

9 GOLDENE REGELN

für gute Texte

1

Das Wichtigste steht am Anfang. Immer. In jedem Text. Im Newsletter. Im Blog. Überall.

2

In 9 von 10 Fällen ist die Aktivform der Passivkonstruktion überlegen.

„Das dritte Tor wurde von Manuel Neuer geschossen“ ist schlecht. „Manuel Neuer schoss das dritte Tor“ ist besser.

3

Wer ständig das Wort „man“ benutzt, ist entweder schlampig, feige oder ahnungslos.

In 9 von 10 Fällen sollte, nein: muss der Autor sein „man“ durch ein Subjekt ersetzen.

4

Keine Superlative!

5

Nichts spricht gegen längere Sätze, solange sie solide gebaut sind. Gegen kurze Sätze spricht auch nichts. **Der Leser mag's gemischt.**

Wer Grammatik beherrscht wie Thomas Mann, darf mehr als drei Zeilen schreiben.

Der Rest von uns bleibt unter drei Zeilen Satz und trennt, sobald er einen Relativsatz beginnt, den Satz in mehrere Sätze auf. Also:

Der Rest von uns bleibt unter 3 Zeilen Satz.

Sobald er einen Relativsatz beginnt, trennt er ihn in zwei Sätze auf. Damit erspart er sich auch lästige Kommaregeln.

6

Kein Fachjargon, keine bemühte Sprache, um einer bestimmten Leserschaft gefallen zu wollen.

Plappert ein Musikkritiker von „sägenden Gitarren“, „Frontmännern“ oder „Acts“, gehört er genauso gescholten wie der Filmkritiker, der von „atmosphärischer Dichte“ oder „cineastischer Umsetzung“ schwadroniert.

7

Ein Autor sollte seine Texte aufs Skelett reduzieren und jedes überflüssige Wort weglassen.

Das gilt besonders für Adjektive. Oft will ein Autor nur eine Seite füllen, Bildung vortäuschen oder Originalität erzwingen.

Dazu gebrauchen zum Beispiel Kulturjournalisten (aber nicht nur sie) gern eines oder mehrere der folgenden ausgelagten oder verblasenen Wörter:

mitnichten, profan, nichtsdestotrotz, Fan-Gemeinde, tanzbar, Ami-Land, Gefilde, Gemüter, Mastermind, Schreiberling, dankenswerterweise, archaisch, mutieren, freilich, goutieren, subtil, respektive, nölen, zweifelsohne, schnöde, permanent, schlechthin, vielschichtig, subversiv, rührig, sic!, spätpubertär, Berufsjugendlicher, dröge, fleischgeworden, Klientel, durchaus, Kultstar (-figur, -film etc.) schlechterdings, im Grunde, eigentlich.

Machen Sie das besser als der Kulturjournalist.

8

Hauptsachen in Hauptsätze, Nebensachen in Nebensätze (nicht umgekehrt).

„Ich möchte darauf hinweisen, dass der Newsletter gelungen ist.“ unterliegt „Der Newsletter ist gelungen, möchte ich betonen.“

9

Konkret schreiben, Aussagen untermauern, präzise Zahlen und Fakten liefern, anstatt nur zu behaupten.

„Wir bieten Ihnen eines der größten Fachartikel-Archive. Tausende Beiträge warten auf Sie. Damit sparen Sie bares Geld.“ unterliegt: „Zugreifen: 36.000 Fachartikel – täglich kommen mehr als 150 hinzu. So sparen Sie monatlich 32,56 €.“

Der Leser mag's gemischt.

MontuaPartner Communications