

SCHREIBSTIL IM MODERNEN GEWAND

Wir ersticken in Texten. Ob E-Mail-Korrespondenz, WhatsApp, Social Media, Websites, Zeitungen oder Zeitschriften – wir können die Datenflut kaum beherrschen, geschweige denn verarbeiten. Deshalb ist es immer wichtiger, Texte auf ihr Wesentliches zu reduzieren und Schwieriges einfach darzustellen.

Nur wer auf den Punkt kommt ohne zu entgleisen, erreicht seine Zielgruppe. Wer zu viel schreibt, wird ignoriert. Wer den Ton nicht trifft, schadet dem Verhältnis. Wer unverständlich formuliert, erreicht sein Ziel nicht.

Doch was kennzeichnet verständliche Texte?

KURZ UND KNAPP

Formulieren Sie kurze Sätze. Richtwert sind maximal 13 Wörter pro Satz – je nach Wortlänge. Bei mehr Wörtern gehen das Verständnis und die Nachvollziehbarkeit verloren.

Folgen Sie am besten der goldenen Regel: Jedes Komma will ein Punkt sein!

Vermeiden Sie Füllwörter und Füllsätze, die den Text aufblähen. „Deshalb...“ ist kürzer als „aus diesem Grunde...“; „Wahrscheinlich...“ ist kürzer als „aller Wahrscheinlichkeit nach...“.

STRUKTURIERT UND LOGISCH

Bilden Sie Absätze und thematische Blöcke. Ein Absatz sollte maximal sieben Zeilen lang sein. Optimal sind fünf Zeilen.

Verwenden Sie Aufzählungen mit Hilfe von Bullet Points. Aufzählungen als Fließtext sind unübersichtlich.

Nutzen Sie Gliederungshilfen wie zum Beispiel:

- einen Doppelpunkt
- ein Gedankenstrich
- Zwischenüberschriften
- Bullet Points

AKTIV UND LEBENDIG

Verwenden Sie mehr Tu-Wörter, also Verben. Das klingt dynamischer und lebendiger. „Einkaufen“ klingt dynamischer als „Einkauf erledigen“. „Informieren“ lebendiger als „Informationen weitergeben“. Hier gilt das Motto: Schreib wie du sprichst.

Formulieren Sie aktive Sätze: „Ihren Vertrag ändern wir“ ist aktiver als die Passiv-Formulierung „Ihr Vertrag wird von uns geändert.“ „Das Konzept wird Ihnen zugeschickt“ ist passiver als „Wir schicken Ihnen das Konzept zu.“

POSITIV UND OPTIMISTISCH

Formulieren Sie positiv, soweit es geht. „Das wird schwierig“ klingt pessimistischer als „Wir schauen, was wir für Sie tun können.“ „Sobald der Vertrag fertig ist, schicken wir Ihnen gerne ein Exemplar zu“ klingt freundlicher als „Das mit dem Vertrag kann noch dauern.“

Sagen Sie, was sie tun können. Sagen Sie nicht, was nicht geht.

Mit einem modernen Schreibstil ist gemeint, dass Texte einfach geschrieben, ansprechend formuliert und leicht verständlich sind. Dazu gehört auch, alte Sprachblüten, Floskeln und Phrasen über Bord zu werfen. Entrümpeln Sie Ihre Sprachgewohnheiten.

„In der Anlage finden Sie...“ klingt altbackener als „Hiermit erhalten Sie...“ „In Verbindung setzen...“ wirkt steifer als „...kontaktieren...“.

Auch bei der Anrede und Grußformel können Sie von den üblichen „Sehr geehrte Damen und Herren“ und „Mit freundlichen Grüßen“ abweichen. Ein „Hallo“, „Liebe/r“ oder ein „Guten Tag“ sind willkommene Abwechslungen. „Schöne Grüße“, „Viele Grüße“ oder „Herzliche Grüße“ kommen ebenfalls individueller und frischer rüber.

Kommen Sie auf den Punkt und geben Sie Ihren Text ein modernes Sprachgewand. Dann klappt´s auch mit dem Verständnis.