

# Berliner Team befreit Formulare vom „Verwaltungs-Chinesisch“

VON BURKHARD SCHMIDT

**Berlin** – Mietverträge, Rentenbescheide, Arbeitszeugnisse, Personalfragebogen, Einkommensteuererklärungen – Formulare regeln viele Bereiche des täglichen Lebens und begleiten uns von der Geburt bis zum Tod. Doch die kundenfreundliche Formulierung ist noch immer die Ausnahme. Mit dem „Behördendeutsch“ räumt ein Berliner Unternehmer erfolgreich auf.

„In vielen Formularen wird der obrigkeitstreuere Bürger und nicht der selbstbewusste Kunde und Auftraggeber angesprochen“, ärgert sich Peter M. Scholz. Der gelernte Designer entwirft mit seiner in Mitte ansässigen Agentur „Team – Gesellschaft für Unternehmenskommunikation“ seit 1990 prägnante Formulare für Verwaltungen und Unternehmen. Zu den Kunden gehören die Deutsche Post, Postbank, Berliner Bank, aber auch Anwaltskanzleien, die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und die EU-Kommission in Brüssel.

Der Durchbruch kam mit dem Auftrag der Postbank, ein kundennahes Selbstdarstellungskonzept für das 1989 privatisierte Unternehmen zu entwickeln. „Daß ein Antrag auch Auftrag heißen

## Behörden, Banken, Anwaltskanzleien und die EU in Brüssel setzen auf eine klare Sprache

kann, war den an Posthorn und Bundesadler gewöhnten Beamten anfangs nur schwer beizubringen“, erinnert sich Peter Scholz. 3500 Formulare sichteten seine Mitarbeiter bei der Postbank, wandelten passive Sätze in aktive um, stellten der männlichen die weibliche Anredeform bei und merzten rigoros alle Sätze mit Schrägstrichen, Klammern und Abkürzungen aus.

Auch bei der Deutschen Post habe man geholfen. „Notwendiges vom Überflüssigen“ zu scheiden, freut sich der Team-Chef. So hätten 300 Stellen durch die Entwicklung einer Software für maschinenlesbare Formulare eingespart werden können. Scholz: „Dort hatte eine ganze Abteilung nichts anderes zu tun, als stupid Anträge abzutippen.“

Größten Handlungsbedarf sieht Berlins erfolgreichster Rationalisierer im Kampf gegen das „Verwaltungs-Chinesisch“ nach wie vor in der Verwaltung selbst.

Für ihn strahlt der deutsche Reisespaß als „nationale Visitenkarte“ noch immer die „Tristesse preußischer Amtsstuben“ aus – im Vergleich etwa zum holländischen, dem die Geschichte des Landes in Bildern und Mikroschrift unterlegt ist. Auch das Einkommensteuer-Formular ist Scholz ein Dorn im Auge, weil dessen Komplexität beim Steuerzahler „den Verdacht der Absicht“ erweckt.

Für seine Verbesserungsvorschläge hat das Berliner Unternehmen viele Auszeichnungen erhalten, und auf der Branchenhitliste der „Top 25“ nimmt es mittlerweile den sechsten Platz ein. Da eine klare Sprache und Darstellung für Peter Scholz zusammengehören, arbeitet in der Firma je ein Texter mit einem Grafiker zusammen. Vier feste und zwölf freie Mitarbeiter entwickeln die „Team“-Konzepte. Auf 4,5 Millionen Mark belief sich der Umsatz der Firma im Vorjahr. Die Aufträge liegen zwischen 500 000 und zwei Millionen Mark. Über die Zukunft äußerte sich Scholz gegenüber WELT am SONNTAG optimistisch. Es habe sich allmählich herumgesprochen, daß sich Deutschland nur als Dienstleistungsland auf dem Markt behaupten könne.



Peter M. Scholz kämpft gegen das „Behördendeutsch“