

Top-Tipps für tipptoppe Texte

Versuchen Sie **nie**, diese Regeln nicht zu befolgen!



- Es wird empfohlen, die Leserschaft direkt anzusprechen.
- Ein Satz, der die Lesenden, die wenig Geduld, die ein seltenes Gut geworden ist, haben, erreichen soll, muss klar sein.
- Passiv wird viel zu häufig eingesetzt.
- Sei bes. sparsam mit Abk.
- Hände weg von (jeglicher Art von) Klammern. (Auch wenn Du sie gut findest.)
- Formuliere niemals negativ.
- Das Subjekt, das ein wichtiger Teil des Satzes ist, aber eben noch nicht ausreicht, um den Satz, um dessen Verständlichkeit du ja bemüht bist – ein Anspruch, den jeder Texter und jede Texterin haben sollte – , vollinhaltlich zu erfassen, sollte nicht allzu weit vom Prädikat, das, wie du vielleicht weißt, auch mehrteilig sein kann und zwischen dessen Teilen nicht unnötig viele weitere Satzglieder stehen sollten, damit du der Forderung nach Klarheit nachkommst, entfernt stehen.
- Bedenke: **Auch** das **Layout beeinflusst** die **LESELUST**.
- Entscheide dich, lieber Schreiber oder liebe Schreiberin, ganz im Sinne der LeserInnen, für einheitliche Gender-Regeln: Ein/e ordentliche/r Texter/in sollte mit seiner/ihrer Wortwahl bei den Lesenden für Klarheit sorgen.
- Es wäre wohl gewissermaßen schon irgendwie besser, Wörter, die eher abschwächen, eventuell auf die eine oder andere Art vielleicht allenfalls wegzulassen.
- Superlative sind das Schlimmste. Superlative zu steigern ist überhaupt der ultimativste Blödsinn.
- Pauschalierungen sind immer schlecht.
- Wenn man viele Stiltipps liest, wie wir das schon seit Jahren tun, kommt man zu dem Schluss – und das ist wirklich wichtig –, dass man das Wesentliche immer kurz und knackig in den Hauptsatz packen sollte.
- Die eingesetzte Adjektivverwendung sollte stimmen: Dazu und zu lesbarer Texterstellung wirst du nach qualitativvoller Seminarteilnahme fähig sein.
- Fremdwörter evozieren bei den RezipientInnen potenziell Distanz, weil anstelle der gewünschten Präzision mehr Raum für Interpretation entsteht. Auch Fachjargon und Anglizismen fokussieren auf die eigene Peer-Group und liften mehr den Self-Esteem der Community als der tatsächlichen Target-Group der Message.
- Wer schreibt, sollte darauf achten, auf Verwendung von leeren Hohlphrasen ohne Informationsgewinn aufzupassen.
- Vorsicht bei abschließenden bei abschließenden Copy-Paste-Aktionen, hier schleichen sich schleichen sich gerne Fehler.
- Last but not least: Sei mit Redewendungen so sparsam wie ein Schotte.