

Unverkäufliche Leseprobe



**Hermann Ehmann
Läuft!**

Neue unverzichtbare Bürofloskeln

2021. 155 S., mit 12 Illustrationen
ISBN 978-3-406-76687-9

Weitere Informationen finden Sie hier:
<https://www.chbeck.de/31838163>

© Verlag C.H.Beck oHG, München
Diese Leseprobe ist urheberrechtlich geschützt.
Sie können gerne darauf verlinken.

Sieben Jahre nach seinem ersten Lexikon, *Ich bin da ganz bei Ihnen!*, hat Hermann Ehmann in einer breit angelegten Rechercheaktion kilometerweise E-Mails gecheckt, Keynotes nach Worthülsen durchforstet und in ungezählten Events quer durch alle Branchen tapfer mitnotiert. Denn buzzwordmäßig hat sich in den letzten Jahren viel getan. In seiner neuen Sammlung fühlt er den absurden Phrasen des heutigen Bürolebens auf den Zahn – den Hinhalteparolen («Das Kompetenzteam kümmert sich») und den Manipulationsphrasen («Ran an die Leistungsreserven!»), dem Chef-Deutsch und dem Blender-Bullshit. Hier finden Sie alles, die sprachlichen Must-Haves und die Nice-to-Haves, um durch den täglichen Irrsinn navigieren zu können.

Hermann Ehmann ist promovierter Sprachwissenschaftler. Sein Spezialgebiet und Steckenpferd ist der Sprachwandel. Bei C.H.Beck sind von ihm erschienen: die vier Bände seines Lexikons der Jugendsprache (*affengeil*, 1992; *oberaffengeil*, 1996; *voll konkret*, 2001; *endgeil*, 2005) sowie *Ich bin da ganz bei Ihnen! Das Wörterbuch der unverzichtbaren Bürofloskeln* (32017).

Hermann Ehmann

LÄUFT!

Neue unverzichtbare
Bürofloskeln

C.H.Beck

Mit 12 Illustrationen von Dirk Meissner

Originalausgabe

© Verlag C.H.Beck oHG, München 2021

www.chbeck.de

Umschlagabbildung und Illustrationen: © Dirk Meissner

Umschlaggestaltung: Konstanze Berner, München

Satz: C.H.Beck.Media.Solutions, Nördlingen

Druck und Bindung: Druckerei C.H.Beck, Nördlingen

Printed in Germany

ISBN 978 3 406 76687 9



klimateutral produziert

www.chbeck.de/nachhaltig

Inhalt

Vorwort oder: *griffiger One-Pager* 7

Einleitung: Worthülsen – alles wertlose Wörter? 9

I. *Optimierung der Kommunikationsperformance!*

Blenderfloskeln von A bis Z 13

Top 15 der Wichtigtuerphrasen 83

Top 15 der Hinhalte- und Durchhalteplattitüden 85

Top 15 der Antreiber- und Manipulationsfloskeln 87

Top 15 der Weichspül-Euphemismen 89

II. *Keine Aktien drin!*

Alltagstaugliche Businessfloskeln von A bis Z 93

Top 15 der umgangssprachlich adaptierten Phrasen 135

III. *«Ich bin kein Freund großer Worte ...»*

Unverzichtbare Keynote-Phrasen 137

«Best of» 140

Wie besser machen? 145

Kritisches Nachwort 147

Literaturverzeichnis und Web-Empfehlungen 150

Vorwort oder: *griffiger One-Pager*

Seit meinem Bürofloskel-Wörterbuch *Ich bin da ganz bei Ihnen!* (2014) hat sich buzzwordmäßig viel getan. Vieles, was vor zehn Jahren «nur» in Büros üblich war, hat es inzwischen in den Allgemeinjargon geschafft. Und der Business-Slang selber hat sich seither rasant weiterentwickelt.

Grundlage dieses Lexikons bildet eine umfangreich angelegte Rechercheaktion. Das Buch ist in drei thematische Kapitel aufgeteilt, wobei die Grenzen naturgemäß fließend sind: Am Anfang stehen die Blenderfloskeln und -phrasen der neuen Bürowelt, gefolgt von den Wörtern, die Sie ganz problemlos auch im gehillten Gespräch unter Freunden verwenden können. Am Schluss stehen die Phrasen, mit denen Sie jede noch so lahme Keynote flott kriegen. Sollten Sie die eine oder andere Floskel vermissen, lohnt sich sicher ein Blick in den Vorgängerband *Ich bin da ganz bei Ihnen!*

Tauchen Sie also ein in die Busy-bossy-Sondersprachen-Anderswelt. Halten Sie sich (und Ihren Kolleg/innen) den Spiegel vor, und entscheiden Sie von Fall zu Fall, wie sehr Sie sich inspirieren oder infizieren lassen wollen und wo Sie Ihre individuelle Schwurbelgrenze ziehen. Ich hoffe, dass Sie in diesem kreativen Wörterbuch jede Menge amüsanter Anstöße für Ihr ganz spezielles *Wording* finden werden (und gewiss auch manches abschreckende Beispiel). Viel Spaß beim Schmökern, Querlesen und Weiterspinnen! Und denken Sie stets dran: *Zu* viele Plattitüden verderben den Redebrei ...

München, im Februar 2021

Hermann Ehmann

Einleitung: Worthülsen – alles wertlose Wörter?

Können Sie am Ende des Tages nach dem x-ten All-Hands-Event und diversen Extrameilen noch ganz unaufgeregt eine freshe Keynote fürs Kickoff halten? Haben Ihre Kolleginnen/Mitarbeiter auch prodynamische Visionen für einen agilen Knowhow-Transfer in der modernen VUCA-Welt? Dann sollten wir uns zeitnah austauschen, vollumfänglich committen, einen crossdivisionalen Transformationsprozess auf Green-Deal-Basis andenken ... und nachhaltig aufs Gleis setzen.

Verbale Seifenblasen, sinnlose Plattitüden, wertlose Wörter – wie schnell mutiert im alltäglichen Modern Business manche Luftnummer zur Lachnummer und so mancher Vorstandsvorsitzende zum Phrasenkasper! Doch warum tun wir uns eigentlich dieses abgedrehte Floskelkarussell mit tonnenweise heißer Luft an, dass uns die Ohren nur so klingeln? Warum jenen verschwurbelten Schaumschläger-Sonderjargon, den es offensichtlich erstmal zu erwerben gilt, ehe sich *auf der Überholspur mit High-Level-View durchstarten* und *careermäßig was reißen* lässt? Oder lassen wir ihn uns einfach überstülpen und übernehmen das *Sprachtuning* peu à peu, mehr oder weniger unbewusst?

Klar, man(n) muss im Business halt irgendwie miteinander reden, auch wenn man (sich) vielleicht nicht wirklich was zu sagen hat. Rührt sie daher, jene Flucht in kunstvoll gegossene Formeln und Phrasen, in zur Sprache gebrachte Sprach- und Hilflosigkeit? Wer als *ambitionierter Opinion-Leader* all seine Hausaufgaben gemacht, *ehrgeizige sportli-*

che Herausforderungen angenommen und einen dezidierten Maßnahmenkatalog vorgelegt hat, verfügt zwar sicher über gute Karten, sein Nullwachstums-Vorjahresergebnis zu toppen und zukünftig im grünen Bereich aufzuschlagen. Doch hat er auch verbal eine Top-Performance hingelegt?

Viele der auf den ersten Blick banal scheinenden Plattitüden sind allerdings gar nicht so wertfrei oder wertlos, wie es vielleicht scheint, sondern semantisch sogar äußerst «werthaltig». Nicht selten werden sie gezielt als – schon von den großen Rednern der Antike gepflegte – rhetorische Verschleierungstaktik eingesetzt, um Vorhaben oder Sachverhalte zu beschönigen. Beispiele gefällig? *Verschlanken, freistellen, gesundschrumpfen* – sie alle bedeuten nichts anderes als «kündigen» und sind Euphemismen mit Tarn effekt. Oder: Wer als *visionärer Begeisterungsträger etwas bewegen* will, wird keinen Stein auf dem anderen lassen – also: Schluss mit lustig! Hinter einem *Change- bzw. Transformationsprozess* verbirgt sich eine Gehirnwäsche im Sinne der Corporate Identity, eine *Personalstandsbereinigung* oder *Headcountreduktion* ist in Wahrheit eine Massenentlassung, das *Outplacement* ein schöneres Wort für «Kündigung» und das *Offboarding-Management* eine Fragebogenaktion mit (Über-)Lebensberatung für Gefeuerte.

Natürlich geht es ganz oft auch darum, einzulullen, weichzuspülen und vordergründig bauchzupinseln, um die anderen so besser antreiben und unter Druck setzen zu können. Beispiele: der *Upgrader*, eine denglische Wertschätzungsfloskel (?) für *Key-Performer*; die *Sprinterprämie*, eine Abfindung für die, die freiwillig gehen; *Leistungsreserven abrufen* – sich quälen bis zum Umfallen; oder *battlen*, was auch nicht mehr bedeutet als «sich einsetzen».

Und bitte, wer möchte nicht gern *up-to-date* erscheinen?



Hippe Beispiele: *Agree, committen, Compliance, Drive, Kick-off, Mega-Performance, No-Brainer, Triple-win* oder *wrap up* (= zusammenfassen).

Sicher, Klappern gehört zum Handwerk. Doch wo verläuft die Grenze zur Lächerlichkeit? Beim *Keynote-Speaker*, jenem Anglizismus mit allerhöchstem Wichtigkeitsfaktor, der doch nur die Eröffnungsrednerin bei einer *High-Potential-Veranstaltung* meint? Oder erst beim *hochkomplexen Abstimmungsprozess*, einer Aufplusterungsplattitüde, die

bedeutet: «Da wird sich die nächsten Monate mit Sicherheit nix tun ...»? HILFE!

Viele Menschen quälen sich im Modern Business mit Formulierungen wie *suboptimaler Output*, *Over-Performer*, *rework* oder *low level*, weil das jeder so macht – gleichzeitig spüren sie, wie sich etwas in ihnen sträubt. Die sprachliche Fassade unserer *Up-or-out-Businesswelt* lässt fraglos manchmal tief blicken.

Deshalb: Mischen wir ruhig zum Spaß mit, optimieren wir *Wording* und *Kommunikationsperformance* – doch werfen wir nicht gedankenlos mit Hülsen um uns! Gehen wir nicht denen auf den Leim, die über Sprache gezielt manipulieren und sie als Machtinstrument missbrauchen wollen! Raffen wir uns wenigstens gelegentlich auf zum Plattitüdenprotest angesichts des hyperinflationären, aber wertlosen Wörterwulsts! Und registrieren wir, wenn wir selber in einen unwürdigen Busy-bossy-Slang abzugleiten drohen. Andernfalls machen wir uns zu Handlangern derer, die das Ziel haben, uns weichzuspülen und zu verblöden – um uns anschließend besser eintüten zu können.

Immerhin: Wo Business-Kommunikation irgendwo zwischen *mittelprächtigt* und *steigerungsfähig* angesiedelt ist, bleibt zumindest noch jede Menge *Luft nach oben*. Die dürfen – und sollten – wir nutzen ...

I. Optimierung der Kommunikationsperformance!

Blenderfloskeln von A bis Z

*«Ich highlightete, du highlightetest, er/sie/es highlightete ...
sie highlighteten ... gehighlighted, highlightend ...
ich werde highlighten, du wirst highlighten ...
Alle Textsegmente können mit Mausclick gehighlighted
werden.»*

www.duden.de

*Sie highligtheten, highlightend, gehighlighted! – Du highlige Sch ...! Wie drollig. Soll man als leidenschaftlicher User des deutschen Sprachschatzes darüber weinen oder lachen? Wenn sich sogar die heilige DUDEN-Redaktion diesbezüglich *straight committed* – kann man dann getrost über seinen eigenen Schatten springen? Oder eben gerade nicht?*

Klar, das sind Extrembeispiele eines Hardcore-Aufschneidergeschwurbels. So redet normalerweise niemand. Oder doch?

Nun, manches lässt sich tatsächlich so aufschnappen, wenn man die Ohren spitzt, Firmen-Websites und Managerreden durchforstet oder Belegschaftsschreiben auswertet. Der folgende Auszug aus der Mail eines bayerischen Mittelständlers (Automobilzulieferer) kann als exemplarisch – und gleichzeitig austauschbar – gelten:

«Parallel zu unseren bereits eingeleiteten Strukturoptimierungen sind wir bemüht, Innovationen zu generieren. Da-

Bullshit-Slam – «der beste Humbug aller Zeiten!»

«Imponieren statt informieren!» So lautete die Devise beim Comedy-Wettbewerb «Bullshit-Slam», der von 2014 bis 2017 durch Deutschland tourte und von den Verlagen Piper und Rowohlt gesponsert war. Intention: Satire pur. Dem Blender-Bullshit-Business-Bingo den Spiegel vorhalten. Karikieren, was das Zeug hält. Fassade war alles, Kongruenz nichts. Nichts war zu banal, nichts zu peinlich. Botschaft: «Hirn selber anschalten!»

Gewinner des ersten Bullshit-Slams wurde 2014 der ZEIT-Wissen-Redakteur Max Rauer mit «Neutrino Healing – Die Heilkraft der Elementarteilchen». Bei den Vorträgen imitierten die Teilnehmer ironisch «das inhaltlose Geschwurbel von Managern und Werbern» (O-Ton des Veranstalters). Hier ein Slam-Zitat: «*Was war das wichtigste Learning für mich als Senior Practice Mindset Capability Manager in Bezug auf transformational Change, was ich mitnehmen darf? Ganz einfach: auf jeder Stage immer wieder eine solide Status-quo-Analyse aus der Helikopterperspektive vornehmen!*»

bei werden wir strikt customer-relationship-zentriert vorgehen, um Kunden agil aufzubooren ... Angesichts sich rapide verändernder Marktbedingungen setzen wir weiterhin auf eine schlanke, bewegliche Organisation sowie die Verstetigung bisheriger Headcount-Reduktionsmaßnahmen. Dabei werden wir auch unsere eigene Effizienz in der Führungslinie kritisch überprüfen müssen ... Aktuell arbeiten wir mit Hochdruck daran, ein interdisziplinäres Kompetenzteam zu implementieren. Des Weiteren setzen wir auf verbesserte Prozesseffizienz sowie strikte Einhaltung unserer Compliance-Commitments. Nur wenn es uns gelingt, Synergien durch cross-divison-Kooperationsmodelle besser als bisher

zu nutzen, werden wir uns weiterhin am Markt behaupten können ... Auch werden wir ein flankierendes Outsourcing-Programm und Individualcoaching anbieten.»

Die moderne *VUCA-Welt*, die die Old Economy abgelöst hat, zeichnet sich durch schwer zu greifende Anforderungen aus, als da wären: *Volatility* (= Flüchtigkeit), *Uncertainty* (= Unsicherheit), *Complexity* (= Komplexität), *Ambiguity* (= Mehrdeutigkeit). Im Gegensatz zur traditionellen Arbeitsweise ist in der *VUCA-Welt* die Veränderung, also der *Change*, «tägliche Routine». Häufig müssen drei Zustände gleichzeitig im Blick behalten werden: Wie arbeite ich *heute*? Wie gestalte ich *Zukunft*? Wie gestalte ich den *Change*? Nun, der moderne hochflexible *Employee*, das sogenannte *T-shaped Individuum*, macht's möglich. Und doch kann der Beginn eines Meetings oft schon das vorzeitige Ende der Problemlösung sein. Denn nirgendwo wird so viel geblendet wie beim *Validieren*, *Verifizieren* und *Assessieren*.

Solange Firmen Millionenbeträge für (teils fragwürdige) Rhetorikseminare, Wording-Workshops und internes Terminologie-Management ausgeben, wird das Begriffskauderwelsch vermutlich eher zu- denn abnehmen. Oftmals geht es gar nicht darum, Kommunikationsbarrieren zu überwinden; vielmehr werden häufig neue Hürden aufgebaut. Die Bedeutungsebene (die Semantik und Pragmatik, würden die Linguisten sagen) moderner Buzzwords markiert seit jeher – zusammen mit dem Wortschatz – das Kernstück bürosprachlicher Kommunikation, das beherrschen muss, wer dazugehören will. Am auffälligsten sind Bedeutungsveränderungs- und Bedeutungserweiterungsfloskeln, Einschüchterungs-, Antreiber-, Manipulations- und Stresserfloskeln, Abschwächungs- oder Verstärkungsfloskeln und – nicht zu

Männerblümchen – Frauenblümchen?

Wer floskelt eigentlich mehr: Männer oder Frauen?

Antwort 1: Auch Frauen floskeln – und zwar umso mehr, je höher sie hierarchiemäßig in Firmen aufsteigen! Antwort 2: Frequenzmäßig reicht das «schwache Geschlecht» lange nicht an die starken Kollegen heran. Speziell meiden Frauen eher (typisch maskuline) Blender- und Aufplusterungshülsen, auch inhaltsarme Füllphrasen finden sich bei ihnen deutlich seltener (bzw. in abgeschwächter Form). Jedoch scheinen Frauen in Führungspositionen vermehrt zu kosmetischen Verschönerungsfloskeln zu neigen – was auch daran liegen könnte, dass sie häufiger im Personalbereich tätig sind, wo es darum geht, Entlassungen verträglich zu kommunizieren. Euphemismen sind aber nicht immer nur böartige Verschleierungen, sie können auch trösten ...

vergessen – die multisemantischen Universalfloskeln (auch «Beliebigkeitsfloskeln»).

Im Folgenden habe ich alphabetisch Stilblüten aus dem alltäglichen VUCA-Bingo zusammengetragen – Blenderei in Perfektion, Laberrababer vom Feinsten. Aber auch viel Originelles, Fantasievolles, Witziges – mitmachen und lautes Lachen («LOL») ausdrücklich erlaubt. Doch Vorsicht: Sprachsensible Zeitgenossen reagieren gelegentlich empfindlich auf Phrasendrescherei.

A

Achiever

wörtlich «Durchführer»; hat den *Performer* hinter sich gelassen und wird in Leistungsklassen, sogenannte *Achievings*, eingeteilt: *No-Achiever*, *Under-Achiever*, *Low-*, *Key-*, *High-*, *Mega-*, *Over-*, *Top-*, *Best-Achiever*. Mit dem passenden → *on brand Wording* soll schon manch eine/r flott die Karriereleiter hochgefallen sein.

Active Sourcing

Bezeichnung für den clever ausgeklügelten *Search* nach (*Top*)talenten, z. B. auf Hochschulmessen, via LinkedIn, Facebook, Instagram oder – ganz klassisch – über Flüsterpropaganda (Hauptsache *active!*). Sind die Jungspunde *onboardmäßig* eingecheckt, erfolgt *Talentmanagement* in Form von «Personalentwicklung» (böse Zungen sprechen von Brainwash-Workshops).

Activity

hohes Engagement im jungdynamischen Managing-Umfeld (von lateinisch «*actio*» = Tat); lässiger Anglizismus, der die eigene Unersetzbarkeit untermauern soll – gegebenenfalls bis zum *game over*.

Bsp.: *Ein höheres Activity-Level täte Ihrer Abteilung gut!*
Bedeutet: *Haben Sie jetzt endlich mal Ihren Pseudo-Burnout auskuriert und greifen wieder an?*

agiles Arbeiten/agile Working

die Arbeitsmethode der digitalen Ära (abgeleitet von lateinisch «agere» = handeln); Tempo, Dynamik, Flexibilität – alles folgt Jeff Sutherlands «agile principles» (aus seinem Buch «Scrum», der Bibel des New Biz), als da wären: ins Handeln kommen, Lösungen generieren (und seien sie noch so sinnbefreit), unerwartete (aber vorhersehbare!) Herausforderungen (nicht: Probleme!) *sportlich* angehen (oder aber umgehen!) ... und selber den Kopf hinhalten, wenn's floppt.

Bsp.: *Wir arbeiten hier nach agilen Methoden.*

Bedeutet: *Irgendwas so schnell wie irgendwie möglich ... und nicht jammern!*

anbranden → *on brand*

Anforderungsmanagement → *Requirements*

anteasern

Mehr Informationen zu diesem und vielen weiteren Büchern aus dem Verlag C.H.Beck finden Sie unter: www.chbeck.de