

DM-Tipp

Schreiben Sie leserfreundlich!



«Schreibe kurz – und sie werden es lesen. Schreibe klar – und sie werden es verstehen. Schreibe bildhaft – und sie werden es im Gedächtnis behalten». Dieses Zitat von Joseph Pulitzer (1847-1911, Journalist und Stifter des Pulitzer-Preises) bringt es auf den Punkt. Als Werbetexter sind Sie geradezu verpflichtet, leserfreundlich zu schreiben, denn: Werbung gehört zur Kategorie «ungeliebter Lesestoff»!

Behandeln Sie den Leser als Freund – er wird es mit erhöhter Aufmerksamkeit belohnen! Nachstehend die wichtigsten Regeln für leserfreundliches Schreiben:

Namen, Abkürzungen und Fachbegriffe – bitte erklären!

Schreiben Sie Abkürzungen mindestens einmal aus und stellen Sie Personen mit Vorname, Name und Funktion vor. Und denken Sie daran: Fachjargon grenzt aus! Was in Ihrer Firma geläufig ist, kann einem Leser unbekannt sein. Erklären Sie die Vorteile lieber in einfacher, klarer Sprache.

Statt:	Besser:
SPI	SPI (Swiss Performance Index)
Herr Pulitzer	Joseph Pulitzer (1847-1911), Journalist und Stifter des Pulitzer-Preises, ...
Testimonials	Zitate zufriedener Kunden

Vorsicht mit Fremdwörtern

Verwenden Sie nur gebräuchliche Fremdwörter. Suchen Sie bei ungebräuchlichen nach der deutschen Entsprechung. Überprüfen Sie viel gehörte Fremdwörter nach ihrer korrekten Bedeutung.

Statt:	Besser:
fokussieren	ausrichten
visionäre Location	zukunftssträchtiger Standort

Kurze, einfache Sätze statt Schachtelsätze

Bilden Sie kurze und einfache Sätze. Ein Gedanken pro Satz genügt. Vermeiden Sie verschachtelte Satzkonstruktionen und zu viele Nebensätze. Denn diese machen den Text umständlich und verleiten zum Abschweifen.

Statt:	Besser:
Wenn auch Sie zu den Müttern gehören, die grossen Wert auf schadstofffreie Babykleidung legen, dann lassen Sie sich in unserem Geschäft von unserer grossen Auswahl überzeugen.	Sie legen Wert auf Babykleidung ohne Schadstoffe? Dann kommen Sie in unser Geschäft. Sie finden dort eine grosse Auswahl an Kleidern aus reinen Naturfasern.

Versenken Sie Dreimaster!

Vermeiden Sie leserfeindliche Wortungetüme, sogenannte Drei- oder Vielmaster, und ersetzen Sie diese mit einfach verständlichen Wörtern. Doch Vorsicht vor zu vielen Substantiven! Machen Sie aus dem «Geldanlageberater» lieber einen «Geldanlage-Berater» statt einen «Berater in Sachen Geldanlage». Das Trennen von zusammengesetzten, schwierig lesbaren Wörter mit einem Bindestrich ist oft eine gute Alternative.

Statt:	Besser:
Handbügelservice	Wir bügeln von Hand
schadstoffreduziert	mit deutlich weniger Schadstoffen
Eröffnungsgutschein	Eröffnungs-Gutschein

Stellen Sie Ihr Vokabular auf scharf!

Schreiben Sie informativ, präzise und klar. Denn das Ungefähre ist nicht erlebbar. Wie eine Fotografie, die ungewollt verschwommen ist.

Statt:	Besser:
in Kürze, in wenigen Tagen	am nächsten Tag
leicht, schwer, gross, klein	20 Gramm, zwei Meter lang usw.
eine Strasse	die Bäumlistrasse in Basel
jemand sagte einmal ...	der englische Dichter John Milton (1608-74) sagte einmal ...
man kreierte ...	die Regierung kreierte ...
andere, einige, viele, verschiedene befürworteten ...	33 % der Befragten befürworteten ...

Üben, üben, üben ...

Viele Formulierungen verwenden wir aus Gewohnheit, ohne sie zu hinterfragen. Versuchen Sie deshalb, bewusst leserfreundlich zu schreiben. Bei jedem Text. Egal, was Sie schreiben. Und prüfen Sie Ihre Texte anschliessend kritisch.

Weitere Informationen unter www.post.ch/directpoint.

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint