

Texten mit Stil

Volker Kiemle



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Was ist ein guter Text?

- Ein guter Text ...

- wird gelesen
- hilft dem Leser weiter
- dient nicht dem Ego des Autors / der Autorin

- Ein guter Text ...

- ist süffig
- ist dramatisch
- geht zu Herzen
- bewegt / bewirkt etwas



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Bevor es losgeht ...

- Klarer Inhalt: Was will ich vermitteln/teilen?
- Klare Zielgruppe: Für wen ist das interessant?
- Klare Zielvorgabe: Was will ich erreichen?
- Klare Aussage: Küchenzuruf



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Wie man einen guten Text schreibt

- Schreiben ist ein Handwerk
- »Was ohne Mühe geschrieben ist, wird ohne Vergnügen gelesen.« (Samuel Johnson, Autor)
- Handwerk kann man lernen!
- Schlampig arbeiten ist nicht erlaubt!



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Wie man einen guten Text schreibt

- Oberstes Gebot: Verständlichkeit
- Küchenzuruf: Kernaussage muss vor dem Schreiben feststehen
- Lebendiges Vokabular: Keine blutleeren Wörter, keine Substantivungetüme (siehe verbotene Wörter)
- Kein Fachjargon



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Was einen guten Text ausmacht

- Keine Fremdwörter! Keine Anglizismen!
- Kurze Sätze, keine Schachtelsätze
- Kein Blähdeutsch («Problem» statt «Problembereich», «Geld» statt «Finanzmittel»)
- Vorsicht vor (sozialpädagogischen) Modewörtern und -phrasen: «innovativ», «ein Stück weit» etc.



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Die Lust am Lesen wecken

- Abgedroschene Begriffe und Erklärungen (glatte Lügen, nackte Wahrheit, verdienter Mitbürger) vermeiden.
- Kein Bürokratendeutsch: Wörter streichen, die mit -ung enden.
- Schlichte, kraftvolle Wörter wählen (es gibt genug davon!).
- Kompliziertes logisch gliedern, anschaulich darstellen.
- Schachtelsätze, Nominalkonstruktionen und Passiv sind tabu. Lieber mehrere kurze Sätze schreiben. Grundregel: Pro Sinneinheit einen Satz.
- Euphemismen (Minuswachstum, Vorwärtsverteidigung, Freisetzung) vermeiden.



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Die Lust am Lesen wecken

- Adjektive sehr sparsam verwenden. Besser: Genau beschreiben. Beispiel: «Die vollbesetzte Stadtkirche», besser: «800 Besucher drängten sich in der Stadtkirche».
 - „Wenn du ein Adjektiv findest, töte es!“
- Eine Nachricht ist gesprochene Sprache! Keine gestelzte Ausdrucksweise!



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Die Lust am Lesen wecken

- Beschreibungen so konkret wie möglich.
- In der Regel «sagen» Menschen etwas – also nicht:
 - «Die Gemeinde engagiert sich gut», so der Pastor.
 - «Es hat viel Spaß gemacht», lacht der Junge.
 - «Das wird bestimmt großartig», freut sich Müller.



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Die Lust am Lesen wecken

- Schau dem Volk aufs Maul!
- Sei deinem Leser ein treuer Übersetzer!
- Schreib präzise, klar und kraftvoll.



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Die Wortwahl

- Jedes Wort hat einen »inneren Ton«, der beim Leser Gefühle, Assoziationen und Erinnerungen weckt.
 - Klare, kurze, vertraute / ausgefallene, mehrsilbige Wörter
 - synonyme Begriffe müssen zum Kontext passen (Haus/Heim/Wohnsitz)
- Respektlose Wortwahl / Anbietderung ist verboten
 - »Wie kann man auf die hirnrissige Idee kommen, 42 Kilometer mit tausenden anderen durch eine Großstadt zu rennen?«
 - »Obwohl der Pastor ist ein echt cooler Typ war, stellte ihn die Kirchenleitung kalt.«



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit

Ein guter Text fängt den Leser
schon mit dem ersten Satz ein.



MARTHA
MARIA

Unternehmen
Menschlichkeit