

Herzlich willkommen 😊

Gute Texte

1. Do's and Don'ts: Regeln fürs Texten
2. Strategien fürs Texten

1. KISS!



(Keep It **S**hort and **S**imple)

- kurze, knappe Sätze, die jeder sofort versteht:
Aufmerksamkeit erzeugen mit lebendigen Texten
- abholen statt informieren, Gefühl statt Wissenschaft
- „wie für einen Grundschüler“ oder „wie man spricht“
- ein Gedanke – ein Satz – ein Atemzug (15-Wörter-Regel)

Do's and Don'ts

1. KISS!



(Keep It **S**hort and **S**imple)

Dieses Waschmittel hat hervorragende Reinigungseigenschaften, und darüber hinaus hat es einen ganz wunderbaren Duft.



Do's and Don'ts

1. KISS!



(Keep It **S**hort and **S**imple)

Dieses Waschmittel hat hervorragende Reinigungseigenschaften, und darüber hinaus hat es einen ganz wunderbaren Duft.

Riecht gut, wäscht gut.



2. Aktiv statt Passiv

(Grammatik: Diathesen)



„ich lade dich ein“ / „du wirst von mir eingeladen“

„etwas machen“ / „etwas wird gemacht“

- wir rücken uns als „Agens“, als Macher in den Mittelpunkt
- selbstbewusst, klar, zielorientiert, seriös

2. Aktiv statt Passiv



Die Pudding-Rezeptur wurde von uns für
Sie verfeinert.



2. Aktiv statt Passiv



Die Pudding-Rezeptur wurde von uns für Sie verfeinert.



Wir haben für Sie die Pudding-Rezeptur verfeinert.



3. ausdrucksstarke Verben statt Substantivierungen

-heit, -keit, -ung, -schaft, -tum, -nis, -sal

„wir helfen“ statt „wir geben Hilfestellung“:

- macht den Text „aktiver“
- ist oft kürzer und weniger umständlich

3. ausdrucksstarke Verben statt Substantivierungen

Unser Platschi-Duschgel sorgt für eine Verbesserung Ihres Hautbilds.



3. ausdrucksstarke Verben statt Substantivierungen

Unser Platschi-Duschgel sorgt für eine Verbesserung Ihres Hautbilds.



Unser Platschi-Duschgel verbessert Ihr Hautbild.



4. Modalverben/ Hilfsverben vermeiden

können, sollen, dürfen, wollen, mögen, würden...

„Unser Fidget-Spinner **dürfte** alle Kinder **erfreuen**“ ->

„Unser Fidget-Spinner **erfreut** alle Kinder“

- schwächen das Vollverb in seiner sprachlichen Kraft ab
- Tatsachen statt Möglichkeiten – sei selbstbewusst!
- lange und umständliche Konstruktionen vermeiden

4. Modalverben/Hilfsverben vermeiden

Platschi könnte Ihre Haut verschönern.



4. Modalverben/Hilfsverben vermeiden

Platschi könnte Ihre Haut verschönern.



Platschi verschönert Ihr Hautbild.



4. Modalverben/Hilfsverben vermeiden

Platschi könnte Ihre Haut verschönern.



Platschi verschönert Ihr Hautbild.



Dabei würden wir Ihnen gerne helfen!



4. Modalverben/Hilfsverben vermeiden

Platschi könnte Ihre Haut verschönern.



Platschi verschönert Ihr Hautbild.



Dabei würden wir Ihnen gerne helfen!



Wir helfen Ihnen gerne dabei!



Do's and Don'ts

5. lebendige Substantive

elegant: im Fließtext neue Bezeichnungen finden

Ed Sheeran:

- *der 29-Jährige*
- *der Brite*
- *der (bärtige) Rotschopf*
- *der Sänger / Künstler / Barde*
- *der „Shape-Of-You“-Interpret*

etc.



(außer „SEO“: Hier ist eine „vorsichtige“ Wiederholung von Keywords sinnvoll)

6. starke Adjektive

Überlegen Sie zu jedem Substantiv, ob ein passendes Adjektiv den Ausdruck aufwertet!

Wolle: kuschlig weich, warm,

Ferien: erlebnisreich, abenteuerlich, entspannt...

6. Lebendigkeit im Fließtext

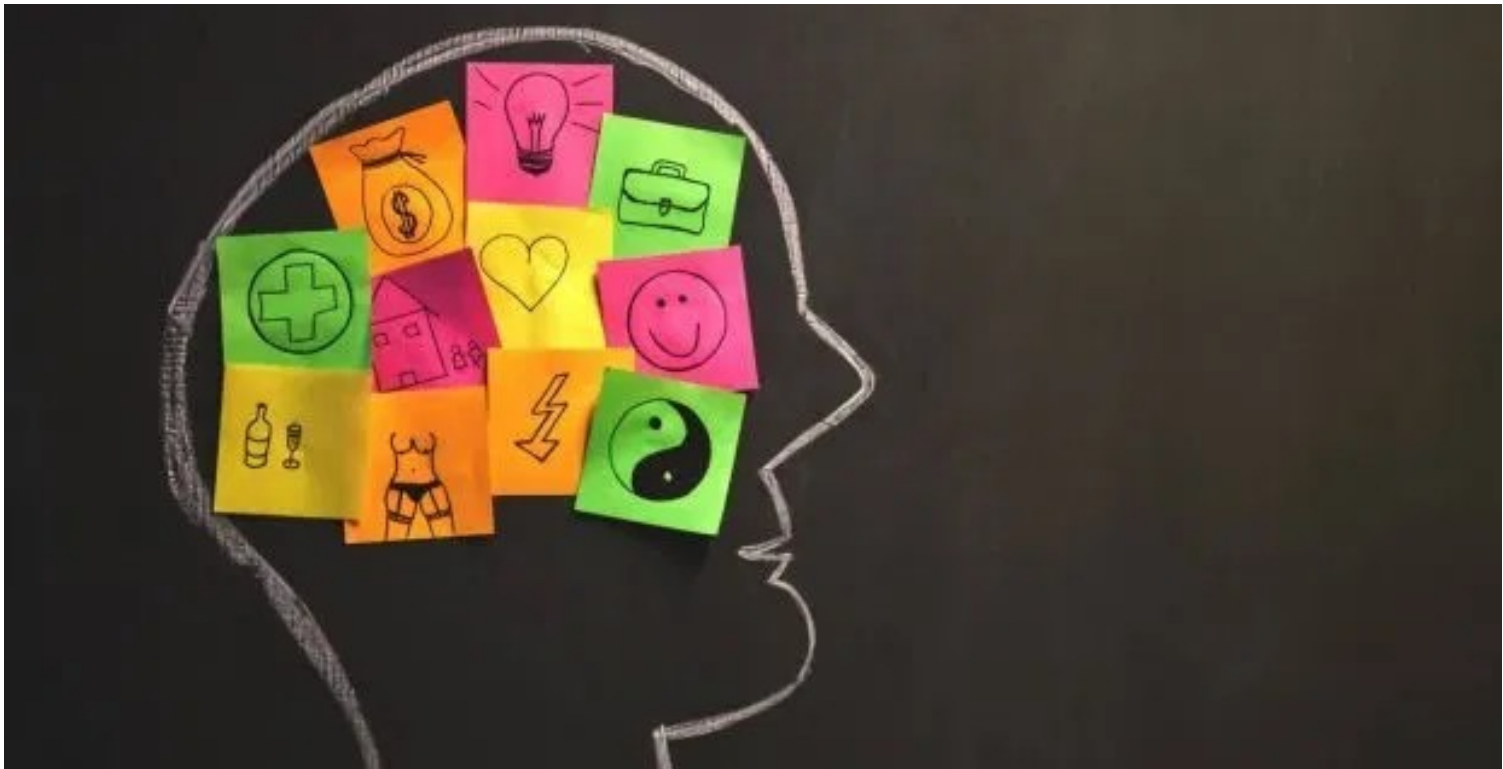
Dieser Fernseher ist ein echter Hingucker: Gestochen scharfe Konturen und kraftvolle Farben beamen Sie ins Zentrum des Geschehens. 100 Hertz und eine Auflösung von 8K machen's möglich. Und das zum unschlagbaren Preis! Glauben Sie nicht? Überzeugen Sie sich auf www.technifix.de!

- Satztypen:
 - stelle zwischendurch Fragen (und beantworte sie)
 - Ausrufezeichen für besonders eindringliche Botschaften
- Modus: vom Indikativ in den Imperativ erfrischt
- wechsele vom Poetischen/Emotionalen in die Faktenwelt

Do's and Don'ts

7. Schreibe in Bildern!

Vergleiche! Metaphern! Kopfkino! Aha-Effekt!



1. Kenne Dein Angebot/Produkt

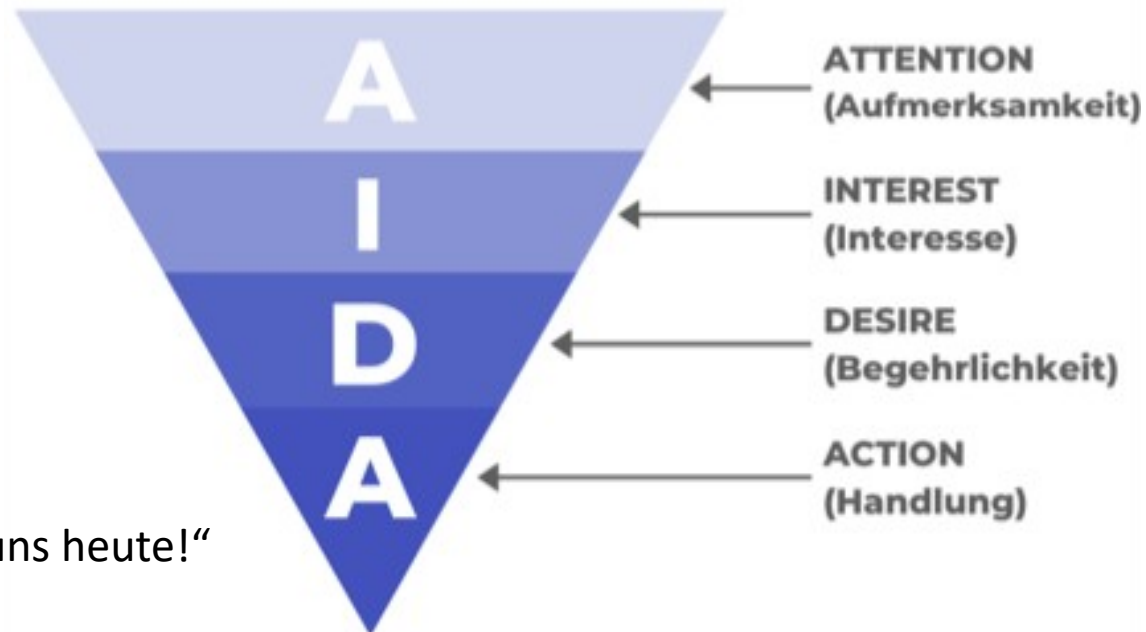
- Was ist der USP (Unique Sales Point), Deines Produkts? Oder: Was hast du, was andere nicht haben?
- Welchen Mehrwert bringt es deiner Zielgruppe?

2. Kenne Deine Zielgruppe

- Wer ist Deine Zielgruppe?
- Was sind ihre Wünsche, ihre Erfahrungen, ihr Lifestyle?
- Welche Sprache spricht sie?
- Wo kannst du inhaltlich andocken, womit kannst du sie überraschen?

3. Forme deinen Text

AIDA-Formel



Call to Action:
„Kontaktieren Sie uns heute!“