

DM-Tipp

Stimmiger Text dank gutem Satzbau



Die Wörter bestimmen die Aussage eines Textes – sie machen ihn farbig, informativ und lesenswert. Der Satz hat nun die wichtige Aufgabe, die Wörter in verdaulichen Portionen und in einer logischen Abfolge zu servieren. Damit der Leser dem Inhalt nicht angestrengt, sondern gespannt und interessiert folgt. Wie das geht, verraten Ihnen unsere Tipps und Beispiele.

10 Tipps für einen lesefreundlichen und logischen Satzbau

- 1. Vermeiden Sie wortreiche Satzklammern.** Satzklammern erschweren es dem Leser, den Text zu verstehen.
 - ⊗ Die Equipe unternahm eine Expedition, an welcher rund 20 Wissenschaftler, unterstützt von einem zehnköpfigen Begleitteam, teilnahmen.
 - ⊙ An der Expedition nahmen rund 20 Wissenschaftler und ein zehnköpfiges Begleitteam teil.
- 2. Rücken Sie das bedeutungstragende Verb nach vorne.** Weniger Wichtiges können Sie ruhig weiter hinten im Satz präsentieren.
 - ⊗ Mit über 1000 Teilnehmenden wurde bisher das Seminar «Mailingtexte, die wirken und funktionieren!» von und mit Jürg Weibel, Inhaber von Markethink und Co-Autor der Fachwerke DirectGuide und DirectExpert, am meisten besucht (bedeutungstragendes Verb).
 - ⊙ Am meisten besucht (bedeutungstragendes Verb) wurde bisher mit über 1000 Teilnehmenden das Seminar «Mailingtexte, die wirken und funktionieren!» von und mit Jürg Weibel, Inhaber von Markethink und Co-Autor der Fachwerke DirectGuide und DirectExpert.
- 3. Nehmen Sie das Subjekt an den Satzanfang.** Sobald das Subjekt vor dem Objekt steht, wird der Satz leichter verständlich.
 - ⊗ Ein Fachtext (Objekt) mit vielen Praxisbeispielen hat Vera Meier (Subjekt) verfasst.
 - ⊙ Vera Meier (Subjekt) hat einen Fachtext (Objekt) mit vielen Praxisbeispielen verfasst.
- 4. Lösen Sie Klemmkonstruktionen auf.**
 - ⊗ Die über diese Angelegenheit entscheidende Behörde ...
 - ⊙ Die Behörde, die über diese Angelegenheit entscheidet ...
- 5. Muten Sie dem Leser keine Schachtelsätze zu.** Schreiben Sie nicht, wie Sie denken! Machen Sie lieber einen Satz mehr, als zu viele Aussagen in einen endlosen Schachtelsatz zu packen.
- 6. Machen Sie klare Satzanschlüsse.** Setzen Sie koordinierende Konjunktionen wie «denn», «deshalb», «da», «aber», «auch» usw. bewusst und überlegt ein. Sie sind überflüssig, wenn ein Text semantisch (bedeutungsinhaltlich) zusammenhängend ist. Beispiel: «Es hat Frost gegeben. Die Heizungsrohre sind geplatzt.» Und wiederholen Sie lieber ein Wort, als ein missverständliches rückverweisendes Pronomen wie «er», «sie», «es», «dieser», «diese» usw. zu verwenden.
- 7. Gebrauchen Sie die Vergangenheitszeiten korrekt.** Beachten Sie dazu die beiden Regeln:
 - a. Kombinieren Sie das Präsens (Es regnet.) innerhalb desselben Satzes oder Textabschnitts nur mit dem Perfekt (Es hat gestern geregnet.)
 - b. Kombinieren Sie das Präteritum (Es regnete zwei Wochen lang.) nur mit dem Plusquamperfekt (Nachdem es geregnet hatte, blieb das Wetter ein paar Wochen schön.)Eine Ausnahme hat sich im News-Journalismus eingebürgert. Hier steht oft der erste Satz im Perfekt und der Rest im Präteritum (Gestern ist in Brienz ein Autolenker verunfallt. Die Polizei war sofort zur Stelle.)
- 8. Verteilen Sie die Informationen auf verdauliche Portionen.** Als Faustregel gilt: Einem Hauptsatz sollte nur ein Nebensatz folgen. Die Obergrenze liegt bei 20 – 25 Wörtern pro Satz.
- 9. Mischen Sie kurze und lange Sätze.** Denn erst eine gute Mischung macht den Text farbig und lebendig.
- 10. Sorgen Sie für Rhythmuswechsel.** Variieren Sie neben der Länge der Sätze auch die Wortstellung – tun Sie dies aber nie auf Kosten der Leserfreundlichkeit und der Präzision.

Bedenken Sie: Die Tipps sind für die Überarbeitungsphase bestimmt, damit sie den Schreibfluss nicht unnötig hemmen.

Quelle: «Schreiben und Redigieren auf den Punkt gebracht!» von Ivo Hajnal und Franco Item.

Übrigens: Viele Tipps und Praxiswissen über die erlernbare Kunst des Werbetextens gibts auch im kostenlosen [Onlinekurs «Werbebriefe texten»](#).

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

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