

Stilistische Tipps für Presstexte:

- **Nachrichtenwert**
 - was interessiert die Leser?
 - aktuell
- **Trichteraufbau:**
 - wichtigste Info zuerst, weniger Wichtiges nachfolgend
 - 1.: Kernaussage
 - 2.: Einzelheiten
 - 3.: Hintergründe
- **Sieben-W-Regel:**
 - Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Woher? Warum?
 - Beantwortung der ersten 5-W-Fragen:
 - im ersten Satz oder im ersten Absatz
- **Fakten:**
 - kurz und klar formuliert
 - (pointiert)
- **17-Wörter pro Satz:**
 - empfohlene Obergrenze
 - besser: deutlich weniger
- **Konventionen:**
 - Vor- und Nachname ausformulieren
 - bei Mehrfachnennung variierbar durch Abkürzung
 - Zahlen bis zehn ausschreiben
 - Abkürzungen vermeiden
- **Emailetikette:**
 - Dateianhänge eindeutig benennen

Der Text

- **Überschrift:**
 - 5 – 8 Wörter
 - knappe, auf den Punkt bringende Formulierung
 - zentrale Aussage des Textes
 - bietet Orientierung und Leseanreize
 - Beantwortung der ersten 1 – 2 „W-Fragen“
- **Einstiegssatz:**
 - Hineinführung in Artikel
 - Beantwortung der ersten W-Fragen (Wer? Was? Wann?)
- **eigentlicher Text**
 - sachlich
 - würzen mit bildhafter, sinnlicher Sprache
- **„Abbinder“ (am Ende):**

- Kurzvita oder ähnliche Hintergrundinformationen
- (Verweis auf website für weitere Infos)

gute Wortwahl

- **Wörter:**
 - kurz, 1 – 3 Silben
 - Vermeidung von:
 - Substantivierungen
 - Füllwörter („selbstverständlich“, „eigentlich“)
 - konkret, präzise, anschaulich
 - Adjektive sparsam verwenden
- **Sätze:**
 - eine Aussage pro Satz
 - klarer, übersichtlicher Aufbau
 - Satzzeichen – vor allem Punkte – ordnen den Text
 - (Nebensätze - nur sinnvoll, wenn sie die Satzaussage ergänzen oder erläutern)
 - positive, direkte Formulierung
- **Prüfe jeden Satz auf:**
 - *Welche Informationen sind neu?*
 - *Ist die neue Aussage durch den Kontext vorbereitet?*
 - *Welche Informationen sollte ich zum Verständnis weglassen und zu einem neuen Satz verarbeiten?*
- **Vermeidung von:**
 - Klammern
 - „Zahlensalat“ im Fließtext
 - unbekannte Abkürzungen
 - Ausrufe - und Fragezeichen

Verständlichkeitsmodell:

Ein verständlicher Text ist ...

- einfach geschrieben
- gut gegliedert
- kurz, aber nicht zu kurz
- regt zum Lesen an

Einfachheit erreicht man ...

- mit kurzen, anschaulichen Wörtern
- ohne Fachjargon und Amtsdeutsch
- indem man Fachwörter erklärt
- durch die Vermeidung von Schachtelsätzen

Ein Text ist kurz und prägnant, wenn ...

- er knapp und konzentriert formuliert ist
- jedes Wort Sinn transportiert
- er rasch auf den Punkt kommt

Leseanreize bieten durch...

- Fallbeispiele
- Bilder und Vergleiche
- Fragen
- Zitate, Anekdoten