

Vorwort

Szenen aus dem Redaktionsalltag

Eine Anleitung für das Produkt X wird dringend benötigt, ist auch schon fertig, aber kann nicht bereitgestellt werden, weil der verantwortliche Redakteur erkrankt ist und niemand weiß, wo die Dateien zum Publizieren abgelegt sind. Die gerade eingetroffene Übersetzung der Onlinehilfe muss erst mal nachbearbeitet werden, weil der Übersetzer einen Teil der Sprungmarken überschrieben hat. Die Zeichnungen vom Illustrationsbüro lassen sich nicht importieren, da stimmt schon wieder was mit dem Dateiformat nicht. Der Leiter der Werbeabteilung beschwert sich, weil die gerade gedruckte Bedienungsanleitung nicht zu den Vorgaben des Corporate Design passt. Und aus der Entwicklung kommt die Anfrage, wo die Benutzerinformation für Produkt Y bleibt, das in einer Woche Serienfreigabe hat. Der Redaktionsleiter muss erst mal eine Abteilungsumfrage machen, wer diese Benutzerinformation betreut.

Kommt Ihnen die eine oder andere Situation bekannt vor?

Sie müssen sich nicht damit abfinden, dass es so ist, denn Sie können selbst den Grundstein für die Verbesserung Ihrer Lage legen – den Redaktionsleitfaden. In diesem Buch sind einige Vorgehensweisen und Strukturen für die Erstellung eines Redaktionsleitfadens beschrieben.

Ein vorgefertigtes Produkt bietet Ihnen das Buch nicht, da mit Sicherheit jede Redaktion ihre eigenen firmenspezifischen Werkzeuge,

Prozesse und Strukturen hat und individuelle Informationsprodukte erstellt.

Ich möchte Sie mit diesem Buch anregen, Ihren eigenen Redaktionsleitfaden zu erstellen. Einige mögliche Stolpersteine werden hier gezeigt und Strategien, diese zu umgehen. Alle hier vorgeschlagenen Strukturen sind Beispiele, die - entsprechend abgewandelt - auf viele Redaktionen passen. Verstehen Sie diese Strukturen als Anregungen, nicht als Gesetz.

1 Die „Anleitung zur Erstellung von Anleitungen“

Der Redaktionsleitfaden ist idealerweise eine „Bedienungsanleitung“, die alle erforderlichen Informationen enthält, um die Informationsprodukte in der Redaktion effizient und einheitlich zu erstellen.

Aufgabe eines Redaktionsleitfadens

Das muss der Redaktionsleitfaden leisten:

- Arbeitsanweisungen in verständlicher Form zur Verfügung stellen (Hinweise für Auftragsvergabe, Qualitätsprüfung, Termin- und Ressourcenplanung), damit interne und externe Kollegen wissen, was sie wie tun müssen.
- Alle Dokumentenarten (Informationsprodukte) definieren, die in der Redaktion erstellt werden (Zielgruppen, Struktur, Layoutvorgaben, terminologische und sprachliche Festlegungen etc.), um eine möglichst große Einheitlichkeit der Informationsprodukte auch bei unterschiedlichen Bearbeitern zu gewährleisten.

- Abläufe und Organisation innerhalb der Redaktion beschreiben (Zuständigkeiten, Ansprechpartner, Redaktionswerkzeuge, Korrektur- und Freigaberegeln), damit Unternehmensleitung, neu eingestellte Mitarbeiter und redaktionsexterne Bereiche Klarheit über die Stellung der Redaktion im Unternehmen haben.
- Informationsfluss und Schnittstellen im Gesamtunternehmen beschreiben (Zuständigkeiten und Ansprechpartner in Entwicklung, Konstruktion, Schulung, Vertrieb etc.).
- Vertretungsregelungen, Ablage-, Archivierungs- und Dateisystemkonventionen festlegen, damit bei Krankheit oder Urlaub eines Redaktionskollegen die Bereitstellung der Dokumentation nicht gefährdet ist.

Bei einigen tekcom-Veranstaltungen wurden von verschiedenen Referenten die jeweiligen Redaktionsleitfäden vorgestellt. Sehr oft kam anschließend die Frage „Können Sie uns Ihre Leitfäden zur Verfügung stellen?“.

Wir haben das alle abgelehnt, aus zwei Gründen:

1. Unsere Firmen haben uns es nicht erlaubt. Der Redaktionsleitfaden enthält (zumindest bei uns) zwar keine „absoluten Top Secrets“, aber sehr viele Beschreibungen von internen Abläufen, die wir nicht in der Öffentlichkeit breit treten wollen.
2. Der Redaktionsleitfaden einer anderen Redaktionsabteilung nützt Ihnen nichts, es sei denn, Sie wollten die Arbeitsabläufe und Prozesse genau dieser Redaktionsab-

**Fremde Schuhe
passen Ihnen meistens
nicht, fremde
Redaktionsleitfäden
auch nicht.**

teilung nachbilden. Es wäre weitgehend Zeitverschwendung, mehr als das Inhaltsverzeichnis zu lesen, da Sie den Inhalt auf Ihre Redaktionsabteilung anpassen müssten.

Ich habe versucht, aus den Erfahrungen mehrerer Leitfaden-Administratoren und mehrerer Leitfäden gemeinsame Elemente und Strukturen zu isolieren und Ihnen in zur Verfügung zu stellen. Diese Strukturen können – und müssen – Sie selbst auf die Verhältnisse in Ihrer Redaktionsabteilung anpassen und zu einem für Sie maßgeschneiderten Bauwerk zusammensetzen.

Eins vorweg: Die Erstellung eines eigenen Redaktionsleitfadens ist mit einiger Arbeit verbunden,

- die Sie selbst leisten müssen,
- die Sie im normalen Redaktionsalltag neben vielen „Nebengeschäften“ irgendwie unterbringen müssen und
- die nicht sofort zu einem „schlagartigen“ Erfolg führt.

Neben der allmähliche Verringerung des „Leidensdrucks“ aus den im Vorwort beschriebenen Szenarien winkt Ihnen für die Mühen aber reichlich Belohnung:

- Sie erreichen eine effizientere Gestaltung der Prozesse und Abläufe in der Redaktion, die im Rahmen der Leitfaden-Erstellung genauer betrachtet werden.
- Die Zusammenarbeit der einzelnen Redakteure und Redaktionsbereiche wird effizienter, da man die jeweiligen

Notwendigkeiten kennen lernt und sich daran anpassen kann.

- Der Leitfaden verkürzt die Konzeptionsphase von neuen Dokumentationen, verringert die Gefahr von nutzlosen Aufwänden für falsche Konzepte und erleichtert die mehrfache Verwendung erstellter Inhalte, weil diese einheitlicher erstellt werden.
- Das Unternehmen und die Dokumentations-Benutzer profitieren von einer einheitlicheren und qualitativ besseren Dokumentation. Die schriftliche Sicherung des Wissens über die Abläufe in der Dokumentationserstellung vermeidet „Kopfmopole“, die entstehen, wenn z. B. nur ein Mitarbeiter die Übersetzungsabwicklung betreut und die dann schmerzhaft bewusst werden, wenn dieser Mitarbeiter längerfristig ausfällt.
- Neue Mitarbeiter und externe Dienstleister können schneller und mit weniger Rückfragen in den Erstellungsprozess eingebunden werden. Durch genaue Definition der unternehmensspezifischen Anforderungen wird der Aufwand für Korrekturen und Nacharbeiten geringer.
- Für die Geschäftsleitung, für Entwickler, Konstrukteure und Kostenverantwortliche wird der Aufbau der Redaktion leichter durchschaubar und verständlicher.

2 Der zündende Funken - Anlässe zur

Leitfaden-Erstellung

Häufig geht es uns beim „Redaktionsleitfaden-Bau“ wie dem Vogel, der ein Dach über sein Nest bauen möchte: Wenn es regnet, würde er gerne sofort damit anfangen, er kann dann aber nicht fliegen. Wenn die Sonne scheint, könnte er zwar fliegen, aber wofür braucht man denn ein Dach, wenn die Sonne scheint?

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier und unglaublich leidensfähig, wenn sich seine Lage nur langsam genug verschlechtert. Die im Eingang beschriebenen Szenen werden recht lange hingenommen, da eine Abhilfe mittels Erstellung eines Redaktionsleitfadens nur durch Zeitinvestition möglich ist, und Zeit haben wir alle keine.

Die nachfolgend beschriebenen Anlässe können aber als „zündender Funke“ dienen, um die Bauarbeiten für den Redaktionsleitfaden endlich in Angriff zu nehmen:

- Zertifizierung des Unternehmens / der Dokumentationsabteilung nach ISO 9000, denn dann müssen die Prozesse, Abläufe und Strukturen der Dokumentationserstellung ohnehin beschrieben werden.
- Ausscheiden von Mitarbeitern aus der Redaktionsabteilung, vor allem von den Menschen mit „Kopfmonopol“, die über bestimmte Prozesse und Abläufe als einzige Bescheid wissen. Deren Wissen muss gesichert und für alle verfügbar gemacht werden.

- Einbindung neuer Mitarbeiter in die Redaktion, denn aus deren Fragen und Informationsbedarf lässt sich leicht der notwendige Regelungsumfang des Redaktionsleitfadens ableiten.
- Eintritt eines Praktikanten, Diplomanden oder Redaktionsvolontärs. Für diesen Mitarbeiter kann die Mitwirkung bei der Erstellung des Redaktionsleitfadens als Hauptaufgabe definiert werden, er kann sogar die Administratoren-Funktion übernehmen. Davon profitieren beide Seiten: Der „Lehrling“, indem er alle Dokumentationsbereiche und Abläufe genau kennen und beschreiben lernt; die Redaktion, da die Redakteure nur wenig Zeit von ihrem Tagesgeschäft abzweigen müssen und die Prozesse von einem noch nicht „betriebsblinden“ Menschen kritischer und genauer hinterfragt werden.
- Einführung neuer Dokumentationswerkzeuge oder Informationsprodukte, denn dies gibt die Gelegenheit, die Strukturen und Abläufe in der Dokumentation zu überdenken und zu verbessern.
- Für externe Redakteure und Dienstleister: ein Auftrag zur Erstellung einer Dokumentation, denn die Vorgaben, Vereinbarungen und Absprachen mit dem Kunden bilden – schriftlich festgehalten – den Grundstock für einen auf den Kunden angepassten Leitfaden.

3 Wer erstellt den Leitfaden?

Was ist TEAM? Die Abkürzung für „Toll, Ein Anderer Macht (es)“. Bei der Leitfadenerstellung ist zwar auch Teamarbeit angesagt, aber die Arbeit müssen Sie weitgehend selbst machen.

3.1 Vorgehensweise für „Einzelkämpfer“

Die Erstellung eines Leitfadens lohnt sich selbst für Ein-Mann-Redaktionen. Wenn Sie „Einzelkämpfer“ sind, haben Sie zwar wenig Zeit, aber einige große Vorteile:

Nebenarbeit für Einzelredakteure

- Sie müssen (in den meisten Fällen) mit niemanden diskutieren, niemanden überzeugen und die Einhaltung der Leitfadenvorgaben nicht extra kontrollieren.
- Sie können Ihren Leitfaden im Umfang auf die Dinge eingrenzen, die Ihnen schnell das Leben leichter machen.
- Sie kennen den Regelungsbedarf vermutlich schon recht genau.
- Sie können Ihr Arbeitstempo weitgehend selbst bestimmen.

Arbeiten Sie zuerst die Dinge ab, die Sie am meisten drücken. Wenn Sie sich immer über den „Kraut und Rüben“-Informations-Input aus der Entwicklung ärgern, spendieren Sie den Entwicklern z. B. eine Word-Vorlage mit vorgegebener Schreibstruktur, einige Regeln fürs Schreiben und eine Terminologieliste. Schon mit wenigen Aufwänden steigern Sie die Brauchbarkeit der Entwicklerinformationen.

Das tun Sie zuerst

Beim nächsten Übersetzungs-, Illustrations- oder Druckauftrag bitten Sie Ihren externen Partner mal um zwei Stunden mehr Zeit, um gemeinsam eine Checkliste für die Auftragsvergabe zu erstellen. Das wird Ihnen und Ihren Arbeitspartnern in Zukunft viele Rückfragen und Missverständnisse ersparen.

Planen Sie in jedem Monat einen Tag für die Bearbeitung eines weiteren Leitfaden-Themas ein. Wenn Sie das ein Jahr lang durchhalten, werden Sie eine deutliche Verbesserung Ihrer Lage feststellen. Ihre Informationslieferanten bringen Ihnen besser aufbereitete Texte, Illustratoren und Übersetzer belasten Sie weniger mit Rückfragen und Sie müssen an den externen Leistungen weniger nacharbeiten.

3.2 Vorgehensweise für Redaktionsteams

Sobald mehrere Redakteure von den Leitfaden-Regelungen betroffen sind, ist Teamarbeit angesagt. Zunächst gibt es in einer größeren Redaktion, die mehrere unterschiedliche Informationsprodukte herstellt, wesentlich mehr Regelungsbedarf als in der Ein-Mann-Redaktion. Dann benötigt man „Multiplikatoren“, um die Vorgaben und Regeln des Redaktionsleitfadens allen Betroffenen zu erklären und um bei der Umsetzung Unterstützung zu gewähren.

Der Redaktionsleitfaden ist eine Zwangsjacke, die alle zwingt, manches von den bisherigen Gewohnheiten über Bord zu werfen und neue Arbeitsweisen und Regeln zu erlernen. Die „Zwangsjacke“ wird erfahrungsgemäß besser akzeptiert, wenn alle Betroffene

Teamarbeit bei mehreren Redakteuren

nen daran mitstricken durften. Dann fällt es auch allen leichter, sich an die Vorgaben des Leitfadens zu halten.



In das Leitfadenteam gehören Vertreter aller dokumentationsrelevanten Bereiche

In das Leitfadenteam gehören Vertreter aller für die Dokumentation relevanten Unternehmensbereiche, neben technischen Redakteuren mindestens ein Übersetzer oder Übersetzungskoordinator, dazu noch jemand aus

Wer gehört ins Leitfadenteam?

dem Vertrieb, der Werbeabteilung und aus der Entwicklung/Konstruktion. Das sind zunächst mal eine ganze Menge Leute.

Wenn Sie aber beispielsweise den Menschen aus der Werbeabteilung nicht mit einbinden, entwickeln Sie vielleicht Layout- und Stilvorgaben, die der Werbeabteilung nicht passen und die dann abgeblockt werden. Konstrukteure und Vertriebsmensen werden den Anforderungen einer firmeneinheitlichen Terminologie viel offener gegenüber stehen, wenn sie die Regeln zur Terminologiebildung selbst mitbestimmt haben.

Ein großes Leitfadenteam hat auch die Möglichkeit, genügend Gruppendruck zu erzeugen, um „Freiheitskämpfer“ innerhalb der Redaktion sanft, aber bestimmt in das Leitfadendenkorsett zu zwingen. Ich gehe davon aus, dass die Kolleginnen und Kollegen in der Redaktion auf der gleichen Stufe in der innerbetrieblichen Hierarchie stehen. Sie haben deshalb außer der Überzeugungskraft des Leitfadenteams nur wenige Möglichkeiten, die Leitfaden-konforme Arbeitsweise bei Ihren internen Kolleginnen und Kollegen zu erzwingen.

3.3 Steuermann des Teams - der Leitfaden-Administrator

Einer ist der Leitfaden-Administrator

Das Leitfadenteam sollte einen „Hutträger“ (Leitfaden-Administrator) benennen, der zentraler Ansprechpartner und Koordinator ist, die Sitzungstermine für das Team plant und die Leitfadenarbeit auch dann kontinuierlich vorantreibt, wenn die Euphorie der Startphase verflogen ist. Für die Administratoren-Funktion sind gute Kommunikations- und Ver-

mittlungsfähigkeiten erforderlich. Der „Hutträger“ muss von der Notwendigkeit des Redaktionsleitfadens so überzeugt sein, dass er die Teammitglieder auch bei Durststrecken zum Weitermachen motivieren kann. Bestimmen Sie ein Teammitglied, das die Administratorenfunktion im Krankheits- oder Urlaubsfall vertretungsweise wahrnimmt.

Der Leitfaden-Administrator muss für die Arbeit am Leitfaden zumindest teilweise freigestellt werden. In der Anfangsphase, die etwa zwischen 3 Monaten und einem Jahr dauert, sollte er mindestens ein Drittel seiner Arbeitszeit investieren können, sonst geht der Leitfaden nicht schnell genug voran.

Ein externer Berater, z. B. tekom-Sachverständiger, Lehrbeauftragter für Technische Dokumentation etc. kostet zwar zusätzliches Geld, hat aber keine betriebsbedingten Denkbarrieren und ist nicht in die Betriebshierarchie eingebunden. Er kann sich auf die Leitfaden-Erfordernisse besser konzentrieren, da er nicht vom redaktionsinternen Tagesgeschäft abgelenkt wird. Daher findet er oft Verbesserungspotenzial in eingefahrenen Abläufen und ist neutraler Vermittler, wenn es zu Interessenkonflikten zwischen Abteilungen oder Fachbereichen kommt.

Ich halte es aber nicht für sinnvoll, den Redaktionsleitfaden überwiegend von redaktionsexternen Mitarbeitern entwickeln zu lassen. Ein solches Produkt würde den internen Anforderungen wahrscheinlich nicht gerecht. Die Redakteure, die sich diesem Regelwerk unterwerfen müssten, würden es wahrscheinlich als „aufgefropft“ empfinden, nicht umsetzen und mit der Zeit in der berühmten Schublade verschwinden lassen.

Externe Beratung lohnt sich ...

... aber sie hat auch Grenzen.

3.4 Zeitaufwände

Wichtig ist es, die Anfangseuphorie zu nutzen und möglichst schnell etwas zu produzieren, was im Redaktionsalltag hilft. Deshalb sollte das Leitfadenteam während der Zeit der Materialsammlung und der Erstellung der ersten Leitfaden-Version einen Sitzungstag pro Monat einplanen. Mehr Zeit wäre schön, ist aber in den meisten Unternehmen nicht realistisch einplanbar, da die Teammitglieder den Leitfaden nur als Nebenaufgabe bearbeiten.

Wenn die erste Leitfadenversion zur Verfügung steht, genügt für das Team ein Sitzungstag pro Halbjahr. Bedenken Sie, dass die Erstellung des Leitfadens für fast alle Teammitglieder nur Nebengeschäft ist. Bei zu starker zeitlicher Belastung wächst die Gefahr, dass einzelne Mitglieder aus dem Team aussteigen.

Der Leitfaden-Administrator muss allerdings mehr Zeit investieren. Er bereitet die Materialien für die Teamsitzungen vor, setzt die Beschlüsse des Leitfadenteams um, ist Anlaufstelle für Rückmeldungen, Verbesserungswünsche, Erweiterungen und für die Qualitätskontrolle. Für die laufende Betreuung des Leitfadens benötigt er in kleinen Redaktionen etwa 1 bis 2 Arbeitstage pro Monat, in großen Redaktionen kann die Administrationsaufgabe bis zum Vollzeitjob wachsen.

Faustformel für die Zeitbelastung des Leitfaden-Administrators: 1 Arbeitstag pro Monat + 1% seiner Vollzeit-Arbeitskraft pro Beschäftigten in der Redaktionsabteilung.

Bei einer Redaktion mit 10 Beschäftigten müssen Sie etwa 2 bis 3 Arbeitstage pro

Viel Zeit in der Startphase einplanen!

Monat, bei 50 Beschäftigten etwa 10 Arbeitstage pro Monat und bei 100 Beschäftigten eine Vollzeitstelle für die Administratoren-Tätigkeit dauerhaft einplanen.

4 Was gehört in den Redaktionsleitfaden

In der technischen Dokumentation ist weniger (Text) meistens mehr. Eine „Bedienungsanleitung“ zum Erstellen von Dokumentation ist aber zwangsläufig nicht ganz klein.

Ein „großer“ Redaktionsleitfaden, wie wir ihn in unserem Unternehmen pflegen, hat in Papierform den beachtlichen Umfang von über 400 Seiten im DIN A4-Format, und enthält die Vorgaben für eine Vielzahl von Informationsprodukten, die von 50 interne Redaktionsmitarbeiter und vielen redaktionsexterne Zulieferern erstellt werden. Dieser Umfang ist für kleine Redaktionen und für den Einstieg sicher überdimensioniert, auch wir haben klein angefangen.

Einzelredakteure und kleine Redaktionen kommen mit wesentlich weniger Regelungsumfang aus.

Sie müssen die Inhalte des Redaktionsleitfadens nicht alle selbst erstellen, vieles existiert bereits im Unternehmen und wartet nur darauf, eingesammelt zu werden. Deshalb gebe ich im folgenden Kapitel Tipps zur „Aktion Eichhörnchen“.

4.1 Ziele des Redaktionsleitfadens

Bevor Sie aber mit dem Sammeln beginnen, sollten Sie ein paar Überlegungen zu den Zielen Ihres Redaktionsleitfadens und zu

den möglichen Wünschen und Bedürfnissen der Leitfaden-Benutzer machen:

Neue Mitarbeiter in der Redaktion brauchen z. B. Informationen über

- Ansprechpartner in den Unternehmensbereichen,
- Organisation von Ablagen und Dateisystemen,
- Redaktionswerkzeugen und deren Bedienung,
- Zuständigkeiten, Terminvorgaben und Verfahrensweisen für Erstellung und Freigabe von Dokumentationen,
- Vorgehensweise bei der Vergabe von externen Aufträgen

Die „alten Hasen“ in der Redaktion wissen das alles durch ihre Berufserfahrung, haben es aber oft nicht niedergeschrieben.

Alle Redakteure brauchen z. B. Informationen zu

- Konzepte, Struktur, Aufbau und Layoutvorgaben der einzelnen Dokumentenarten,
- Festlegungen zum Schreibstil und zur Terminologie,
- Vertretungsregelungen bei Krankheit oder Urlaub,
- Terminplanung von Dokumentationsprojekten.

Unterstützende Dokumente für alle Redakteure sind z. B.:

- Formatvorlagen für jede Dokumentenart,
- Telefonlisten der Unternehmensbereiche,
- Vordrucke für Korrekturumläufe, Vergabe externer Aufträge etc.,
- Vordrucke für Zeiterfassung, Rechnungsfreigabe etc.,
- Checklisten für die Prüfung von Dokumentation und Übersetzungen,
- Symbole für Firmenlogos und Warnhinweise.

Konstrukteure und Entwickler müssen wissen,

- wen und wann sie über Neuentwicklungen und Änderungen informieren müssen,
- wieviel Zeit für die Dokumentationserstellung eingeplant werden muss,
- wer in der Redaktionsabteilung für welche Aufgabe zuständig ist,
- was inhaltlich in die verschiedenen Dokumentenarten hineingehört,
- welche Regeln es bei der Benennung von neuen Produkten und Funktionen gibt und wie die Terminologie im Unternehmen verwaltet wird.

- „Schreibende“ Entwickler liefern bessere Produkte, wenn Sie ihnen ein paar Schreibregeln für Technische Dokumentation und Vorlagendateien zur Verfügung stellen.

Übersetzer benötigen Informationen über

- Ansprechpartner in der Redaktion für organisatorische und inhaltliche Fragen,
- genaue Auftragsbeschreibung mit Umfang, benötigte Software, Terminvorgaben etc.,
- Verfahrensanweisungen z. B. zum Umgang mit Hyperlinks in Onlinehilfen, Verwendung der bereitgestellten Terminologie, Konventionen zur Dateibenennung etc.

Grafiker und Illustratoren brauchen ebenfalls Informationen über

- Ansprechpartner in der Redaktion für organisatorische und inhaltliche Fragen,
- genaue Auftragsbeschreibung mit Umfang, benötigte Software, Terminvorgabe ...,
- Muster und Beschreibungen über den gewünschten Stil der Zeichnungen,
- Regeln zur Bewertung und Abrechnung der erstellten Illustrationen (ein Übersetzer kann die übersetzte Textmenge recht einfach zählen, ein Illustrator hat es da schwerer, der Kilometerzähler an der Maus ist nicht so praktisch).

Es gibt noch weitere Interessentengruppen für den Redaktionsleitfaden, beispielsweise

- die Geschäftsleitung, die eine Zertifizierung des Gesamtunternehmens nach ISO 9000/9001/9002 anstrebt.
- das interne Controlling und Rechnungswesen, das die Prozesse im Unternehmen auf Effizienz und Kostentransparenz prüfen möchte.
- externe Zulieferer von Bauteilen und Baugruppen, deren Dokumentation in die des eigenen Unternehmens integriert werden muss.
- Druckereien und andere externe Dienstleister, die zumindest ihre Ansprechpartner kennen möchten.

In der ersten Sitzung des Leitfadenteams sollten Sie die Ziele festlegen, die Sie mit Ihrem Redaktionsleitfaden erreichen wollen sowie eine Liste der Zielgruppen und der Anforderungen jeder Zielgruppe erstellen. Ein möglichst großes Leitfadenteam sorgt dafür, dass keine Zielgruppe vergessen wird.

In dieser Sitzung vergeben Sie auch die Arbeitsaufträge an die einzelnen Teammitglieder zur „Aktion Eichhörnchen“.

**Erste Teamaufgabe:
Zielvorgaben für den
Redaktionsleitfaden
erstellen.**

5 Aktion Eichhörnchen

Das Leitfadenteam steht und erhält nun den ersten Arbeitsauftrag, die Sammlung von bereits im Unternehmen vorhandenen Vorgaben und Regelungen.

Im täglichen Redaktionsgeschäft müssen Sie mit vielen Stellen im Unternehmen kom-

munizieren. Die meisten davon besitzen bereits schriftlich niedergelegte Vorgaben, Regelungen etc., die Sie als Basismaterial verwenden können. Deswegen sollte Ihr Leitfadenteam nach der Teambildung eine „Aktion Eichhörnchen“ beginnen und in den Unternehmensbereichen nach bereits vorhandenen Organigrammen, Checklisten, Verfahrensanweisungen etc. schauen.

5.1 Warum erst Basismaterial sammeln?

In manchen Seminaren oder Publikationen wird empfohlen, vor der Stoffsammlung ein Pflichtenheft oder Inhaltsverzeichnis für den Leitfaden zu erstellen. Ich ziehe die Stoffsammlung trotzdem vor,

Erst sammeln, dann sortieren.

- weil es oft leichter ist, den Leitfaden in Struktur zu bringen, wenn man die Basismaterialien bereits gesammelt hat und
- weil man die Leitfaden-Struktur gleich mit Inhalten füllen kann, denn manche Materialien sind so gut, dass sie - zumindest vorläufig - schon als Arbeitshilfe für alle dienen können.

Die Anfangseuphorie bei der Leitfadenerstellung verfliegt sehr schnell. Wenn Sie in der vierten Sitzung des Leitfadenteams noch in der Pflichtenheft-Phase stecken und über Inhaltsverzeichnisse diskutieren, ohne etwas Verwertbares präsentieren zu können, werden Sie wahrscheinlich feststellen, dass der „natürliche Schwund“ die Kopfzahl des Teams reduziert. Dann ist das Projekt Redaktionsleitfaden sehr schnell mangels Ressourcen gefährdet.

5.2 Hardware- und Softwareausstattung

Folgende Ausrüstung sollten Sie für die Materialsammlung verfügbar haben:

- PC-Arbeitsplatz für den Leitfaden-Administrator mit Email-Anbindung,
- Flachbettscanner und Drucker,
- OCR-Software, Office-Software, Acrobat Vollversion,
- Verzeichnis im Firmennetzwerk, das nur für die Mitglieder des Leitfadenteams zugänglich ist,
- Verzeichnis im Firmennetzwerk, das für alle Leitfaden-Benutzer zugänglich ist.

Mit Hilfe dieser Ausrüstung können Sie die gesammelten Materialien schnell in eine elektronisch verfügbare und verwaltbare Form bringen.

Materialien, die nur in Papierform vorhanden sind, sind sehr unpraktisch, da die Verteilung und die Suche im Papierberg logistische Aufwände erfordern. Bei Leitfadenteams müsste jedes Teammitglied einen kompletten Satz der Materialien erhalten, das ist viel Wegwerfaufwand.

Scanner und OCR-Software helfen Ihnen, das Papier in bearbeitbare oder zumindest in verwaltbare Dateien zu verwandeln. Wenn Sie z. B. Organigramme nur als Strichzeichnungen zur Verfügung haben, scannen Sie diese ein, platzieren Sie die Grafiken in Ihrer Textverarbeitung und fügen Sie beschreibende Bildunterschriften und Texte hinzu. So

**Machen Sie die
Materialien
elektronisch verfügbar.**

können Sie Papierdokumente elektronisch verwalten und mit Volltextsuche schnell finden.

Häufig sind die Materialien bereits in Form von Office- oder PDF-Dateien verfügbar. Mit einer OCR-Software, z. B. Omnipage bringen Sie auch PDF-Dateien in ein Format, das Sie mit Ihrer Textverarbeitung oder Redaktionssoftware bearbeiten können.

Sie müssen die gesammelten Materialien anpassen, neu zusammenstellen, indizieren und mit Inhaltsverzeichnissen versehen. Dafür benötigen Sie die bearbeitbare Form. Die Arbeit des Konvertierens sollte eine Person übernehmen, üblicherweise der Leitfaden-Administrator.

Das gemeinsame Verzeichnis für die Mitglieder des Leitfadenteams wird mit den bearbeiteten Dateien befüllt, die zur Abstimmung und Freigabe anstehen. Stellen Sie die abgestimmten und freigegebenen Dateien in ein Verzeichnis, das als Quelle für die Erzeugung und Publikation von PDF-Dateien dient.

Das Verzeichnis für alle Leitfaden-Benutzer enthält die verabschiedete, endgültige Version des Leitfadens. Stellen Sie diese Version in Form von PDF-Dateien zur Verfügung, die gegen Verändern geschützt sind. Das PDF-Format ermöglicht eine komfortable Volltextsuche und für PDF steht eine kostenlose Reader-Software für fast jedes Betriebssystem zur Verfügung.

Wenn Sie im Bereich Onlinehilfe oder Webseitengestaltung besonders gut positioniert sind, können Sie die Bearbeitung und Verteilung des Redaktionsleitfadens natürlich auch im HTML-Format abwickeln.

5.3 Wo finden Sie was?

Die nachfolgenden Bereiche/Abteilungen existieren in den meisten Unternehmen und beeinflussen die Redaktionsarbeit. Die Mitglieder des Leitfadenteams sollten mit den nachfolgenden Fragestellungen in die Bereiche gehen und die Antworten sammeln.

Wenn Sie die Materialien nur in Papierform erhalten, lohnt es sich, etwas nachzubohren, meistens hat irgendwer im Bereich auch die (bearbeitbare) Datei.

1. Verkauf/Vertrieb

- Wie funktioniert das Bestellwesen?
- Wie werden Produkte und Ersatzteile katalogisiert?

Die Antwort auf diese Fragen ergibt Vorgaben für Ersatzteilkataloge. In vielen Vertriebsabteilungen finden sich auch Terminologiesammlungen und Beschreibungen der Zielgruppen für bestimmte Produkte.

2. Kundendienst/Service

- Wie funktioniert die Produktbeobachtung?
- An wen werden erkannte Schwachstellen gemeldet?
- Welche Probleme haben die Benutzer mit dem Produkt?
- Kommen die Benutzer mit den Bedienungsanleitungen zurecht? Wenn nein, warum nicht?

Kundendienstberichte geben darüber Aufschluss. Im Redaktionsleitfaden können Sie

festlegen, wie die Rückmeldungen vom Kundendienst bearbeitet werden, wer jeweils wen informiert und wer bei erkannten Instruktionmängeln was tut.

Es lohnt sich, diese Fragen eindeutig zu klären, einen Informationsprozess zu etablieren und zu beschreiben. In Produkthaftungsfällen gehen die Gerichte davon aus, dass ein Sachverhalt in einem Unternehmen bekannt ist, wenn er einem Mitarbeiter des Unternehmens bekannt ist. Wenn Sie den Informationsprozess im Unternehmen richtig gestaltet und dokumentiert haben, hilft Ihnen das, Schwachstellen aufzudecken und zu vermeiden.

3. Werbung/Marketing

- Welche betriebseinheitlichen Stilvorgaben gibt es?
- Welche Layouts, Hausschriften, Hausfarben und Logos dürfen im Unternehmen verwendet werden?
- Welche Vorgaben zu Corporate Design und Corporate Wording sind vorhanden?

Die Antworten auf diese Fragen sollten in der Werbeabteilung bereits in irgendeiner Form dokumentiert sein, schließlich werden Druckereien und Agenturen ja schon mit der Herstellung von Katalogen und Broschüren beauftragt.

Ein marketing-gerechtes Layout ist aber nicht unbedingt das Optimum für eine Bedienungsanleitung. Deshalb ist es gut, wenn Sie einen Menschen aus dieser Abteilung im Leitfadenteam haben, der Ihnen eventuell abweichende Vorgaben genehmigen kann. In der

Werbeabteilung finden Sie oft auch jemanden, der gute Tipps für die Zusammenarbeit mit Druckereien geben kann.

4. Unternehmensleitung/Qualitätssicherung

- Wer ist wofür zuständig?
- Wer weißt wen an?
- Wer berichtet an welche Stelle?
- Wie wird innerhalb des Betriebs z. B. bei Neuentwicklung von Produkten informiert und geschult?
- Welche Normen bestimmen die Entwicklung, Konstruktion und Fertigung?

Wenn der Betrieb oder Teilbereiche davon nach ISO 9000/9001/9002 zertifiziert ist, müssen Prozesse, Zuständigkeiten und organisatorische Abläufe bereits irgendwo dokumentiert sein. Organigramme, Verfahrensanweisungen und Prozessbeschreibungen sollten Sie hier einsammeln.

5. Rechtsabteilung/Normenwesen

- Gibt es Unternehmensnormen z. B. für Zeichnungserstellung, Benennung von Ablagesystemen etc.?
- Welche Normen und Rechtsvorschriften sind auf die Produkte des Unternehmens anwendbar (und damit auch auf die Dokumentation)?
- Wer besorgt die Normen für das Unternehmen und führt Normenrecherchen durch?

In der Normenabteilung gibt es Menschen, die diese Fragen beantworten können und die Ihnen so nebenbei gerne auch noch generell für die Dokumentation nützliche Normen wie DIN EN 62079 besorgen.

So kommen Sie an Normen!

Die Rechtsabteilung überprüft z. B. auch das Sicherheitskonzept der erstellten Anleitungen und muss in den Freigabeprozess der Dokumentation mit eingebunden werden.

6. Entwicklungsabteilung / Konstruktion

- Welche Normen und Richtlinien kommen in der Konstruktion und Entwicklung zur Anwendung?
- Wer macht Gefahrenanalysen und wo sind diese dokumentiert?
- Wer wertet die Meldungen aus der Produktbeobachtung aus und welche Rückschlüsse werden daraus gezogen?
- Mit welchen Vorgaben und Werkzeugen werden Konstruktionszeichnungen erstellt und verwaltet?
- In welchen Formaten stehen die Zeichnungen zur Verfügung und wie kann man sie für die Dokumentation nutzbar machen?
- Wie und nach welchen Regeln werden neue Funktionen und Produkte benannt?

Gefahrenanalysen sind wichtig für die Dokumentation!

Neben Antworten auf all diese Fragen sollten Sie einen Mitstreiter aus der Konstruktion/Entwicklung in das Leitfadenteam aufnehmen. Dieser Mensch hilft Ihnen, die Vorgaben für Konstruktionszeichnungen so anzupassen, dass Sie diese auch in der Dokumenta-

tion ohne große Nacharbeiten einsetzen können. Er hilft Ihnen auch bei der Erstellung eines Regelwerks zur Benennungsbildung, mit dem Sie den Prozess der Terminologieschöpfung in der Konstruktion in geordnete Bahnen lenken können.

7. Einkauf

- Gibt es Rahmenverträge/Vorlagen für Verträge/Lieferantenlisten?
- Wie sieht ein Beschaffungsauftrag aus, wie muss er ausgefüllt werden?
- Wer ist im Einkauf der Ansprechpartner für die Beschaffung von Redaktionsdienstleistungen?
- Wer prüft die eingekauften Leistungen und nach welchen Kriterien?
- Wie werden Rechnungsfreigaben erteilt?

Vergaberichtlinien und Rahmenverträge für externe Lieferanten (z. B. Übersetzer, Druckereien ...) sollten Sie in der Einkaufsabteilung ebenso erhalten wie rechtlich abgesegnete Musterverträge. Der Einkauf vergibt häufig auch die Druckaufträge der Werbeabteilung und hat dann Preislisten und Kalkulationsgrundlagen parat, die Sie nutzen können.

Vielleicht erhalten Sie auch Checklisten für die Qualitätsprüfung eingekaufter Leistungen.

8. Schulung

- Wer schult Kunden und Instrukteure?
- Woher erfährt die Schulungsabteilung über den erforderlichen Informationsbedarf?

- Wer erstellt Lehrpläne und legt die Lerninhalte fest?
- Werden Bedienungsanleitungen für die Schulung verwendet, wenn nein, warum nicht?

Häufig ist die Schulungsabteilung am schnellsten über Neuentwicklungen informiert. Die Schulungsabteilung hat den direkten Kontakt zu den Experten und kennt den Informationsbedarf der Kunden und Servicetechniker genau. Wenn die Schulungsabteilung eigene Unterlagen erstellt, sollten Sie sich diese genau ansehen. Oft ist der Aufbau und der Umfang der Schulungsunterlagen viel besser auf den Bedarf der Zielgruppe abgestimmt als die Bedienungsanleitung.

Schulung und Dokumentation sollten die Abteilungen sein, die am engsten miteinander zusammenarbeiten, nirgendwo ist der vielbeschworene „Synergieeffekt“ größer. Wenn die Bedienungsanleitung für Schulungen eingesetzt wird oder werden kann, ergeben sich große Einsparpotenziale.

Die Schulungsabteilung ist auch eine kostengünstige Stelle für das „Usability Testing“ der Bedienungsanleitung. Hier haben Sie die Chance, mit Ihren Zielgruppen in direkten Kontakt zu kommen.

9. Redaktionsabteilung

- Gibt es bereits Konzepte zu bestimmten Dokumentationsarten?
- Wer hat den Übersetzungsprozess am besten im Griff?

Schulung und Dokumentation müssen Partner sein.

- Wer kommt mit Druckereien und externen Dienstleistern am besten zurecht?
- Haben die entsprechenden Kolleginnen und Kollegen ihr Wissen schon schriftlich niedergelegt?

Wenn nicht, sollten sie es tun und ihr Kopfwissen der Allgemeinheit zur Verfügung stellen. Wenn der Produktionsprozess regelmäßig zusammenbricht, sobald ein Wissensträger krank oder im Urlaub ist, wird es höchste Zeit, dieses Wissen zu dokumentieren.

Auch sonst finden Sie im eigenen Bereich viel nützliches Material:

- Konzepte für bestimmte Dokumententypen,
- Vordrucke für Korrekturläufe,
- Checklisten und Anweisungen für Übersetzungs- und Druckaufträge,
- Organigramme und Listen von Ansprechpartnern der anderen Unternehmensbereiche.

10. Sonstige Quellen

DIN-, ANSI- und ISO-Normen, EG-Richtlinien und ähnliche Vorgaben, die auf die Produkte des Unternehmens anwendbar sind, erhalten Sie in der Rechts- oder Normenabteilung, in der Konstruktion und beim Beuth-Verlag. Zumindest die „universelle Dokumentationsnorm“ DIN EN 62079 sollte jeder Redakteur verfügbar (und gelesen) haben.

Sie müssen nicht alle Räder neu erfinden!

Wenn Sie bei der Sammelaktion feststellen, dass das Thema „Terminologie“ im Unternehmen noch sehr stiefmütterlich behandelt wird, besorgen Sie sich das Buch „Terminologie als wirtschaftlicher Faktor“ aus dem Matthias Schulz Verlag.

Beim Weka-Verlag gibt es das „Praxishandbuch Technische Dokumentation“. Dieses Loseblattwerk ist eine etwas höhere Investition, die sich aber lohnt, da Sie zu fast jedem Themenbereich in der Technischen Dokumentation etwas finden.

Kompletieren Sie Ihre Materialsammlung mit dem „Leitfaden Betriebsanleitungen“ der tekomp. Er enthält viele Informationen über Normen und Muster für die Strukturierung von Anleitungen.

Auch ein Blick ins Internet lohnt: Als „Zubehör“ für DINEN 62079 stehen im Internet lizenzfreie Checklisten im RTF-Format zum Download bereit. Diese Checklisten können Sie für die Qualitätsprüfung Ihrer Dokumentationen anpassen. Mitglieder der tekomp können sich unter www.tekomp.de im tekomp-Webforum noch mit den Materialien der Arbeitskreise Textqualität, Übersetzungsqualität und Onlineinformationen versorgen.

Sie müssen diese Publikationen nicht komplett von vorne bis hinten durchlesen. Aber sie sind ganz praktische Vorlagen und Ratgeber für Regelungsbereiche, in denen Sie noch kein Basismaterial gesammelt haben.

5.4 Warum und wie sammeln?

Lassen Sie sich vom Umfang der „Aktion Eichhörchen“ nicht abschrecken. Viele der zu sammelnden Informationen brauchen Sie

bereits jetzt, um vernünftige Anleitungen zu erstellen. Häufig besteht die Aufgabe einfach darin, das in den Köpfen der Mitarbeiter vorhandene Wissen über die Dokumentationserstellung vom „Kopfwissen“ in die Schriftform zu übertragen.

Wenn Sie „Einzelkämpfer“ sind, benötigen Sie wahrscheinlich nur einen Teil der hier angegebenen Materialien. Machen Sie aber trotzdem zumindest einen gedanklichen „Abteilungsdurchlauf“, vielleicht gibt es doch das eine oder andere, an das Sie einfach noch nicht gedacht haben.

Die eingesammelten und in Dateiform konvertierten Materialien können Sie nun auf Ihrem Rechner in ein Dateisystem ablegen. Nutzen Sie die Möglichkeiten von Verzeichnissen und langen Dateinamen, so bewahren Sie den Überblick.

Eine Verzeichnisstruktur für die Materialsammlung könnte so aussehen:

**Material in
elektronischer Form
sammeln**



*Beispiel für eine Verzeichnisstruktur für die
Materialsammlung*

Nach der Sammlung und Einordnung der Materialien hat der Leitfaden-Administrator die Aufgabe, diese für die nächste Teamsitzung aufzubereiten. Bündeln Sie diese Aufgabe bei einer oder zwei Personen, diese werden schnell mit dem Inhalt der Basismaterialien und der Vorgehensweise bei der Aufbereitung vertraut.

Die anderen Mitglieder des Leitfadenteams haben im Moment nur die Aufgabe, mitzu-

sammeln. Sie können das Verzeichnis mit den gesammelten Materialien für alle Teammitglieder zugänglich machen, aber verlangen Sie nicht, dass das ganze Team für die Sichtung viel Zeit investiert.

6 Struktur und Inhalt

Wie unterteilen Sie den Redaktionsleitfaden am geschicktesten? So, dass jeder die für ihn wichtigen Informationen schnell findet. Ein großes Regelwerk kann leicht mehr als 100 Seiten umfassen, allerdings braucht jede Zielgruppe nur einen kleinen Teil davon.

Der Redaktionsleitfaden ist - wie die meisten Bedienungsanleitungen - ein Stück Gebrauchsliteratur. Kaum jemand liest ihn zum Vergnügen, sondern weil er eine bestimmte Information sucht - und die sollte er möglichst schnell finden.

6.1 Unterteilung nach Zielgruppen

Deshalb schlage ich Ihnen die Unterteilung nach Zielgruppen als oberstes Strukturelement vor. Vorteile der Unterteilung nach Zielgruppen:

- Sie können für jede Zielgruppe einen eigenen Leitfaden publizieren. Die jeweilige Zielgruppe muss nur innerhalb der Informationen suchen, die für sie von Bedeutung ist.
- Der zielgruppenorientierte Leitfaden ist kleiner als die „allumfassende“ Version und schreckt deshalb nicht so sehr vom Lesen ab.

Sortieren Sie die Inhalte Zielgruppen gerecht!

- Sie können die Inhalte und Inhaltsverzeichnisse passend für die jeweilige Zielgruppe strukturieren.
- Sie müssen nur die Informationen herausgeben, die für die jeweilige Zielgruppe notwendig sind.

Betriebsgeheimnisse und sehr vertrauliche Informationen sollten generell nicht im Redaktionsleitfaden stehen. Denken Sie daran, dass Sie den Leitfaden einem großen Benutzerkreis zur Verfügung stellen.

Nicht alles gehört in den Leitfaden!

Ich gehe hier davon aus, dass Sie in der ersten Sitzung des Leitfadenteams bereits Zielgruppen definiert haben. Nun sichten Sie Ihre gesammelten Materialien und ordnen Sie diese den Zielgruppen zu, etwa nach folgender Einteilung:

- Redakteure, evtl. unterteilt in interne und externe Mitarbeiter,
- Zulieferer von Dokumentation,
- Geschäftsleitung,
- Entwickler und Konstrukteure,
- Grafiker und Illustratoren,
- Übersetzer,
- Druckereien etc.

Es gibt Dinge, die für alle Zielgruppen interessant sind, fügen Sie deshalb die Zielgruppe „Alle“ hinzu. Nachdem Sie die Unterteilung nach Zielgruppen durchgeführt haben, sortie-

ren Sie die gesammelten Materialien in die Zielgruppenverzeichnisse und erstellen Sie eine Liste der Inhalte jedes Zielgruppenverzeichnisses.

6.2 Welche Informationen für welche Zielgruppe?

Die nachfolgende Einteilung ist nur ein Vorschlag, der Sie inspirieren soll.

1. Zielgruppe „Alle“

- Vorwort mit Zielgruppenbeschreibung, Umfangsbeschreibung und Geltungsbereich des Leitfadens.
- Kurze! Beschreibung des Unternehmens und seiner Produktpalette.
- Auflistung der Anleitungsarten (Informationsprodukte) und der jeweiligen Zielgruppe.
- Organigramm der Dokumentationsabteilung mit Telefonliste, Namen und Zuständigkeiten der Mitarbeiter.
- Terminologie-Regelungen, die für alle Unternehmensbereiche gültig sind.

2. Zielgruppe „Redakteure“

- Regelungen, die für das gesamte Unternehmen gelten z. B. Corporate Style Guide, Corporate Identity-Richtlinien, Layout- und Stilvorgaben von Vertrieb und Werbung, Rahmenverträge, Richtlinien für die Zusammenarbeit mit Lieferanten, etc.

- Regelungen, die für die gesamte Dokumentationsabteilung gelten, z. B. Konventionen zu Schreibstil und Schreibweisen, Vergaberichtlinien für externe Aufträge, Regelungen zur Dokumentationsfreigabe und zum Übersetzungsablauf, Werksnormen zur Grafik- und Zeichnungserstellung etc.
 - Regelungen, die für die einzelnen Bereiche der Dokumentationsabteilung gelten.
 - Regelungen, die für die einzelnen Anleitungsarten/Informationsarten gelten, z. B. Konzept, Struktur und Aufbau der Anleitungsart, Formatvorlagen, Normen, Richtlinien, Ansprechpartner aus anderen Abteilungen, Erscheinungs- und Distributionsform etc.
 - Checklisten für Auftragsvergaben, Qualitätskontrolle etc.
3. Zulieferer von Dokumentation
- Vorgaben für Layout, Strukturen und Datenformate.
 - Vorgaben und Arbeitsanweisungen zum Übersetzungsprozess, zur Terminologiehandhabung und zur Benennungsbildung.
 - Angaben zu Grafikformaten, Illustrationswerkzeugen und Illustrationsstil.
 - Angabe zur Versionierung und Benummerung der Dokumentation.

- Vorgaben für die Gestaltung von Warn- und Sicherheitshinweisen.

4. Geschäftsleitung

- Verfahrensanweisungen und Vertretungsregelungen.
- Richtlinien für Kosten- und Terminplanung der Dokumentation.

5. Entwickler und Konstrukteure

- Regeln zur Benennungs- und Terminologiebildung.
- Vordrucke/Vorlagen für Dokumentationsbedarfsmeldung.
- Checkliste oder Verfahrensanweisung für Information und Einbeziehung der Redaktion in den Entwicklungsprozess.
- Projektpläne und Richtlinien für die Terminplanung der Dokumentation.

6. Grafiker und Illustratoren

- Angaben zu Grafikformaten, Illustrationswerkzeugen und Illustrationsstil.
- Vorgaben für die Gestaltung von Warn- und Sicherheitshinweisen. Rahmenverträge und Vorgaben für die Leistungsabrechnung für Übersetzungsaufträge.
- Rahmenverträge und Vorgaben für die Leistungsabrechnung für Illustrationsaufträge.

7. Übersetzer

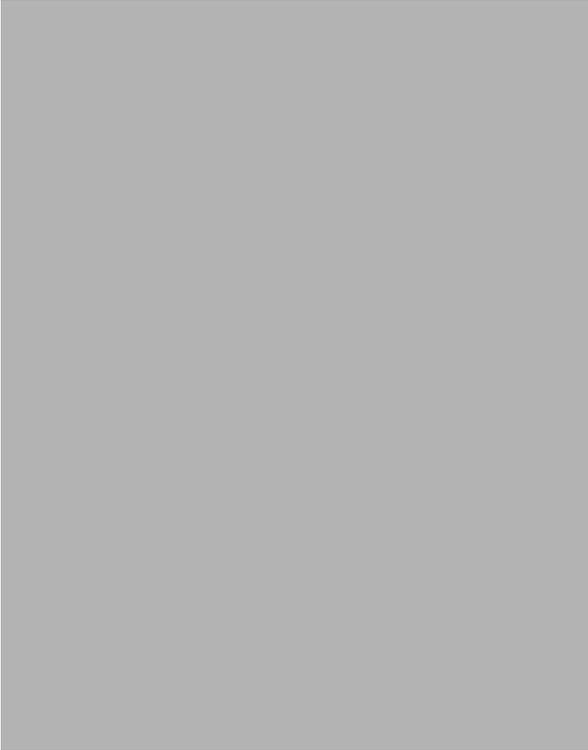
- Vorgaben für die Bearbeitung von Übersetzungsaufträgen.
 - Rahmenverträge und Vorgaben für die Leistungsabrechnung für Übersetzungsaufträge.
 - Vorgaben für die Erstellung, den Einsatz und die Pflege von Translation Memory- und Terminologiedatenbanken.
8. Druckereien etc.
- Vorgaben für die Bearbeitung von Druckaufträgen.

In diesem Beispiel sind viele mögliche Zielgruppen des Redaktionsleitfadens aufgeführt. Vielleicht möchten Sie am Anfang nicht so viele Zielgruppen ansprechen. Aber auch als Einzelredakteur oder als externer Dienstleister haben Sie mindestens mit einem Teil dieser Zielgruppen zu tun. Die Zielgruppe „Redakteure“ benötigt meistens das größte Regelwerk, während die anderen Zielgruppen nur jeweils einen sehr kleinen Regelungsbedarf haben.

6.3 Materialien in Dateisysteme einsortieren

Wenn Sie sich für die Gliederung nach Zielgruppen entscheiden, sollten Sie jetzt im Verzeichnis „noch abzustimmen“ für jede Zielgruppe ein Unterverzeichnis anlegen.

Kopieren Sie diese Unterverzeichnisstruktur in das Verzeichnis „Abgestimmt“.



So könnte Ihre Verzeichnisstruktur aussehen

Wenn Sie die „Aktion Eichhörnchen“ bereits durchgeführt haben, können Sie nun die gesammelten Materialien in die „noch abzustimmen“-Struktur einhängen. Kopieren Sie die Dateien aus dem Verzeichnis „Basismaterial“ in die jeweiligen Unterverzeichnisse für die Zielgruppen. Wenn eine Datei für mehrere Zielgruppen nutzbar ist, kopieren Sie diese in jedes relevante Unterverzeichnis. Wenn eine Datei für alle Zielgruppen relevant ist, kopieren Sie diese in das Unterverzeichnis „Alle“. Diese Arbeit lässt sich mithilfe eines Daten-

projektors im Team in recht kurzer Zeit erledigen.

Dabei bleiben vielleicht noch einige Zielgruppenverzeichnisse leer oder der Inhalt ist unstrukturiert, das schadet in dieser Phase aber nichts.

Jetzt kommt der Hauptvorteil der „Aktion Eichhörnchen“ zum Tragen: Sie können nun im Team die Inhaltsverzeichnisse für die einzelnen Zielgruppen erstellen. Die gesammelten Materialien erleichtern diesen Vorgang sehr. Mit einem Datenprojektor und einer Textverarbeitung mit Gliederungsfunktion schaffen Sie es recht schnell, für jede Zielgruppe ein vorläufiges Inhaltsverzeichnis zu erstellen.

Wenn Sie meiner vorgeschlagenen Vorgehensweise bis hier her gefolgt sind, haben Sie nun die zweite Teamsitzung hinter sich und das Projekt „Redaktionsleitfaden“ läuft jetzt seit einem Monat. Als „Hausaufgaben“ bis zur nächste Teamsitzung sollten die Teammitglieder die Diskussion und Verbesserung der Inhaltsverzeichnisse für die einzelnen Zielgruppen mitnehmen. Das ist bei allen Zielgruppen außer den „Redakteuren“ eine überschaubare Aufgabe. Mitglieder im Leitfadenteam, die einer der Zielgruppen angehören, bearbeiten das Inhaltsverzeichnis ihrer Zielgruppe. Das Inhaltsverzeichnis für die „Redakteure“ bearbeitet eine kleine Gruppe zusammen mit dem Leitfaden-Administrator.

Arbeit für das Leitfadenteam: Inhaltsverzeichnisse erstellen.

7 Aufbereitungs- und Abstimmungsprozess

Die folgenden Sitzungen des Leitfadenteams dienen zur Abstimmung der Inhalte des

Redaktionsleitfadens. Der Leitfaden-Administrator bereitet die jeweils abzustimmenden Themen vor.

7.1 Auswahlkriterien bei konkurrierenden Regelungen

Wenn mehrere konkurrierende Regelungen oder Vorgaben zur Auswahl stehen, sollte das Leitfadenteam diejenige auswählen, die

- den besten Prozessablauf sicherstellt oder
- bereits in den meisten Bereichen einheitlich gehandhabt wird oder
- bei der Mehrzahl der Teammitglieder Zustimmung findet.

Sie sollten versuchen, alle Regelungen möglichst einheitlich für alle Bereiche festzulegen. Allerdings darf Einheitlichkeit nicht zum Selbstzweck werden. Lassen Sie für einzelne Bereiche oder Dokumentarten Sonderregelungen zu, sofern diese sinnvoll begründbar sind.

7.2 Zusatzinformationen für die Regelungen

Zu jedem Beschluss sollten Sie folgende Punkte erfassen und der verabschiedeten Regelung in Tabellenform voranstellen:

- **Titel:** Aussagekräftiger kurzer Titel, der beschreibt, was im Nachfolgenden geregelt wird. Der Titel soll im Inhaltsverzeichnis des Redaktionsleitfadens erscheinen, deshalb müssen Sie ihn entsprechend formatieren.
- **Verbindlichkeit:** Für wen gilt die Regelung? Ist die Regelung ein Muss oder sind

Abweichungen zulässig? Müssen vorhandene Dokumente rückwirkend angepasst werden oder gilt die Regelung nur für die Neuerstellung von Dokumentationen.

- Zeitliche Gültigkeit: Ab wann ist die Regelung gültig? Wann endet ihre Gültigkeit?
- Verfasser: Wer hat diese Regelung verabschiedet?
- Erstellungsdatum: Datum der Erstellung der Regelung. Dieses Datum erleichtert Ihnen die Versionierung.
- Begründung: Warum hat man sich für diese Regelung entschieden? Eine Regelung, die Sie nicht sinnvoll und überzeugend begründen können, können Sie auch nicht durchsetzen. Eine kurze Erwähnung der Argumente erspart Ihnen viele Diskussionen um den Sinn der Regelung und ermöglicht später eine schnelle Kontrolle, ob die Argumente noch gelten und damit die Regelung noch sinnvoll ist.

Beispiel:

Titel	Layout / Typografie für Servicedokumente A4
Verbindlichkeit	Gilt für alle Ersteller von Servicedokumentation, gilt auch für übersetzte Dokumente und PDF-Dateien. Bei Überarbeitung und Neuerstellung müssen die Servicedokumente angepasst werden. Keine rückwirkende Anpassung von Altbeständen erforderlich.
Zeitliche Gültigkeit	ab: sofort / bis: Ersatz durch Nachfolgeregelung

Verfasser	Leitfadenteam nach Vorgaben der Werbeabteilung
Erstellungsdatum	01. September 2004
Begründung	Abweichend von den firmeneigenen Vorgaben für A4-Werbebroschüren haben wir hier die Schriftgrade 14/12/10p festgelegt, entsprechend den Vorgaben in DINEN62079

Im Anschluss an diese erläuternde Tabelle kommt die eigentliche Regelung/Vorgabe.

Eine solche Tabelle können Sie z. B. in Ihrer Textverarbeitung als Standardvorlage abspeichern. Wenn Sie sich für eine Regelung aus Ihrem Materialvorrat entschieden haben, erstellen Sie ein Dokument mit diesem „Vorspann“ und fügen dann den Inhalt Ihrer Regelung ein.

Die so erstellten Dokumente verschieben Sie dann in das Verzeichnis „Abgestimmt“, jeweils in das Unterverzeichnis der entsprechenden Zielgruppe.

Erstellen Sie für alle Dokumente im Unterverzeichnis einer Zielgruppe ein Inhaltsverzeichnis und erzeugen Sie dann für jede Zielgruppe eine PDF-Datei. Diese PDF-Datei stellen Sie dann in das öffentliche Redaktionsleitfaden-Verzeichnis.

Wenn Sie die gesammelten Materialien auf diese Art aufbereiten, haben Sie nach der dritten Sitzung, also nach zwei Monaten, einen brauchbaren, wenn auch noch lückenhaften Redaktionsleitfaden.

7.3 Neue Inhalte erstellen

Viele Inhalte des Redaktionsleitfadens konnten Sie - hoffentlich - einsammeln und ohne oder mit geringfügigen Anpassungen integrieren. Die verbleibenden Lücken müssen Sie

aber noch mit eigens erstellten Inhalten füllen. Auch hierfür sollte der Leitfaden-Administrator die Vor- und Nacharbeiten leisten.

Zunächst erstellt er den Entwurf für den neuen Inhalt, falls erforderlich zusammen mit einem anderen Teammitglied. Dann stellt er den Entwurf bei der nächsten Teamsitzung zur Abstimmung und arbeitet eventuelle Änderungen ein.

Wenn Sie die Arbeit der Texterstellung auf den Leitfaden-Administrator konzentrieren, wird der Schreibstil im entstehenden Redaktionsleitfaden einheitlicher.

7.4 Entwurf für ein Vorwort

„Bedienungshinweise für den Redaktionsleitfaden“

1. Zielgruppen und Verbindlichkeit des Redaktionsleitfadens

Dieser Redaktionsleitfaden unterstützt alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die an der Erstellung von Dokumentation beteiligt sind, bei ihrer täglichen Arbeit.

Die Festlegungen in diesem Redaktionsleitfaden sind verbindlich für

- Technische Redakteure,

- Konstrukteure und Entwickler,

- Illustratoren und Grafiker,

- Übersetzer,

- Zulieferer, die für das Unternehmen Dokumentationsleistungen erbringen.

Ausnahmen sind nur nach Rücksprache mit dem jeweiligen Vorgesetzten/Ansprechpartner zulässig.

2. Struktur des Redaktionsleitfadens

Der Redaktionsleitfaden ist in Kapitel (PDF-Dokumente) nach Zielgruppen unterteilt.

- Kapitel A „Alle“ enthält Informationen, die für alle Benutzer des Redaktionsleitfadens wichtig sind.

Zielgruppenorientiert sind

- Kapitel B „Redakteure“,
- Kapitel C „Entwickler und Konstrukteure“,
- Kapitel D „Illustratoren und Grafiker“,
- Kapitel E „Übersetzer“,
- Kapitel F „Zulieferer“.

Sie benötigen Kapitel A und das Kapitel Ihrer Zielgruppe. Den gesamten Redaktionsleitfaden können Sie im Netzverzeichnis „Redaktionsleitfaden“ einsehen, die Informationen für jede Zielgruppe sind im entsprechend benannten Unterverzeichnis.

Wenn Sie das Netzwerkverzeichnis „Redaktionsleitfaden“ nicht zur Verfügung haben, wenden Sie sich bitte an den Leitfaden-Administrator.

3. Ziele des Redaktionsleitfadens

„Leitfaden-konformes“ Arbeiten stellt die

Konsistenz der erstellten Dokumentationen auf möglichst hohem Qualitätsniveau sicher.

Die Beschreibung von Strukturen, Abläufe und Prozessen bei der Dokumentionserstellung macht Sie mit Ansprechpartnern, Werk-

zeugen und Notwendigkeiten in der Dokumentation vertraut.

Die Vorgaben, Regelungen und Checklisten helfen Ihnen, Ihre Arbeit wirtschaftlich, termingerecht und weitgehend fehlerfrei zu erledigen.

4. Verbessern Sie uns

Der Redaktionsleitfaden ist für alle, die daran mitarbeiten, eine Zusatzaufgabe zum Tagesgeschäft. Manche Dinge sind noch gar nicht, nur vorläufig oder nicht optimal geregelt. Die Regelungen und Vorgaben werden nur befolgt, wenn sie sinnvoll anwendbar sind.

Darum bitten wir um Ihre Mitwirkung bei der aktiven Pflege des Redaktionsleitfadens. Wir freuen uns über Ihre Fragen, Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge. Wenden Sie sich an den Leitfaden-Administrator, entweder (bevorzugt) per Email (leitfaden@firma.com) oder per Telefon.

7.5 Entwurf für ein Stilkapitel

Erinnern Sie sich an die Anforderungen für gute Schulaufsätze: Sie sollen möglichst abwechslungsreich verfasst sein, möglichst variabel im Wortschatz und anspruchsvoll im Satzbau. Kurzum - ein maßgeschneidertes Produkt für die Zielgruppe „Deutschlehrer“.

Die Zielgruppen unserer technischen Dokumentation sind aber Anwender und Kunden in aller Welt, die meisten davon sind keine Deutschlehrer. Denken Sie an den Anwender: Er liest unsere Dokumentation nicht zum Vergnügen, sondern möchte kurz, schnell und eindeutig zu der für ihn notwendigen Informa-

Schreiben, wie es die Schule lehrt, ist für die Doku meistens verkehrt!

tion gelangen. Unterstützen Sie ihn - und den Übersetzer - durch einfache, kurze Sätze, konstante und gleichförmige Verwendung von Begriffen, einheitliche Formulierungen.

Beherzigen Sie die nachfolgenden Regeln, Sie erleichtern damit dem Anwender das Verstehen, dem Übersetzer das Übersetzen und ermöglichen uns die wirtschaftliche Erstellung unserer Dokumentation.

Regel	Im Gegensatz zum Duden: Schreiben Sie Kardinalzahlen immer in Ziffern, auch 1 bis 12.
Warum?	Ziffern sind leichter übersetzbar, werden vom Leser schneller erfasst und helfen bei automatisierter Qualitätsprüfung.
So nicht ...	Stellen Sie den Regler auf Null.
... sondern so!	Stellen Sie den Regler auf 0.

Regel	Setzen Sie zwischen Zahl und Maßeinheit ein geschütztes Leerzeichen.
Warum?	Damit vermeiden Sie, dass die Zahl beim Zeilenumbruch von der Maßeinheit getrennt wird.
So nicht ...	3 m, 4 mm, 50µm, 633 nm, 798 g, 800 V DC, 220 V AC, 24 V DC
... sondern so!	3 m, 4 mm, 50 µm, 633 nm, 798 g, 800 V DC, 220 V AC, 24 V DC

Regel	Schreiben Sie nur eine Handlungsanweisung in einen Satz. Schreiben Sie die Handlungsanweisungen in eine sinnvolle Reihenfolge.
Warum?	Dadurch erreichen Sie bessere Verständlichkeit, bessere Übersetzbarkeit und Konformität zu DINEN 62079.
So nicht ...	Öffnen Sie den Schutz, ziehen Sie den Nippel durch die Lasche und drehen Sie die Kurbel nach oben, während Sie den Knopf festhalten.
... sondern so!	<ol style="list-style-type: none"> 1. Öffnen Sie den Schutz. 2. Ziehen Sie den Nippel durch die Lasche. 3. Halten Sie den Knopf fest. Drehen Sie gleichzeitig die Kurbel nach oben.
Regel	Vermeiden Sie Fürwörter (er, es ...) als Platzhalter in Nebensätzen und Folgesätzen.
Warum?	Fürwörter können zu Zweideutigkeiten führen.
So nicht ...	Schrauben Sie den Kugelhahn vom Halter ab. Er wird wieder verwendet.
... sondern so!	Schrauben Sie den Kugelhahn vom Halter ab. Der Halter wird wieder verwendet.
Regel	Schreiben Sie Handlungsanweisungen im Aktiv.
Warum?	Damit sprechen Sie den Benutzer eindeutig an und befinden sich im Einklang mit DINEN 62079.
So nicht ...	Der Druck muss am Drehregler eingestellt werden.
... sondern so!	Stellen Sie den Druck am Drehregler ein.
Regel	Vermeiden Sie mehrfache Genitivbildung.

Warum?	Mehrfache Genitive zwingen den Leser, einen größeren Satzteil zu erfassen und sind schwerer verstehbar.
So nicht ...	Die Zunge des Hundes der Freundin meiner Mutter ist blau.
... sondern so!	Die Freundin meiner Mutter hat einen Hund. Dieser Hund hat eine blaue Zunge.
Regel	Vermeiden Sie Konstruktionen mit sein + Infinitiv + zu.
Warum?	Dem Leser ist nicht klar, ob es sich um ein „Muss“ oder ein „Kann“ handelt. Im „Amtsdeutsch“ drückt diese Konstruktion ein „Muss“ aus, aber nicht alle Leser sind Beamte.
So nicht ...	Der Druck ist am Drehregler einzustellen.
... sondern so!	Stellen Sie den Druck am Drehregler ein - oder - Sie müssen den Druck am Drehregler einstellen - oder - Der Druck ist am Drehregler einstellbar.
Regel	Stellen Sie keine ganzen Sätze oder größere Satz- teile in Klammern.
Warum?	Klammern verleiten den Leser zum Überlesen.
So nicht ...	Warten Sie nach dem Ausschalten noch 10 Minuten (der Trockner muss erst abkühlen).
... sondern so!	Warten Sie nach dem Ausschalten noch 10 Minuten. Der Trockner muss zuerst abkühlen.
Regel	Vermeiden Sie Telegrammstil. Verwenden Sie immer den passenden Artikel.

Warum?	Bei manchen Wörtern ist der Artikel zur Mehrzahlunterscheidung notwendig. Der Artikel erleichtert das Übersetzen.
So nicht ...	Falls Bogen eingerissen, herausnehmen. Formatlängeneinstellung überprüfen.
... sondern so!	Wenn die Bogen eingerissen sind, nehmen Sie diese aus der Maschine. Überprüfen Sie dann die Einstellung der Formatlänge.
Regel	Suchen Sie nach den folgenden Worten, die auf Verbesserungspotenzial im Text hinweisen: alt, ab und zu, regelmäßig, d. h., bzw.
Warum?	alt - niemand arbeitet gerne an einer alten Maschine ab und zu, regelmäßig - benennt keinen präzisen Zeitintervall d. h. ist Indiz für eine ungeschickte Formulierung bzw. - ist schwer übersetzbar, da nicht klar ist, ob UND oder ODER.
So nicht ...	In der alten Version schalten Sie mit der Taste F2 um. Das Schauglas regelmäßig kontrollieren. Verwenden Sie das Bedienerwerkzeug bzw. die Rat-sche.
... sondern so!	In der bisherigen Version schalten Sie mit der Taste F2 um. Kontrollieren Sie das Schauglas einmal pro Woche. Verwenden Sie das Bedienerwerkzeug oder die Rat-sche.

Wenn Sie Ihr Stilkapitel in ähnlicher Form gestalten, werden Ihre Leitfaden-Benutzer es wahrscheinlich akzeptieren.

Es geht aber auch noch kürzer, beispielsweise für schreibende Entwickler und Konstrukteure:

10 Regeln für die Textproduktion

1. Bieten Sie dem Leser genau das, was dieser gerade braucht, und zwar so kurz wie möglich, sofort verständlich, eindeutig, übersichtlich und – wo vertretbar – interessant.
2. Schauen Sie - mit einem Tag Abstand - nochmal über Ihren Text. Sie werden noch manche Verbesserungsmöglichkeit finden.
3. Lassen Sie den Text von einem anderen Menschen lesen, bevor Sie ihn herausgeben. Das erspart Ihnen die größten Kalauer.
4. Lassen Sie einen anderen Menschen nach Ihrem Text handeln. Wenn er zum gewünschten Ziel kommt, ist Ihr Text brauchbar.
5. Schreiben Sie kurze Sätze. Die Bildzeitung kommt mit durchschnittlich 7 Wörtern pro Satz aus und wird trotzdem gern gelesen.
6. Schreiben Sie immer das gleiche Wort, wenn Sie das gleiche meinen. Konrad Adenauer kam in seinen Reden mit einem Wortschatz von 2000 Wörtern aus und war trotzdem ein hervorragender Politiker.
7. Denken Sie an den Produktbenutzer. Der will nicht wissen, was das Geniale an Ihrer Konstruktion ist, sondern wie man das Produkt optimal nutzt.
8. Schon Goethe schrieb an sein Bäslein: „Ich habe keine Zeit, dir einen kurzen Brief zu schreiben, deshalb schreibe ich dir einen langen ...“. Akzeptieren Sie, dass weniger Text meistens mehr Nutzen ist und

mehr Zeit braucht. Streichen Sie weg, was nicht nötig ist.

9. Formulieren Sie Überschriften immer nach dem gleichen Muster. Der Text darunter sollte halten, was die Überschrift verspricht.
10. Schreiben Sie den Text in Englisch und übersetzen Sie ihn erst anschließend ins Deutsche. Sie werden feststellen, dass Sie viel einfachere Sätze mit viel weniger Wortschatz produzieren. Der Benutzer freut sich. Warum dauert das Schreiben dann so viel länger? Weil Sie mehr nachdenken beim Schreiben, und das ist gut so!

8 Wie stellen Sie den Leitfaden zur Verfügung

Der schönste Leitfaden nützt nichts, wenn er nicht beachtet wird. Er wird beachtet, wenn die Leitfaden-Benutzer die für sie wichtigen Regelungen und Informationen schnell finden.

8.1 Papier

Papier ist ein geduldiger Stoff und besitzt drei Vorteile:

Papier hat Vor- und Nachteile!

1. Der Leser braucht kein spezielles Gerät. Licht und evtl. eine Brille genügen.
2. Der Leser muss keinen Computer und keine Reader-Software bedienen können.
3. Die Verbreitung in Papierform ist recht gut kontrollierbar.

Wenn Sie den Leitfaden in Papierform zur Verfügung stellen, sind ein gutes Inhaltsverzeichnis und Stichwortverzeichnis notwendig. Lesen können heißt bei vielen Benutzern

noch lange nicht navigieren können. Hand aufs Herz: Lesen Sie systematisch Inhaltsverzeichnisse?

Ein weiterer Nachteil der Papierform ist die Sicherstellung der Aktualität, die bei einem halbjährlichen Aktualisierungszyklus eine logistische Meisterleistung erfordert. Manche Benutzer bereichern ihr Papierdokument mit persönlichen Notizen und Merktzetteln und werden selbst dann noch mit der ersten Version des Leitfadens arbeiten, wenn schon die fünfte Version zur Verfügung steht.

8.2 Dateiform

Eleganter ist die Verteilung in elektronischer Form als PDF-Datei. Die Möglichkeit der Volltextsuche hilft dem Benutzer beim schnelleren Auffinden der gewünschten Information. Wenn Sie den Leitfaden auf einem Netzwerkverzeichnis oder im Intranet zur Verfügung stellen, können Sie ihn permanent aktualisieren und müssen mit Änderungen und Fehlerbereinigungen nicht bis zur nächsten Papierversion warten.

Bei der Verteilung in elektronischer Form motivieren Sie die Leitfaden-Benutzer auch stärker zu Rückmeldungen, da „private“ Ergänzungen und Nachbesserungen mittels „Zettelwirtschaft“ nicht mehr so einfach möglich sind.

Natürlich können Sie den Leitfaden auch in einem anderen Format als PDF zur Verfügung stellen. Wenn Sie in der Erstellung von Onlinehilfen oder Webseiten Erfahrung haben, können Sie ihn z. B. im HTML-Format mit entsprechend mehr Möglichkeiten, z. B. Hyperlinks zur Verfügung stellen. Wir haben

PDF lässt alle Möglichkeiten zu!

Es geht auch „online“.

in unserem Unternehmen PDF gewählt, weil es für uns das praktischste Format ist. PDF hält auch den Weg der Verteilung in Papierform offen.

Der Leitfadens wird auch an externe Mitarbeiter und Dienstleister weiter gegeben. Ein Urheberrechtsvermerk und eine Nutzungs- und Geheimhaltungsvereinbarung schützen vor Missbrauch.

9 Wie erreichen Sie es, dass sich alle an den Redaktionsleitfaden halten?

Erwarten Sie nicht, dass am Tag nach der Verteilung der ersten Version des Leitfadens alle Mitarbeiter die Vorgaben zu 100 % befolgen.

9.1 Warum hält sich nicht jeder dran?

- Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Eine lieb gewordene Gewohnheit zu ändern, benötigt Zeit und guten Willen.
- „Altlasten“, z. B. Dokumente, die geringfügig geändert werden müssen, werden nach „alten“ Vorgaben geändert, um das Dokument in sich einheitlich zu halten.
- Die Regelungen gehen einzelnen Betroffenen „gegen den Strich“, sie empfinden sie als Beschneidung der Kreativität oder der persönlichen Freiheit. Wenn Sie bei der Erstellung des Redaktionsleitfadens nicht genügend „demokratisch“ vorgegangen sind, können die „Freiheitskämpfer“ innerhalb der Redaktionsabteilung Ihre Arbeit zunichte machen.

- Die Regelungen müssen erst erlernt und umgesetzt werden. Kaum jemand hat Zeit, den Leitfaden am Stück auswendig zu lernen.
- Einzelne Regelungen sind in einem Bereich tatsächlich (noch) nicht umsetzbar.

9.2 So erreichen Sie die Leitfaden-Konformität

Welche Mittel haben Sie, die Regelungen des Leitfadens durchzusetzen? Sie haben schließlich keinen „Polizisten“, der sich neben jeden Redakteur setzt und auf Leitfaden-konformes Arbeiten achtet.

Ein möglichst großes Leitfaden-Team, das alle Mitarbeiter schon in der Sammlungsphase mit einbezieht und auch „missionarisch“ für den Leitfaden wirbt, schafft schon in der Erstellungsphase Akzeptanz für die „Zwangsjacke“ Redaktionsleitfaden.

Hier ist ein gutes Leitfaden-Team gefragt.

Wenn die erste Version des Leitfadens „steht“, machen Sie eine Einführungsveranstaltung, in der Sie den Leitfaden allen davon Betroffenen vorstellen und erläutern.

Verteilen Sie den Leitfadens zusammen mit anderen „nützlichen“ Dingen, wie Checklisten, Leitfaden-konforme Dokumentenvorlagen, Firmenlogos ...

Bei von außen eingekaufte Leistungen können Sie die Vorgaben des Leitfadens in den Auftrag einfließen lassen. Eingekaufte Redaktionsleistungen werden bei Ihnen - hoffentlich - genauso qualitätsgeprüft wie andere eingekaufte Produkte und Leistungen. Wenn bei der Prüfung festgestellt wird, dass die Vorgaben nicht eingehalten werden, heißt es

für den Lieferanten, entsprechend nachzuarbeiten.

Allerdings müssen Sie sicherstellen, dass Ihre externen Partner die Vorgaben erhalten und auch verstanden haben. Abweichungen in der Leistungsausführung sind oft ein Indiz dafür, dass Sie die Vorgaben im Leitfaden klarer und eindeutiger formulieren müssen.

Bei Ihren internen Redaktionskollegen ist die Durchsetzung der Leitfadenvorgaben nicht ganz so einfach, da sie in Hierarchie und Weisungsbefugnis dem Leitfaden-Administrator häufig gleichgestellt sind.

Falls noch nicht vorhanden, müssen Sie eine Kontrollinstanz einführen, z. B. ein Lektorat, um die produzierte Dokumentation auf Einhaltung der Leitfaden-Vorgaben zu prüfen. Gut ist es, wenn sich alle Redakteure gegenseitig Korrektur lesen, bei der Überprüfung auf Einhaltung der Vorgaben muss sich dann jeder zwangsläufig mit dem Redaktionsleitfaden beschäftigen.

Vermeiden Sie es, die Qualitätskontrolle auf eine Person zu bündeln, das können Ihre Mitredakteure leicht als Bevormundung empfinden.

Wenn Sie „Verstöße“ gegen die Leitfaden-Vorgaben feststellen, vermeiden Sie - zumindest in den ersten Monaten - direkte Kritik an einzelnen Personen.

Stellen Sie die wunden Punkte zunächst anonym in der allgemeinen Redaktionsrunde zur Diskussion. Folgende Fragen müssen Sie klären:

- Ist die Regelung eindeutig und verständlich formuliert?

Vertrauen ist gut ...

**Dem Fehler ist egal,
wer ihn macht!**

- Ist die Vorgabe praktikabel und praktisch umsetzbar?

Wir haben nach der Verabschiedung der ersten Version unseres Leitfadens in jeder der monatlichen Redaktionssitzungen eine halbe Stunde für einen Problemschwerpunkt reserviert.

Ein Redaktionsleitfaden benötigt ständige Pflege, Aktualisierung und Fehlerbereinigung. Wenn Sie ihn in elektronischer Form zur Verfügung stellen und „lebende“ Aktualisierung betreiben (ohne Versionierung), müssen Sie Ihre Leitfaden-Benutzer z. B. mit Email über Veränderungen informieren.

10 Kosten und Nutzen des Redaktionsleitfadens

10.1 Zeitaufwand für die Erstellung

Während der Stoffsammlung, der Konzeptions- und Erstellungsphase benötigen Sie einige Zeit. Als Einzelredakteur müssen Sie diese zusätzlich zum Tagesgeschäft aufbringen, reservieren Sie sich aber wenigstens einen bis zwei ganze Tage im Monat.

Beim Einsatz eines Leitfaden-Teams müssen für alle Team-Mitglieder Zeiten für Sitzungen und Recherchearbeiten eingeplant werden. Ein ganzer Sitzungstag im Monat ist in der Anfangsphase der Mindestaufwand. Der Leitfaden-Administrator muss etwa 30 % bis 50 % seiner Arbeitszeit in den Erstellungsprozess investieren, und das mindestens 3 bis 6 Monate.

Angenommen, Sie brauchen 6 Monate zur Erstellung der ersten Version, und haben ein Leitfadenteam von 8 Personen, sind das 48 Manntage für das Team und etwa die gleiche Zeit für den Administrator, insgesamt also etwa 100 Manntage. Dafür haben Sie dann ein Werk von ca. 100 bis 200 Seiten.

Der Leitfaden muss kontinuierlich gepflegt und angepasst werden. Für den Leitfaden-Administrator müssen dafür die erforderlichen Ressourcen fest eingeplant werden, hier etwa 30 bis 50 Manntage pro Jahr.

10.2 „Return of Investment“

Die Kosten werden schon in der Erstellungsphase teilweise kompensiert, denn bei der Beschreibung der Prozesse der Dokumentationserstellung entdeckt man oft brachliegendes Verbesserungspotenzial. Die Zusammenarbeit der Bereiche innerhalb der Dokumentation wird effizienter, da man die jeweiligen Notwendigkeiten kennen lernt und sich daran anpassen kann.

Der Redaktionsleitfaden verkürzt die Konzeptionsphase von neuen Dokumentationen. Nutzlose Aufwände für nicht umsetzbare Konzepte werden vermieden. Die mehrfache Verwendung erstellter Inhalte wird vereinfacht, weil diese einheitlicher erstellt werden.

Das Unternehmen und die Kunden profitieren von einer einheitlicheren und qualitativ besseren Dokumentation.

Die schriftliche Sicherung des Wissens über die Abläufe in der Dokumentationserstellung ist Basis einer Zertifizierung nach ISO 9000 und vermeidet Produktionsverzögerungen, die entstehen, wenn z. B. nur ein Mitarbeiter

die Übersetzungsabwicklung betreut und niemand ihn bei einem Ausfall ersetzen kann.

Neue Mitarbeiter und externe Dienstleister können schneller und mit weniger Rückfragen in den Erstellungsprozess eingebunden werden. Das verringert den Durchmesser der „Löcher, die der Stammmannschaft in den Bauch gefragt werden“. Durch genaue Definition der unternehmensspezifischen Anforderungen wird der Aufwand für Korrekturen und Nacharbeiten geringer.

Deshalb möchte ich Sie ermuntern, das Bauwerk Redaktionsleitfaden in Angriff zu nehmen. Dann haben Sie nicht nur den Grundstein, sondern ein ganzes Fundament, auf das Sie Ihre Dokumentationsprodukte aufbauen können.

Ich habe mich in einigen Redaktionen umgeschaut, die bereits einen Redaktionsleitfaden erstellt haben. Ausnahmslos waren alle der Meinung, dass sich die Mühe gelohnt hat. Einige Befragte berichteten von einer Amortisationszeit für die Erstellungskosten im Bereich von 6 Monaten bis zu einem Jahr.