

Checkliste

Die 7 Sünden beim Texten

Gerold Braun

**Akquisition & Marketing
Consultant**

Landauer Str. 44

D-76833 Böchingen

UID-Nr. DE220875234

+49 (0) 63 41 – 96 07 16

www.geroldbraun.de

kontakt@geroldbraun.de

Checkliste — Die 7 Sünden beim Texten

Es gibt viele Anlässe Texte zu schreiben. Und von wenigen Ausnahmen abgesehen sollen Texte gelesen werden und **Wirkung erzielen**.

Wenn Sie so schreiben wollen, dass Ihre Leser nicht gelangweilt, genervt oder irritiert Ihren Text beiseite legen und vergessen, dann achten Sie zukünftig darauf, dass Sie sich nicht versündigen - an den 7 Sünden beim Texten.

Schauen Sie vorab noch, ob Sie nicht zu den Mönchen unter uns gehören. Damit meine ich diejenigen, die per se frei von Sünde sind:

- ◆ Sie können den Empfänger Ihres Schreibens **empfindlich bestrafen**, wenn er nicht reagiert. - *Sie schreiben z.B. als Finanzbeamter Steuerbescheide.*
- ◆ Ihr Empfänger ist - wie Sie - Teil eines **ganz elitären Zirkels**, so dass Sie mit einer verquastenen Sprache die Zugehörigkeit zu dieser Truppe dokumentieren - *wird in Berater-Kreisen gern praktiziert.*
- ◆ Sie müssen absolut **„wasserdicht“** formulieren – *Sie texten Patentschriften / DIN-Norm etc.*

Sünde Nr. 1

Texte markieren Wendepunkte der „Westlichen Zivilisation“

Beispiele: „Im Zeitalter sich wandelnder (globaler Welt-) Märkte ...“. „Die Welt wächst, die Märkte auch ...“ — „Die Parameter in ökonomischen Entscheidungsprozessen unterliegen einem Wandel, der sich in ungeahnter Dynamik und Komplexität entwickelt.“

Wirkung auf den Leser: 1000 mal gehört, langweilig, Nullinformation.

Sünde Nr. 2

Viel Technobabble

Beispiele: „J2EE kompatible e-Commerce-Plattform als ASP-Lösung, welche die XML-basierte Integration führender ERP, CRM und SCM Anwendungen unterstützt.“

Wirkung auf den Leser: sehr schwer zugänglich, abstoßend

Sünde Nr. 3

Elend lange Sätze

Viele eingeschobene Nebensätze, die für sich alleine besser stünden. Als Satzzeichen nur Punkt und Komma. Bindestrich, Semikolon, Doppelpunkt werden nicht genutzt. Fragezeichen?

Wirkung auf den Leser: unübersichtlich, schwer les- und fassbar, ermüdend

Checkliste — Die 7 Sünden beim Texten

Sünde Nr. 4

Ungegliederter Text

Keine Absätze und keine Einrückungen. Selbst Listen werden nicht als Listen – mit gliedernden Aufzählungszeichen – sondern als Text gefasst.

Wirkung auf den Leser: kein Quereinstieg möglich, hohe Lesehürde

Sünde Nr. 5

Durchgängige Verhauptwortung

Beispiel: „... in der Befragung bezüglich Eignung zur Verantwortungsübernahme bei Personalbeschaffung ..“

Wirkung auf den Leser: behördentypisch, distanziert, unpersönlich

Sünde Nr. 6

Gehäufte Partizipialkonstruktionen

Beispiele: „ausgehend von“, „in Anspruch nehmend“, „zurückblickend würdigend“, usw. usf.

Wirkung auf den Leser: behördentypisch, steif, passivisch

Sünde Nr. 7

Falsche Bezüge (Sünde Nr. 7 kommt erstaunlicherweise recht häufig vor!)

Vor allem bei zusammengesetzten Hauptwörtern: „Die Teilnahmegebühr beträgt 300 Euro und ist auf 25 Interessenten beschränkt.“ Hier soll die Teilnehmerzahl eingeschränkt werden. Der Empfänger versteht das zwar (hoffentlich) richtig - aber de facto ist die Aussage: Ab dem 26. Interessenten entfällt die Teilnahmegebühr.

Auch schön: „... exklusive gesetzl. MwSt. und freundlichem, kompetentem Service!“ Gut, dass das vorher gesagt wird.

Wirkung auf den Leser: Der Leser hat ein unbestimmtes Gefühl, dass mit dem Absender etwas nicht stimmt: „Die stricken mit der heißen Nadel!“

Wenn Sie diese 7 Sünden vermeiden, dann ist Ihr Bericht / Prospekt / Mailing schon besser als 99% dessen, was Ihr Empfänger sonst noch auf den Tisch bekommt.

Die Chance, dass Ihr Gesprächsangebot angenommen wird, ist jetzt sehr hoch. Der Empfänger ist angetan und will mehr von Ihnen.

Autor Gerold Braun: Ich helfe mittelständischen, kleinen und kleinsten Unternehmen dabei, mehr aus ihrer Werbung herauszuholen - **mehr Geschäft.**

Sie erreichen mich unter:

kontakt@geroldbraun.de

Tel.: +49(0)6341-960716