

Beck Professionell

# Recherchieren, Strukturieren, Präsentieren

So überzeugen Sie in Abschlussarbeiten, Artikeln, Reports und Vorträgen

von  
Hanno Beck

Hanno Beck ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim. (Stand: Dezember 2011)

1. Auflage

Recherchieren, Strukturieren, Präsentieren – Beck

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Wissenschaftliches Arbeiten



Verlag C.H. Beck München 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 66204 1

# beck-shop.de

Beck

Recherchieren – Strukturieren – Präsentieren

**beck-shop.de**

# beck-shop.de

## Recherchieren Strukturieren Präsentieren

So überzeugen Sie in Abschluss-  
arbeiten, Artikeln, Reports  
und Vorträgen

von

Prof. Dr. Hanno Beck

1. Auflage, 2014



## Zum Autor:

**Hanno Beck**, Diplom-Volkswirt, Studium der Wirtschaftswissenschaften mit anschließender Promotion an der Universität Mainz, war mehrere Jahre Redakteur in der Wirtschaftsredaktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Zugleich hatte er Lehraufträge an den Fachhochschulen Frankfurt, Wiesbaden und Wetzlar inne. Seit 2006 ist er Professor für Volkswirtschaftslehre an der Hochschule Pforzheim. Außerdem ist Hanno Beck Autor mehrerer populärwissenschaftlicher Sachbücher.

**[www.beck.de](http://www.beck.de)**

ISBN 973-3-406-66204-1





© 2014 Verlag C.H.Beck oHG  
Wilhelmstraße 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck, Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen  
Druck: Druckhaus Nomos, In den Lissen 12, 76547 Sinzheim  
Umschlaggestaltung: fernlicht kommunikationsdesign, Gauting  
Bildnachweis: iStock.com/selimaksan

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

## So nutzen Sie dieses Buch

Um Ihnen das Lesen und Arbeiten mit diesem Buch zu erleichtern, hat der Autor verschiedene Stilelemente verwendet.

-  Hier finden Sie Tipps und Checklisten.
-  Hier finden Sie Beispiele und Geschichten zur Illustration.
-  Hier finden Sie Übungen und Muster, die Sie übernehmen können.
-  Die Zielscheibe kennzeichnet Zusammenfassungen und Fazits.

**beck-shop.de**

## Bevor wir anfangen – um was geht es eigentlich?

*Mission: Impossible.* Sie haben also – warum auch immer – die Aufgabe, einen Bericht, einen Artikel, eine wissenschaftliche Hausarbeit abzuliefern, einen Report an die Geschäftsleitung, einen Fachvortrag für das nächste Treffen eines wichtigen Ausschusses, einen Essay oder eine Rede für eine Festveranstaltung. Und jetzt sitzen Sie am Schreibtisch und fragen sich, wie um alles in der Welt Sie das in der knappen Zeit schaffen sollen. Wenn es ganz schlimm kommt, dann ergeht es Ihnen wie dem Verfasser dieses Buches, der jahrelang als Journalist gearbeitet hat: In seinem ersten Monat als Jungredakteur schneite der Ressortleiter mit wehenden Rockschößen ins Büro und formulierte knapp „Herr Beck, wir brauchen 180 Zeilen zum Thema ♣¥;Ψ\$\$@!&\*+ #, um halb fünf ist Andruck“. Wie unschön – ich hatte noch nie in meinem Leben etwas von ♣¥;Ψ\$\$@!&\*+ # gehört, geschweige denn, dass ich wusste, wie man darüber sinnvoll 180 Zeilen in zwei Stunden schreiben soll. Mission: Impossible.

Gut, es muss nicht immer so extrem sein, aber vom Prinzip her kennen Sie das: Man muss sich innerhalb kürzester Zeit zu einem Experten in einem Thema machen, von dem man wenig Ahnung hat und dann kompetent, anschaulich, informativ und am besten noch unterhaltsam darüber anderen Menschen berichten – entweder schriftlich oder mündlich, oder beides. Wie soll denn das gehen?

Es geht. Und es geht gut und ohne Stress, wenn man ein paar Kniffe und Tricks kennt. Wenn man weiß, wo und wie man suchen muss und wenn man Techniken hat, wie man aus dem Berg von recherchierten Informationen eine brauchbare Gliederung macht. Und



# beck-shop.de

wenn man ein wenig darüber weiß, wie man diese Informationen mit der Gliederung als Rahmen aufbereitet.

Lassen Sie sich dabei nicht von den Begriffen „Recherche“, „Gliederung“ oder „Hausarbeit“ ablenken – diese Vorgehensweise gilt für jede Aufgabe, bei der es darum geht, andere Menschen zu informieren. Ob Sie einen Report an die Geschäftsleitung schreiben, einen Artikel für eine Tageszeitung oder ein Monatsmagazin, eine Rede für die Jahrestagung der ausgelassenen Zahnärzte, einen Vortrag für die Hochschule oder eine Lobrede auf den 60. Geburtstag der Schwiegermutter, Ihre Aufgabe besteht immer aus drei Teilschritten: Recherchieren – Strukturieren – Präsentieren. Informationen suchen, filtern, in eine Ordnung bringen und geordnet aufschreiben oder vortragen – das ist der Dreisprung, um den es in diesem Buch geht und bei dem Ihnen dieses Buch helfen soll.

*Bevor es losgeht.* Doch bevor wir anfangen, müssen wir drei wichtige Fragen klären, die Ihnen im weiteren Verlauf der Arbeit helfen werden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Welche drei Fragen sind das?

- *Um was geht es?* Sie müssen sich zunächst darüber im Klaren sein, was das Ziel Ihrer Arbeit ist – was soll mit Hilfe Ihrer Erkenntnisse gemacht werden? Sollen Ihre akademischen Fähigkeiten geschult und benotet werden? Soll der Leser informiert werden? Soll auf der Basis Ihrer Überlegungen eine Investitionsentscheidung getroffen werden? Steht die Schließung eines Geschäftsbereichs zur Debatte, oder sollen Sie Ihr Publikum einfach nur eine Zeitlang unterhalten? Nur wenn Sie sich die Zielsetzung Ihrer Arbeit hinreichend klar gemacht haben, stellen Sie sicher, dass Sie nicht die falschen Quellen, das falsche Format, die falsche Darstellungsart und die falsche Sprache wählen. Wer nicht weiß, was er will, bekommt selten das, was er braucht.
- *Wer ist mein Publikum?* Klarer Fall: Wenn Sie nicht wissen, für wen Sie das alles machen, haben Sie auch keine Idee, was Sie machen sollen. Ein Zeitungsartikel über Arbeitslosigkeit in Deutschland fällt anders aus als eine Hausarbeit zu diesem Thema, und vor allem ist der Rechercheaufwand und Mitteleinsatz äußerst unterschiedlich. Sie müssen sich darüber klar werden, wer Ihr Publikum ist, welche Sprache es spricht, was es von Ihnen erwartet, welche Vorkenntnisse Sie voraussetzen können und wie Sie die Erwartungen des Publikums am besten befriedigen können. Ohne dieses Wissen werden Sie scheitern.

# beck-shop.de

- *Wie sind meine Ressourcen?* Sie müssen Ihre zeitlichen und sonstigen Limits beachten – wer nur zwei Stunden Zeit hat, um einen Artikel über ☣¥¿Ψ\$\$@!&\*+# zu schreiben, wird nicht in die Bibliothek gehen und auch nicht dutzende wissenschaftliche Papers aus dem Netz ziehen. Wer aber an einer Dissertation sitzt und dabei nur den Rechercheaufwand für einen Zeitungsartikel betreibt – na ja, das müssen wir nicht vertiefen.

Wie Sie leicht nachvollziehen können – unterschiedliche Arten von Arbeiten, Adressaten und Restriktionen erfordern einen unterschiedlichen Rechercheaufwand, eine unterschiedliche Gewichtung von Themenaspekten und unterschiedliche Präsentationsformen. Wer das nicht beachtet, braucht nicht weiter zu lesen. All den Hilfestellungen in diesem Buch zum Trotz müssen Sie also stets überlegen, welche dieser Hilfen für Ihre spezielle Aufgabe hilfreich ist und welche nicht. Die folgende Tabelle zeigt Ihnen verschiedene Formen von Präsentationen – zu welcher Kategorie gehört Ihre Aufgabe?

## Verschiedene Formen von Ausarbeitungen und Präsentationen



Adressat/Form	Ziel, Zeitaufwand, Anspruch und Stil
<i>Nachricht/ Artikel</i>	Information über die wichtigsten und aktuellsten Aspekte eines Themas; je nach Publikation fachspezifischer. Soll den Leser schnell und übersichtlich informieren. In der Regel dringlich, der Stil ist nüchtern-sachlich, der Anspruch: kurz, kompakt, korrekt und verständlich.
<i>Essay/ Kommentar</i>	Soll dem Leser eine fundierte Meinung zu einem Thema anbieten, dabei aber auch die wichtigsten Informationen zu diesem Thema erläutern; in der Regel eher an ein allgemeines Publikum gerichtet. Zumeist hat man mehr Zeit dafür, der Stil muss nicht nüchtern-sachlich sein, solche Formen sollen oft auch unterhaltend sein; sprachliche Eleganz ist durchaus gewünscht.
<i>Hausarbeit/ Semesterarbeit</i>	Soll zeigen, dass der Verfasser einen fundierten Überblick über ein spezielles Thema hat und die wesentlichen Aspekte eines Themas klar strukturiert aufarbeiten und präsentieren kann. Richtet sich neben dem Dozenten auch an Mitstudenten, die zu dem speziellen Thema nur wenig

Adressat/Form	Ziel, Zeitaufwand, Anspruch und Stil
	Information haben. Der Zeitaufwand beträgt je nach Arbeit und Routine vier bis acht Wochen; der Stil nüchtern; die Aufgabe ist deutlich recherchieintensiver als Nachrichten und Essays.
<i>Abschlussarbeit</i>	Wie eine Hausarbeit, nur auf etwas höherem Niveau. Die Hausarbeit dient der Vorbereitung auf die Abschlussarbeit, sie ist sozusagen das Trainingsfeld. Aufwand je nach Absprache bis zu sechs Monaten. Vermassen Sie diese Arbeit, wird Ihr Abschlusszeugnis von einem dicken Makel geziert, den Personalchefs mit einem Zucken der Augenbrauen kommentieren – zu Recht.
<i>Dissertation</i>	Ziel ist ein eigenständiger wissenschaftlicher Ansatz zu einem Fachthema, ein erkennbarer wissenschaftlicher Fortschritt. Richtet sich an Leser mit profunden Fachkenntnissen; Zeitaufwand wird in Jahren bemessen. Stil nüchtern-sachlich.
<i>Report für die Geschäftsführung oder Abteilung</i>	Klare, kurze Schilderung der entscheidungsrelevanten Fakten, soll als Grundlage für geschäftliche Entscheidungen gelten. Der Stil ist sachlich-nüchtern, die Adressaten wissen, um was es geht. Zeit ist Geld, keine langen Vorreden, verständliche, kurze und kompakte Präsentation der wichtigsten Fakten – die erstklassig und korrekt sein müssen, sonst wird Geld versenkt. Und keine Floskelolympiade.
<i>Vortrag oder Rede</i>	Soll Zuhörer informieren, bestenfalls auch unterhalten. Inhalt, Form und Stil richten sich nach dem Thema und dem Publikum – auf Fachveranstaltungen trägt man anders vor als auf Veranstaltungen, die sich an die Allgemeinheit richten; Festvorträge sind etwas anderes als Reports an die Geschäftsführung. Stil sowie Rechercheaufwand sind also jeweils individuell anzupassen. Aber auch für Fachvorträge gilt: Niemals langweilig sein.

Wenn Sie klar gestellt haben, was Sie machen wollen und wer Ihr Publikum ist, kann es losgehen mit dem Dreisprung. Der erste Schritt besteht natürlich darin, Fakten zu recherchieren – aber wie?

# beck-shop.de



## Die Kopfstandmethode

*In den meisten Büchern – so auch in diesem Buch – lernen Sie, wie man etwas richtig oder besser macht. Die Kopfstandmethode versucht das Gegenteil: Sie besteht darin, dass man sich überlegt, wie man etwas besonders schlecht macht: Wie Sorge ich dafür, dass ich den Termin auf keinen Fall einhalte? Was macht meine Arbeit, meinen Vortrag besonders schlecht? Wie mache ich das Thema so uninteressant wie möglich? Auf diesem Weg kann man ein paar Stolpersteine entdecken und (hoffentlich) aus dem Weg räumen. Einen Versuch ist es auf alle Fälle wert.*

**beck-shop.de**

## Inhalt

1. Kapitel	Recherchieren	15
I.	Vorbereitungen: Aufräumen und Grillen vertreiben	15
II.	Quellen: Die Guten ins Köpfchen	26
III.	Suchstrategien: Lawinen im Dschungel	48
IV.	Literatur lesen, dokumentieren und archivieren	58
V.	Literatur kontrollieren	63
2. Kapitel	Strukturieren	69
I.	Inhalte erfassen und verstehen	69
II.	Strukturierungstechniken	81
III.	Beispiele für Gliederungen	90
IV.	Zitieren und plagiiieren	96
3. Kapitel	Präsentieren	115
I.	Schreiben: Ohne Blockade beginnen	115
II.	Eine Frage des Stils: Besser Schreiben, besser sprechen	117
III.	Vortragen mit Folien	130
IV.	Überzeugen mit Grafiken	135
V.	Die Örtlichkeiten, das Publikum	148
VI.	Finale: der Vortrag	156
Literatur		169
Stichwortverzeichnis		173