



Was Texten schadet

Bevor Sie einen Text aus der Hand geben, sollten Sie ihn auf Schwächen überprüfen. Achten Sie nicht zuletzt auf folgende Stolpersteine:

1. Unfreiwillige Komik

„Lernen Sie schießen und treffen Sie Freunde.“ Ein misslungenes Beispiel eines Vereinsflyers.

2. Ungewollte Parteinahme

Wenn Autoren ihre Meinung sagen wollen, müssen sie es deutlich machen. Sonst gilt: Keine Bewertungen einschleusen! Ein Beispiel: „Nur drei Vereinsmitglieder haben eine Behinderung.“ Nur? Warum nicht: immerhin? Zu welcher Schlussfolgerung will der Autor den Leser wohl verführen? Noch ein Beispiel: „Der Vorsitzende räumte ein, dass die Mitgliederzahl stagniere.“ Räumt er wirklich ein? Das klingt nach Defensive. Vielleicht hat er aber einfach nur Fakten festgestellt?

3. Floskeln

„Führende Experten“ – wen oder was führen sie an? „Lohnenswerte Anstrengungen“ – warum nicht einfach „lohnende“? „Klar definierte Ziele“ – ist die Definition (im Sinne von: Bestimmung für die Zukunft) nicht der Kern eines jeden Ziels? „Mögliche Optionen“ – im Gegensatz zu den unmöglichen Optionen, die von vornherein keine sind? An Floskeln ist kein Mangel. An Lesern schon. Man sollte sie nicht langweilen!

4. Bilder von der Stange

Viele Sprachbilder sind durch häufigen Gebrauch so blass geworden, dass sie Texten eher schaden. Meiden Sie solche Massenware, die keinen Leser mehr „hinterm Ofen hervorlockt“. Das „Personalkarussell“ hat seinen Schwung längst verloren, beim „Tauziehen“ spürt kein Leser mehr das Ringen, und sei es noch so „fiebrig“.

5. Amtsdeutsch

Unbeweglich, abstrakt und passiv – so schreibt man Amtsdeutsch. Und dann klingt ein Satz so: „Der Bereich der Sprache, der dem Amtsdeutschen zugeordnet wird, zeichnet sich durch einen Mangel an Beweglichkeit, ein hohes Maß an Abstraktion und die bevorzugte Verwendung der Passivform aus.“ Kennen Sie Leser, die solch eine gestelzte Sprache mögen? Deshalb: Schreiben Sie nicht zum Beispiel: „Der Jugendbereich bleibt Hauptstütze der Vereinseinnahmen“, sondern „Die Jungen zahlen am meisten ein“ oder „Jugendliche füllen die Kasse“.

6. Fachchinesisch

Ein „Terminus“ (Fachwort) macht viel her. Er dokumentiert (beweist), dass der Autor „Insider“ (Kenner, Eingeweihter) ist. Aber auf ihn kommt es nicht an. Der Leser soll sich auskennen. Vermeiden Sie deshalb Fremd- und Fachwörter wo immer möglich. Und wenn es nicht möglich ist: Erklären Sie dem Leser, was sie bedeuten.