dabei ihrerseits wissenschaftlich zu überprüfen.

Die vorliegend dokumentierte Untersuchung bietet in ihrem methodischen Zugriff eine neuartige, linguistisch umsichtig fundierte Methode der Analyse und Spezifikation von praktischen Problemen gesellschaftlich bereichsübergreifender Fachkommunikation. Insofern betritt sie hier Neuland, auch für die Angewandte Linguistik. Und sie zeigt sehr deutlich, dass linguistische und sprachpsychologische Forschungsergebnisse sowie linguistische Expertise im Bereich der gesellschaftlich-institutionellen Kommunikation an wichtiger Stelle unmittelbar positiv wirksam werden können. Des Weiteren dokumentiert die Studie, wie diese Wirksamkeit wissenschaftlich valide nachgewiesen werden kann. Hierzu wird unter anderem auf ausgewiesene Methoden und Verfahren der empirischen

Sozialforschung zurückgegriffen. Die Studie mit ihren transdisziplinären Bezügen erschließt der Angewandten Linguistik ein umfangreiches und wichtiges Forschungs- und Dienstleistungsgebiet im Bereich der gesellschaftlichen Kommunikation.

Prof. Dr. Klaus-Peter Konerding
Universität Heidelberg

Vorwort

Nach meinem Studium der Germanistik und Geschichte in Heidelberg mit dem Abschluss Magister, bin ich im Jahr 2006 in den Beruf eingestiegen. Meine Aufgabe sollte es sein, die Verständlichkeit der Kundenkommunikation zu verbessern. Daraus ist ein für mich größeres Projekt geworden und die vorliegende Arbeit entstanden. Mein Interesse gilt sowohl der verständlichen Vermittlung von Fachwissen von Experten zu Anwendern, mit dem Schwerpunkt, wer welche Informationen und welches Wissen benötigt sowie dem Aufbau eines Wissensmanagements mit Hilfe der heute zur Verfügung stehenden Dialog-Möglichkeiten des Internets. Diesen Themen widme ich mich wissenschaftlich, wie auch in meinem Beruf.

Mein herzlicher Dank gilt Herrn Prof. Konerding von der Universität Heidelberg, der diese Arbeit von Beginn an intensiv betreut und begleitet hat. Seine wichtigen Ratschläge und Anregungen über die gesamte Zeit des Projektes haben das Gesamtbild der Arbeit geprägt und mich viel lernen lassen.

Viele Menschen haben mich in den letzten Jahren unterstützt und mir geholfen, Familie, Beruf und Dissertation unter einen Hut zu bekommen. Dafür danke ich ihnen. Tatsächlich hätte ich all das aber nicht ohne meinen Mann Stefan geschafft, all meine Liebe und meine Dankbarkeit für die letzten wunderbaren Jahre gelten ihm.

Martina Faust

Münster, Februar 2013

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	15
Tabellenverzeichnis	19
1 Einleitung.....	21
1.1 Thematische Einführung	21
1.2 Forschungsfrage	22
1.3 Entstehung und Ablauf des Projekts	23
1.4 Fazit.....	25
2 Vorstrukturierung und thematischer Überblick.....	27
2.1 Theoretische Grundlagen	27
2.2 Ausgangssituation	27
2.3 Analyse der Problemfelder.....	29
2.4 Erarbeitung eines Optimierungsverfahrens	30
2.5 Evaluation	32
2.6 Diskussion und Ausblick.....	32
2.7 Fazit.....	33

3	Theoretische Grundlagen und empirische Befunde	35
3.1	Forschungsdefizite und -desiderate	35
3.2	Fachsprachen.....	36
3.3	Kognitionspsychologie.....	38
3.3.1	Beschreibung des Leseprozesses.....	40
3.3.2	Propositionslisten	42
3.3.3	Ausubelsche Lerntheorie: Kognitive Lerntheorie und Prinzipien der Textorganisation	43
3.3.4	Lesbarkeits- und Verständlichkeitsforschung	44
3.3.5	Psycholinguistische Syntaxforschung	45
3.3.6	Das Hamburger Verständlichkeitsmodell.....	47
3.3.7	Verständlichkeitsmodell von Groeben	48
3.4	Textproduktion und Textoptimierung nach Göpferich.....	49
3.4.1	Typografie und Layout.....	50
3.4.2	Zur Makrostruktur von Textsorten	51
3.4.3	Satzbau unter kommunikativem Aspekt.....	51
3.4.4	Thema-Rhema-Theorie	52
3.5	Experten-Laien-Kommunikation.....	53
3.5.1	Experten- und Laienwortschätze	55
3.6	Zusammenfassung der Befunde und Implikationen für die eigenen Untersuchungen.....	56
3.7	Fazit.....	59
4	Ausgangssituation	61
4.1	Umfeld-Analyse	61
4.1.1	Das Unternehmen.....	62
4.1.2	Software und Produkte.....	62
4.1.3	Die Banken.....	63

4.2	Untersuchungsgegenstand fachliche Informationsschreiben.....	63
4.2.1	Prozesskette der Erstellung der Schreiben	64
4.2.2	Sender.....	65
4.2.3	Empfänger	66
4.2.4	Vorabbefragung der Leser.....	68
4.2.5	Ausblick auf die Problemanalyse der Schreiben	69
4.3	Fazit.....	71
5	Analyse der Problemfelder	73
5.1	Das Themenfeld Verhältnis zwischen Sender und Empfänger	73
5.2	Das Themenfeld Makro- sowie Mikrostruktur.....	78
5.2.1	Fehlender Überblicksteil	92
5.2.2	Sinnvolle Absatzgliederung	94
5.2.3	Fehlende Markierung sinnvoller Einheiten im Schreiben	99
5.3	Das Themenfeld unzureichende Verankerung von Bildern im Text... ..	103
5.4	Das Themenfeld Satzstruktur	109
5.4.1	Schachtelsätze	109
5.5	Das Themenfeld Sprache	111
5.5.1	Substantivierungen respektive Nominalstil.....	112
5.5.2	Attributive Verdichtungen durch Adverbien.....	114
5.5.3	Exzessiver Passivgebrauch.....	115
5.5.4	Fachbegriffe	116
5.5.5	Fachabkürzungen	119
5.5.6	Produktnamen	122
5.5.7	Produktnamenabkürzungen	125
5.5.8	Rechtschreibung und Grammatik.....	125

5.6	Zusammenfassung.....	126
5.7	Fazit.....	131
6	Erarbeitung eines Optimierungsverfahrens	133
6.1	Das Optimierungsverfahren	133
6.1.1	Der Leitfaden	135
6.1.2	Prozess der Qualitätsprüfung.....	138
6.1.3	Schulung der Autoren.....	139
6.1.4	Nachhaltigkeit durch Qualitätsprüfung und Schulung	142
6.2	Fazit.....	142
7	Evaluation.....	143
7.1	Forschungsfrage	143
7.2	Studie 1: Inhaltsanalyse der nach dem Leitfaden erstellten Texte.....	144
7.2.1	Einleitung, Methode und Ziel.....	144
7.2.2	Untersuchungsmaterial	145
7.2.3	Konstruktion des Kategoriensystems (Operationalisierung) – Faktorenanalyse.....	146
7.2.4	Pretest.....	149
7.2.5	Darstellung gebündelter Ergebnisse.....	149
7.2.6	Zusammenfassung.....	173
7.3	Studie 2: Befragung der Autoren. Zur Anwendbarkeit des Leitfadens	175
7.3.1	Einleitung, Methode und Material.....	175
7.3.2	Entwicklung des Fragebogens.....	177
7.3.3	Pretest.....	178
7.3.4	Versand per E-Mail	179

7.3.5	Gütekriterien	179
7.3.6	Darstellung gebündelter Ergebnisse	179
7.3.7	Zusammenfassung und Diskussion	193
7.4	Studie 3: Zum Verständnis auf Empfängerseite	195
7.4.1	Methode und Material	196
7.4.2	Pretest	197
7.4.3	Entwicklung des Fragebogens	197
7.4.4	Darstellung der einzelnen Ergebnisse	199
7.4.5	Zusammenfassung	210
7.5	Stichprobe Stand Dezember 2010	211
7.5.1	Stichprobe „Schreiben vor der Qualitätsprüfung“	213
7.5.2	Stichprobe „Schreiben nach der Qualitätsprüfung“	215
7.5.3	Bewertung der Stichprobe	221
7.6	Fazit	222
8	Diskussion und Ausblick	223
8.1	Vergleich der Studien – Themenfeld Organisation der Schreiben	224
8.1.1	Empfänger der Schreiben	224
8.1.2	Autoren der Schreiben	225
8.1.3	Zeitspanne	227
8.2	Vergleich der Studien – Themenfeld Gliederung und Struktur der Informationsschreiben	228
8.2.1	Aufzählungsblöcke	228
8.2.2	Zwischenüberschriften	229
8.2.3	Anzahl Tabellen	230
8.2.4	Formatvorlage	231

8.3	Vergleich der Studien – Themenfeld Verwendung von Bildern und Grafiken	232
8.4	Vergleich der Studien – Themenfeld Länge.....	232
8.4.1	Absätze und Wörter.....	233
8.4.2	Hauptsätze und Nebensätze.....	234
8.5	Vergleich der Studien – Themenfeld Verweise.....	234
8.6	Vergleich der Studien – Themenfeld Fachbegriffe und Fachabkürzungen	235
8.7	Zusammenfassung des Vergleichs	236
8.8	Stichprobe Dezember 2010	237
8.9	Weiterführende Überlegungen	237
8.9.1	Abgrenzung des Optimierungsverfahrens gegenüber dem Einsatz von technischen Redakteuren	238
8.9.2	Abgrenzung des Optimierungsverfahrens gegenüber technischen Schreibunterstützungen	238
8.9.3	Überlegungen zu einem einheitlichen Glossar innerhalb des Unternehmens	240
8.9.4	Übertragung des Verfahrens.....	241
8.10	Fazit.....	242
9	Schlussbemerkung.....	243
10	Literaturverzeichnis.....	247
11	Anhang.....	255

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i>	Wie oft in der Woche lesen Sie ein Informationsschreiben? – Angaben in Prozent. Befragt wurden die Mitarbeiter der Banken in der Studie 3 (vgl. Kapitel 7.4).....	67
<i>Abbildung 2:</i>	Fachbegriffe im Titel – Kategorien geben die Anzahl der Fachbegriffe im Titel an; Angaben der Anzahl in den Schreiben in Prozent; untersucht an 102 Schreiben	151
<i>Abbildung 3:</i>	Sender arbeitet in Abteilung – Kategorien geben die Abteilungen an, in der Mitarbeiter arbeiten; Angaben in Prozent; untersucht an 102 Schreiben	153
<i>Abbildung 4:</i>	Sender arbeitet in Abteilung / Fachabkürzungen in den Informationsschreiben – Kategorien geben die Abteilungen an und die Anzahl der Fachabkürzungen in den Schreiben; Angaben der Kategorien in Prozent, untersucht an 102 Schreiben.....	155
<i>Abbildung 5:</i>	Empfänger arbeitet in Abteilung – Kategorien geben die Abteilungen an, in der die Mitarbeiter arbeiten; Angaben in Prozent; untersucht an 102 Schreiben	156
<i>Abbildung 6:</i>	Gibt es einen Überblicksteil? – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; Angaben in Prozent; untersucht an 102 Schreiben	158
<i>Abbildung 7:</i>	Anzahl Aufzählungsblöcke – Kategorien (rechts) geben die Anzahl der Aufzählungsblöcke pro Schreiben an (1 Aufzählungsblock in 25 Schreiben, 2 Blöcke in 7 Schreiben usw.), untersucht an 102 Schreiben.....	160
<i>Abbildung 8:</i>	Haben die Absätze eine Zwischenüberschrift – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; Angaben in Prozent; untersucht an 102 Schreiben	161
<i>Abbildung 9:</i>	Anzahl Zwischenüberschriften im Schreiben an die Fachabteilung – Kategorien geben in Gruppen die Anzahl der Zwischenüberschriften in den Schreiben an; Angaben beziehen sich auf die 102 untersuchten Schreiben	162

<i>Abbildung 10:</i> Werden Tabellen genutzt? – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; Angaben in Prozent; untersucht in 102 Schreiben.....	164
<i>Abbildung 11:</i> Tabellenüberschriften ja oder nein – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; Angaben in Prozent, in den 102 Schreiben finden sich 41 Tabellen. Von diesen 41 Tabellen haben 12 eine Tabellenüberschrift (entspricht 29 Prozent).....	165
<i>Abbildung 12:</i> Grafik aus Beispiel Kapitel 5.3: „Das Themenfeld unzureichende Verankerung von Bildern im Text“	166
<i>Abbildung 13:</i> Verteilung Hauptsätze - Nebensätze – Kategorien geben einfache Hauptsätze oder Nebensätze an; angegeben werden Durchschnittswerte; untersucht an 102 Schreiben.....	167
<i>Abbildung 14:</i> Orthografische und grammatische Fehler – Kategorien geben die Fehlerart an; Angaben in konkreten Zahlen; untersucht an 102 Schreiben	169
<i>Abbildung 15:</i> Fachabkürzungen bei Erstnennung ausgeschrieben – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; untersucht an 102 Schreiben.....	171
<i>Abbildung 16:</i> Anzahl der Schreiben, die ein Autor pro Jahr verfasst – Kategorien geben eine Auswahl an; Angaben in Prozent; befragt wurden 18 Autoren.	180
<i>Abbildung 17:</i> Versand der Schreiben in Tagen – Kategorien geben Auswahl über einen Zeitraum an; Angaben in Prozent; befragt wurden 18 Autoren	181
<i>Abbildung 18:</i> Haben Sie den Leitfaden „Wirkungsvolle Kundenkommunikation“ gelesen? – Kategorien geben die Auswahl „ja“ oder „nein“ an; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	182
<i>Abbildung 19:</i> Nutzen Sie den Leitfaden regelmäßig? – Kategorien geben die Auswahl ja oder nein an; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	183
<i>Abbildung 20:</i> Empfinden Sie die Qualitätsprüfung als sinnvoll? – Kategorien geben die Auswahl „ja“, „nein“ und „Enthaltung“ an; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	184

<i>Abbildung 21:</i> Wie bewerten Sie den Leitfaden „Wirkungsvolle Kundenkommunikation“? – Dargestellt wird die Bewertungsauswahl von „sehr gut“ bis „befriedigend“ sowie „Enthaltung“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	185
<i>Abbildung 22:</i> Wie bewerten Sie die Qualitätsprüfung und Unterstützung insgesamt? – Bewertungsauswahl „sehr gut“ bis „befriedigend“ sowie „Enthaltung“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	186
<i>Abbildung 23:</i> Nutzen Sie die Tabelle der Formatvorlage? – Bewertungsauswahl „ja“ und „nein“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	187
<i>Abbildung 24:</i> Nutzen Sie die Aufzählungsblöcke der Vorlage? – Bewertungsauswahl „ja“ und „nein“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	189
<i>Abbildung 25:</i> Nutzen Sie die Textbausteine der Vorlage? – Bewertungsauswahl „ja“, „nein“ und „Enthaltung“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	190
<i>Abbildung 26:</i> Verwenden Sie Zwischenüberschriften? – Bewertungsauswahl „ja“, „nein“ und „Enthaltung“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	191
<i>Abbildung 27:</i> Schreiben Sie Fachbegriffe bei Erstnennung aus? – Bewertungsauswahl „ja“, „nein“ und „Enthaltung“; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	192
<i>Abbildung 28:</i> Benennen Sie Handlungsanweisungen und Hinweise als solche? – Bewertungsauswahl „ja“, „nein“ und Enthaltung; Angaben in konkreten Zahlen; befragt wurden 18 Autoren	193
<i>Abbildung 29:</i> In welcher Abteilung arbeiten Sie? – Auswahl offen; Angaben in tatsächlichen Zahlen; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten	200
<i>Abbildung 30:</i> Wie oft in der Woche lesen Sie ein Schreiben? – Bewertungsauswahl täglich, 3- bis 5-mal, 1-mal pro Woche; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten	201

- Abbildung 31:* Wie beurteilen Sie Gliederung und Struktur der Schreiben? – Bewertungsauswahl in Schulnoten; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 202
- Abbildung 32:* Wie beurteilen Sie die Länge der Schreiben? – Bewertungsauswahl in Schulnoten; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 203
- Abbildung 33:* Wie beurteilen Sie die Satzlänge innerhalb der Schreiben? – Bewertungsauswahl in Schulnoten; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 204
- Abbildung 34:* Wie beurteilen Sie Aufzählung der wesentlichen Informationen zu Beginn der Informationsschreiben? – Bewertungsauswahl in Schulnoten; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 205
- Abbildung 35:* Wie beurteilen Sie die Übersichtlichkeit der Schreiben durch Zwischenüberschriften? – Bewertungsauswahl in Schulnoten; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 206
- Abbildung 36:* Sollen mehr erläuternde Bilder und Grafiken eingebaut werden? – Bewertungsauswahl „ja“ oder „nein“; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten 207
- Abbildung 37:* Empfinden Sie Tabellen als übersichtliche Informationsdarstellungen? – Bewertungsauswahl „ja“ oder „nein“; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten 208
- Abbildung 38:* Sind Ihnen Fachbegriffe im Schreiben sofort geläufig? – Bewertungsauswahl „ja“ oder „nein“; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten..... 209
- Abbildung 39:* Werden Termine deutlich benannt? – Bewertungsauswahl „ja“ und „nein“; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten 209
- Abbildung 40:* Werden Handlungsanweisungen und Hinweise deutlich benannt? – Bewertungsauswahl „ja“ und „nein“; Angaben in Prozent; Rücklaufquote liegt bei 308 von 1000 Befragten .. 210

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1:</i>	Ausschnitt „Dimensionale Analyse Studie 1“	145
<i>Tabelle 2:</i>	Formatvorlage im Schreiben im System	163
<i>Tabelle 3:</i>	Ausschnitt „Dimensionale Analyse Studie 2“	176
<i>Tabelle 4:</i>	Ausschnitt „Dimensionale Analyse Studie 3“	197