

Textwerkstatt –

Wege zu einer wirksamen Öffentlichkeitsarbeit

23. November 2016, BLE, Bonn

Andrea Birrenbach, Jost Pütz
Deutsche Vernetzungsstelle Ländliche Räume

Teil 1

- **Texte verständlich machen**

Übersicht „Verständlichmacher“

viele Verben
kein Stakkato
FachBlaBla
aus 1 mach 2
keine Floskeln
keine Füllwörter
keine Schachtelsätze
Erläuterung im NS
Nebensätze anhängen
HS NS 3:1
Prägnanz
wenig Adjektive
Anglophilie
Synonymitis
keine Schablonen
Verben früh platzieren
keine Belanglosigkeiten
aus N mach V
keine Kopplungen
Kürze
Attribuierungsmüll
Musik mit Satzzeichen
Handlung im HS
Satzklammer nicht aufblähen
keine Schablonen
Political-Correctness-Wahn
Mut zur Lücke

Wo drückt der Schuh?

- **Langweilige Texte erzeugen Langeweile.**
- **Ein schlechter Text über ein gutes Projekt schadet dem Projekt.**
- **Nicht jeder versteht einen Text, nur weil er von mir ist.**

Wer schreibt, möchte gelesen werden

Was muss ich tun?

- Text verständlich machen
- Leser animieren

Wie schaffe ich das?

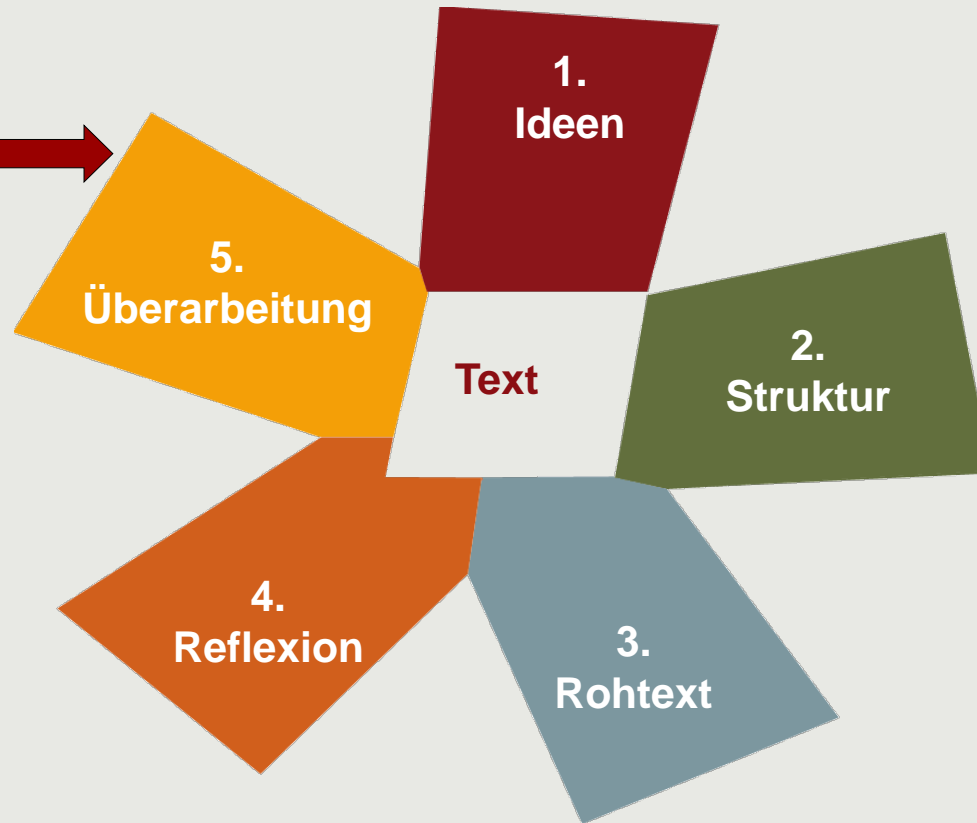
- harte Arbeit
- durch Regeln: Texte aufräumen

Stil

Stil ist die Auswahl sprachlicher Mittel, um eine kommunikative Funktion zu erfüllen.

Schreibprozess

Unser Fokus heute



Intuitiver Zugang

Die Anekdote des Tages

Schatz, stell dir vor, was heute passiert ist: ...

Erzählen Sie über Rotkäppchen so?

*... es wurde in der Kantine von einem Mädchen mit einer farbigen Kopfbedeckung erzählt, das seiner älteren, nahen Verwandten ein Getränk, einen Bordeaux Jahrgang 87, bringt, und das von einem täuschend echt verkleideten Raubtier in eine Gefahrenlage gebracht wird, so dass es zur Fressung des/der Protagonisten*In kommt.*

Die „Verständlichmacher“

Wörter

Konkret und kurz schreiben

Der Leser braucht
anschauliche Bilder.

**Getränk*

→ *Wein*

Die „Verständlichmacher“

Wörter

Jedes Wort soll etwas sagen

Die Aufmerksamkeit des Lesers leidet unter Textmüll.

Keine Füllwörter

**im Klartext, *irgendwie, *natürlich*

Keine Floskeln

**Nachhaltigkeit, *Achtsamkeit*

Keine Redundanzen

**aktueller Status Quo*

Keine Belanglosigkeiten

**Marke des Weins von Rotkäppchen*

Die „Verständlichmacher“

Wörter

Verben bewegen den Text

- bevorzuge Verben
- Vorsicht bei Adjektiven

Nominalisierung vermeiden

**die Bestellung auf den Weg bringen*
→ *bestellen*

Sparsam mit Adjektiven

**rotkappiges Mädchen*
→ *Rotkäppchen*

Die „Verständlichmacher“

Wörter

Von Moden emanzipieren

Sprachbarrikaden erzeugen
Unverständlichkeit.

Keine zwanghaften Synonyme

**Visage ≠ Gesicht*

Vorsicht mit Fachjargon

**Der Antragssteller ist zu bescheiden.*

Nicht jeder spricht Englisch

**sich committen*

Political Correctness abschaffen

**Der/Die Präsident*In ernennt
seinen/ihre neue(n)
Stellvertreter*In.*

Die „Verständlichmacher“

Sätze

Prägnante Sätze

- Kürze
- Prägnanz
- Stakkato vermeiden

Handlung in den Hauptsatz,
Erläuterung in den Nebensatz.

→ Die „Anekdote des Tages“

Sätze nicht überladen Aus 1 mach 2!

**Neben Consulting, Analyse,
Konzeption und Gestaltung bieten
wir auch PR, Promotion,
Produktplanung und
Kostenmanagement.*

Hauptsachen zuerst

→ *Der Wolf fraß das Rotkäppchen,
weil er Hunger hatte.*

Die „Verständlichmacher“

Sätze

Nebensätze anhängen

Mehr Hauptsätze als Nebensätze verwenden.

Bevorzuge angehängte Nebensätze.

Meide eingeschobene Nebensätze.

Angehängt

→ *Wir brachen auf, als der Nebel sich lichtete.*

Vorangestellt

Als der Nebel sich lichtete, brachen wir auf.

Eingeschoben

**Wir brachen, als der Nebel sich lichtete, auf.*

Die „Verständlichmacher“

Sätze

Satzklammer nicht überdehnen

Zweistellige Prädikate früh auflösen.

Er **schlug Marie, die ein großer Fan von Rotkäppchen war und schon viele wissenschaftliche Abhandlungen über die Erzählung geschrieben hatte — insbesondere über die latent sexistische Dimension der Verführung eines Mädchens durch einen Fremden, allegorisch dargestellt durch den Wolf — und deshalb bei ihren Reiterfreundinnen als Expertin für die Psychologisierung von Märchen galt, eine Reise nach Görlitz vor.*

Die „Verständlichmacher“

Sätze

Mit den Satzzeichen spielen

Es gibt mehr Satzzeichen als
Punkt und Komma:

, . ; — ? ! :

Den Leser durch den Text führen

**Als ich in das Haus das am
Stadtrand stand ging um mich ein
bisschen ohne einen bestimmten
Grund umzusehen hörte ich ein
Geräusch was das wohl gewesen
sein mochte.*

→ *Als ich in das Haus, das am
Stadtrand stand, ging, um mich ein
bisschen – ohne einen bestimmten
Grund – umzusehen, hörte ich ein
Geräusch. Was das wohl gewesen
sein mochte?*

Übersicht „Verständlichmacher“

viele Verben
kein Stakkato
FachBlaBla
aus 1 mach 2
keine Floskeln
keine Füllwörter
keine Schachtelsätze
Erläuterung im NS
Nebensätze anhängen
HS NS 3:1
Prägnanz
wenig Adjektive
Anglophilie
Synonymitis
keine Schablonen
Satzklammer nicht aufblähen
keine Kopplungen
Kürze
aus N mach V
Verben früh platzieren
keine Belanglosigkeiten
Attribuierungsmüll
Musik mit Satzzeichen
Handlung im HS
Political-Correctness-Wahn
Mut zur Lücke

- **Die Pressemitteilung**

Pressemitteilung

Grundsätzliches

- nach journalistischen Textkriterien schreiben
 - kein Werbetext, sondern neutral
- Thema stark vereinfachen, keine Fragen offenlassen
 - Ansprechpartner nennen

Pressemitteilung

Aufbau

- das Wichtigste, die Neuigkeit nach vorn
 - die W-Fragen beantworten
- Abkürzungen ausschreiben, Fachbegriffe erklären
 - Zitate einbauen

Rechte

Fotos

- Rechte mit Fotografen/Datenbanken klären
 - Gruppen abbilden erlaubt
 - Fotos öffentlicher Veranstaltungen erlaubt
 - einzelne Personen abbilden: nachfragen

Fotodatenbanken (Auswahl)

- pixabay.com
 - Pixelio
- www.bilder.oekolandbau.de
 - Photocase
 - Fotolia
 - istockphoto

Facebook & Twitter

Der optimale Post – Stichwort „Weitererzählbarkeit“:

- kurz
- konkret
- emotional
- mit Foto oder Video
- lädt zum Mitmachen oder Kommentieren ein

Soziale Medien

Facebook & Twitter

- Kapazitäten klären
- Strategie entwickeln
- Zielgruppe definieren
- Erfolge analysieren

