



Drei, die sich für effektiveres Lesen einsetzen: Malcolm Stewart, Kaspar Schlößer und Wolfgang Schmitz (von links). Doch sie sagen auch: „Lesen soll weiter Spaß machen – in Sprache schweigen muss erlaubt bleiben.“
Foto: Lammel

Ausweg aus dem Infostress

Ohne Bayreuth würde sich das bessere Lesen in Deutschland nicht so rasant durchsetzen

BAYREUTH

Von Frank Schmäzle

Lesen kann doch jeder. Was soll sich daran denn verbessern lassen? Eine Menge, sagt Wolfgang Schmitz, und das mit relativ geringem Aufwand. Die Folgen wären groß: Wie gut ein Land lesen kann, werde zum Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb. Dass sich „Improved Reading“ immer mehr auch in deutschen Köpfen etabliert, hat einiges mit Bayreuth zu tun.

„Kennen Sie mich noch?“ So begrüßt einen Wolfgang Schmitz, wenn er nach Bayreuth kommt. Ja, hier kennt man den Mann, der die deutsche Lizenz zur Vermittlung des Systems Improved Reading inne hat. Von ganz anderer Gelegenheit allerdings. Bevor Schmitz Meinungsverschiedenheiten mit dem Vorstand hatte und sich selbstständig machte, war er Geschäftsführer bei Schott Rohrglas in Bayreuth.

Berufung gefunden

Fast scheint es, als habe Schmitz jetzt seine Berufung gefunden. Einige der feinsten Adressen der deutschen Wirtschaftsszene gehören heute zu seinen Kunden – bei der Telekom und bei Daimler-Chrysler, bei SAP und sogar schon im Deutschen Bundestag hat er Menschen das Le-

sen neu beigebracht. Nicht, dass da allenthalben Analphabeten am Werk sind – sie haben das Lesen gelernt wie wir alle. Damals, als Kind, in der Schule.

Das reicht nicht, um der täglichen Informationsflut – Schmitz spricht von Infostress – tatsächlich Herr zu werden. Etwa 200 Worte pro Minute liest der deutsche Durchschnittsleser, das haben Studien gezeigt. Profis bringen es auf 800 bis 1000 Worte, aber soweit will es Schmitz gar nicht treiben. Zwischen 25 und 30 Prozent steige die Lesefähigkeit mit dem System, das seit 38 Jahren am Markt ist und jetzt erst so recht wahr genommen wird – wohl weil die Informationsflut immer weiter anschwillt. Schmitz kann nicht nur besser lesen, sondern auch gut rechnen: „In deutschen Büros liest jeder Mitarbeiter am Tag durchschnittlich zwei Stunden“, sagt der Diplom-Kaufmann. „Mit gesteigerter Lesefähigkeit lassen sich also 14 Tage für jeden Mitarbeiter gewinnen. Und wir diskutieren über Sachen wie die Anrechnung von Krankheitstagen auf den Urlaub.“

Zwei Tage, insgesamt zwölf Stunden Training – dann soll man es können. Das, sagt Schmitz, haben Wissenschaftler bestätigt. In einer Evaluation nach Abschluss eines Seminars kamen Experten der Freien Universität Berlin zu dem Ergebnis, die Verbesserungen seien signifikant, messbar und nachhaltig. Während

sich in der Wirtschaft ein Konsens über die Sinnhaftigkeit von besserem Lesen herauskristallisiert, beginnt auch unter den Kultuspolitikern ein Umdenken. In Berlin will man das System an Schulen bringen und Schmitz schiebt da kräftig mit an. Denn Lesen ist kein Randthema. In den USA lernen Schüler bereits auf die fixe Art zu lesen, in Australien geschieht ähnliches. „Wir beziehen 70 Prozent unseres Wissen aus dem Lesen“, ist ein Faktum, das Schmitz immer wieder zitiert. Und das heißt: „Lesen ist die Schlüsselqualifikation für den Wissenserwerb schlechthin.“ Mehr Lesen heißt, mehr Wissen, heißt mehr Erfolg in einer globalen Wissensgesellschaft.

Seit 1968 entwickeln Wissenschaftler Improved Reading weiter und das International Institute of Social Economics sorgt für seine Vermarktung. Was man dort herausgefunden hat, sind unter anderem die drei am weitesten verbreiteten Fehler beim Lesen.

► Mentales Mitsprechen der Texte verringert die Lesegeschwindigkeit.

► Bei zu geringer Lesegeschwindigkeit schweifen die Gedanken ab, es kommt zu Regression. Man liest zweimal, um zu verstehen, weil der Mensch schneller denkt, als er liest.

► Ungeschulte Augen stoppen nach jedem Wort um es zu fixieren und zu erkennen. Dieser Vorgang lässt sich auf drei bis vier Worte er-

weitern, die Lesegeschwindigkeit steigt.

Fakten und Argumente wie diese hat die Bayreuther Agentur Schlags & Schlößer in ein Marketingkonzept für Improved Reading in Deutschland gegossen. Wolfgang Schmitz hatte den beiden Bayreuther Kreativköpfen Stefan Schlags und Kaspar Schlößer den Auftrag dazu gegeben, man kannte sich aus alten Schott-Rohrglas-Zeiten.

Weltweit aus Bayreuth

Malcolm Stewart, Geschäftsführer des Instituts für soziale Ökonomie, bekam in die Hand, was da in Bayreuth entstanden war – und was er sah, so berichtete er dem KURIER, gefiel ihm. Aussehen, Gefühl und Marke hätten den Anspruch getroffen.

Den Anspruch, dem Markt zu zeigen, wer die Nummer eins ist. Improved Reading ist die Nummer eins, stellt Stewart fest. Keine Arroganz, so ist die Sache für den Australier eben. Auch weil es nicht allein um schnelleres Lesen geht. Geschwindigkeit ist kein Selbstzweck, so wie Marketing keine Frage der schicken Adresse ist. „Die Entscheidung mit Schlags & Schlößer zu arbeiten, war keine finanzielle. Wir hätten uns jede Agentur leisten können.“ Überzeugungstäter brauchen Gleichgesinnte.