

ARTEFACTUR

Atelier für vollendete Kommunikation

Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser!

Ihre Suche nach anwendbaren Tipps für einen besseren Schreibstil hat hier ein Ende. Wir verraten Ihnen unsere Profi-Tipps, mit denen Sie verständlicher Schreiben werden, tückische Fehler vermeiden und einen frischen Schreibstil entwickeln. Dieser Service der Artefactur **kostet nichts**, er erfordert **keine Registrierung** und hat **keinen Haken**.

Jeder weiß, dass die geschriebene Sprache seit der Schulzeit zu unseren treuen Begleitern gehört. Ob auf dem Papier, eingeritzt in eine Schulbank oder auf dem Bildschirm – Worte sind mehr als eine Kette aneinandergereihter Buchstaben. Worte transportieren Wissen, Werte und Information.

Im unternehmerischen Alltag kommen Sie immer wieder in die Situation, einen werblichen Text verfassen zu müssen. Die Palette von möglichen Aufgaben ist bunt: ein Schreiben, mit dem Sie Neukunden gewinnen, eine Unternehmensdarstellung oder ein Text für eine Produktbeschreibung. Es wäre doch fantastisch, wenn Sie eine Liste hätten, die Ihnen hilft bei dieser Aufgabe zu glänzen, oder? Diese Liste gibt es. Sie besitzen Sie bereits!

Ich empfehle Ihnen: Drucken Sie die folgenden Seiten aus! Sie sind Ihr treuer Begleiter, wenn es für Sie heißt: „Schreiben Sie doch mal was zum Thema...“

Ich wünsche Ihnen buchstäblich viel Spaß!

Ihr Stephan Bresser
Texter der Artefactur UG
Atelier für vollendete Kommunikation

Sie werden in Zukunft

- verständlicher Schreiben
- tückische Fehler vermeiden und
- einen frischen Schreibstil entwickeln

6 Tipps für frische Texte

Tipps 1 | Der Stil

Umständlich um jeden Preis?

„Unsere Ladenöffnungszeiten lauten...“ – und schon sind Sie in die „Umständlichkeits-Falle“ getappt. Wahrscheinlich befürchten Sie, dass Sie zu umgangssprachlich schreiben – grundsätzlich ist diese Vorsicht gut.

ABER: Sie geraten dadurch leicht in den sogenannten „Substantivismus“ oder schreiben zu abstrakt, indirekt und umständlich. Sie erschaffen dadurch schwerfällige Wörter wie Automobilzuliefererkonferenz, Instandsetzungsarbeiten, Ladenöffnungszeiten, Eröffnungsgutschein. Finanzdienstleistungsinstitut u.v.m. Ein lebendiger Text lebt von lebendigen Worten.

Endungen wie: -heit, -keit, -ik, -ion, -ismus, -ität, -nz, -tur, -ung erzeugen solche Wortungetüme. Umschreiben Sie solche Wörter oder suchen Sie ein Synonym. Das macht Ihren Text lebendiger. Nicht „Unsere Ladenöffnungszeiten lauten...“ besser „Wir öffnen unser Studio (Atelier, Büro, Haus) für Sie zwischen.“

6 Tipps für frische Texte

Tipps 2 | Adjektive

Die Mischung macht's

Gehen Sie sparsam mit Adjektiven um. Viele Texte meinen, eine bunte Mischung von Adjektiven mache Ihren Text lebendiger. VORSICHT: meist leidet die Lesbarkeit. Ein Beispiel: „Der hölzerne, schwarze, knarrende, unbequeme und alte Stuhl...“ Beim Lesen entstehen zwar automatisch Bilder im Kopf, aber viele davon sind überflüssig. Benutzen Sie Adjektive nur dort, wo Sie eine Besonderheit markieren oder einen Unterschied hervorheben. „Der alte Stuhl...“ (nicht der Neue). Ersetzen Sie eine Kombination aus Adjektiv + Substantiv, wenn möglich, durch ein bildhafteres Substantiv:

- Schnelles Auto – Flitzer
- Große Unordnung – Chaos
- Dickes Buch – Wälzer

Wissen ist Macht

Profis benutzen einen professionellen Wortschatz. „Mein Nachbar hat einen ziemlich großen Fisch gefangen.“ beschreibt vielleicht einem Nicht-Angler den beachtlichen Fang des glücklichen Nachbarn – den Mitgliedern der Vereinstagung vom regionalen Angelclub entlocken Sie damit keine Jubelstürme. Hier benötigen Sie Fachkenntnis. Beweisen Sie Kompetenz wenn Sie vom: „kräftezehrenden Drill eines kapitalen Esox“ berichten.

6 Tipps für frische Texte

Tipps 3 | Satzbau

Auf den Punkt gebracht

„Jedes Komma will lieber ein Punkt sein.“
Hauptsätze sind eine hervorragende Wahl, wenn Sie einen werblichen Text erstellen. Bei einer Tageszeitung nimmt sich der Leser Zeit, um die vor ihm liegenden Seiten intensiv zu studieren. Er konzentriert sich auf seine Aufgabe. Der werbliche Text folgt anderen Regeln. Er soll Aufmerksamkeit erwecken und Vorteile in kurzen, verdaulichen Sätzen effektiv an die Frau/den Mann bringen. Kurze Hauptsätze sind verdauliche Häppchen. Lange, verschachtelte Sätze strengen den Leser an. Eine Faustregel besagt:

„Nur ein Gedanke pro Satz.“

Zur Sache Schätzchen

Ihre Sätze sollten nicht länger als 13 bis 16 Wörter lang sein. Je kürzer, desto einfacher. Benutzen Sie außerdem kurze Wörter. Entwirren Sie schwerfällige Wortungetüme wie Fahrlehrerprüfung. Besser: Prüfung zum Fahrlehrer.

6 Tipps für frische Texte

Tipps 4 | Bildwelten

Lesen ist Kino im Kopf

Wenn Sie mit Hauptwörtern die richtigen Bilder erzeugen, wird der Film zum unvergesslichen Erlebnis. Dabei helfen Ihnen die folgenden 3 Arten von Hauptwörtern (nach Wolf Schneider, Deutsch für Kenner):

- bildhafte Hauptwörter: erzeugen fassbare, konkrete Bilder im Kopf des Lesers und sprechen seine Sinne an (Brise, Sonne, Orchidee, Schoko-Riegel)
- bildnahe Hauptwörter: beschreiben individuell erlebbare Zustände (Liebe, Hass, Kälte, Zorn, Frieden)
- bildleere Hauptwörter: Abstrakta und Substantivismen erzeugen keine Bilder (Pessimismus, Mechanik, Parität, Akzeptanz)

Tipps 5 | Aufzählungen

Gleich und Gleich gesellt sich gern

Aufzählungen lockern das Schriftbild auf. Sie strukturieren komplexe Inhalte. ABER VORSICHT: nicht jede Aufzählung ist übersichtlich. Achten Sie darauf, dass alle Zeilen der Aufzählung grammatikalisch gleich aufgebaut sind. Der Inhalt kann so besser aufgenommen werden:

„scheinbar einfach“

- Eine deutlich lesbare Schrift ist hilfreich.
- Strukturieren Sie den Text durch Absätze, die Sie bewusst setzen.
- Die Qualität der Bilder muss gut sein.
- Die Kontrolle der Rechtschreibung ist auch wichtig.

„einfach besser“

- Verwenden Sie eine gut lesbare Schrift.
- Strukturieren Sie Ihren Text.
- Setzen Sie Absätze.
- Achten Sie auf eine hohe Qualität der Bilder.
- Kontrollieren Sie die Rechtschreibung.

6 Tipps für frische Texte

Tipp 6 | Headlines

Der Weg ins Herz

Eine erfolgreiche Headline (engl. Überschrift) macht Lust auf mehr. Sie zwingt den Leser zum Anhalten und gibt einen spannenden Hinweis auf den Inhalt des folgenden Textes. Ich widme der Headline immer besonders viel Aufmerksamkeit. Das zahlt sich aus. Die Headline ist Ihr Türöffner! Beim Lesen der Tageszeitung scannen Sie die großen Seiten mit den Überschriften, bis Sie irgendwo „hängen“ bleiben. Diesem Text schenken Sie Ihre Aufmerksamkeit. Die Tür ist offen.

Köstliche Häppchen schmackhaft serviert

Machen Sie nicht den Fehler und schreiben Sie längere Texte ohne Zwischenüberschriften (engl. Subheads). Der Leser will keine endlose Bleiwüste. Er will auf den ersten Blick sehen, welche gewinnbringenden Inhalte ihn erwarten. Wie aus einer Pralinen-Schachtel pickt er sich das leckerste Häppchen heraus und genießt es. Mit Zwischenüberschriften halten Sie den Leser nah am Geschehen. Machen Sie ihm immer wieder aufs Neue Appetit.