

DUDEN

Einfach können

GUTE TEXTE



Duden

Einfach können

GUTE TEXTE

Von Anke Ernst

1. Auflage

Dudenverlag
Berlin

INHALT

Vorwort 7

I IHRE SCHREIBSTIMME 11

Was wir in der Schule übers Schreiben lernen 12

Warum selbst schreiben, trotz KI? 13

Ihre Schreibstimme: Die Voraussetzung für gute Texte 14

II 4 FRAGEN ZUM SCHREIBSTART 17

Wen soll Ihr Text interessieren? 18

In welcher Beziehung stehen Sie zur Zielperson? 21

Was ist der Kerngedanke Ihres Textes? 23

Was soll Ihr Text bewirken? 27

III SCHREIBEN UND ÜBERARBEITEN 35

Leichter schreiben: Die Schreibphasen 36

Bessere Textabschnitte schreiben 41

Storytelling nutzen 48

Bessere Sätze formulieren 53

Treffendere Wörter wählen 56

Ihre Schreibstimme strahlen lassen 62

Schnelle Hilfe bei Schreibblockaden 66

IV VERÖFFENTLICHEN 71

Das Interesse Ihrer Zielperson wecken 72

Ihren Text für fertig erklären 79

Ihren Text in Form bringen 82

ANHANG 85

9 goldene Regeln für gute Texte 86

Schreiben mit KI: Eine subjektive Prognose 87

Literaturempfehlungen und nützliche Links 88

Notizen für eigene Textprojekte 90

Register 92

MUT ZUR SCHREIBSTIMME

Ihre Schreibstimme bildet die Grundlage, um Sie mit der Leserschaft zu verbinden. Sie transportiert Ihre Motivation, Texte zu schreiben. Sie vermittelt Ihre Überzeugungen und Werte. Sie offenbart, wie Sie ticken. Klingt herausfordernd? Ist es manchmal auch. Der Prozess, der zum Text führt, ist ein Handwerk. Eines, das zu beherrschen sich lohnt. Und eines, das Ihnen bereits während des Schreibprozesses Mut abverlangt. Den Mut, Floskeln, Worthülsen, Business-Blabla und Fachjargon beiseitezuschieben.

DENKEN SIE TEXTE SCHREIBEND NEU

Schreiben ist ein Tool, um mutig die eigenen Gedanken zu sortieren, sich auszudrücken, sich Themen und Erfahrungen zu erschließen. Dazu gehört auch, (vermeintlich) schlecht Geschriebenes auszuhalten und eigene Worte zu finden.

Schreibend zu denken und die eigene Meinung in eigenen Worten zu formulieren kann zur Aufgabe werden, auf die Sie sich freuen. Eine solche Herangehensweise bringt Sie als Mensch weiter, beruflich wie privat. Und sie macht wirklich gute Texte erst möglich! Mit dieser Haltung ändert sich der Fokus:



Tipp: Schreibhaltung ändern

Weg vom höchstohen Anspruch ans Ergebnis, hin zum Prozess. Weg von perfekten, hin zu guten Texten – die in Ihrer Schreibstimme.

Gute Texte schreiben Sie so: Eignen Sie sich grundlegendes Text-Handwerk an. Orientieren Sie sich dabei an diesem Ratgeber. Wichtiger jedoch, als Regeln pedantisch einzuhalten, sind die Verbindung zur Zielperson und die eigene Schreibstimme.



Reflexionsfrage: Ihre Motivation

Was motiviert Sie, gute Texte zu schreiben?



4 FRAGEN ZUM SCHREIBSTART

18

Wen soll Ihr Text interessieren?

21

In welcher Beziehung stehen Sie zur Zielperson?

23

Was ist der Kerngedanke Ihres Textes?

27

Was soll Ihr Text bewirken?

Gute Texte schreiben sich leichter, wenn Sie den wesentlichen Grund für Ihr Schreiben verinnerlichen: Kommunikation. Indem Sie die Verbindung zu Ihrer Leserschaft in den Blick nehmen, kann Ihr Text optimal wirken. Dafür dürfen Sie vier Fragen beantworten:

1. Wen soll Ihr Text interessieren?
2. In welcher Beziehung stehen Sie zur Zielperson?
3. Was ist der Kerngedanke Ihres Textes?
4. Was soll Ihr Text bewirken?

Wer klug ist, beantwortet diese Fragen vor dem Schreiben. Wer ihre Bedeutung ignoriert, schreibt in der Regel ziellos, zu viel oder zu wenig – und oft auch schlechter.

Wen soll Ihr Text interessieren?

Beim Schreiben brauchen Sie Empathie für Ihre Adressaten, teilweise also auch für Unbekannte. Wie sonst würden Sie beispielsweise wissen, ob Ihre Zielperson eine Einführung ins Thema braucht oder welche Metaphern und Beispiele wirklich bei ihr ankommen? Umgekehrt punkten Sie mit Ihrem Text sofort, sobald Sie die Interessen Ihrer Zielperson kennen.

SCHREIBEN SIE EINEN INTERESSANTEN TEXT

Starten wir mit einem Experiment. Welchen der folgenden Kurztexte finden Sie interessanter?



Formulierungsbeispiel: Allgemein und für die Zielgruppe

Variante 1: *Schreiben entscheidet über beruflichen Erfolg. Es dient der Informationsübermittlung, Überzeugungsarbeit und Unterhaltung. Die folgenden Tipps helfen, Schreibfähigkeiten zu verbessern.*

DER FRISCHE BLICK FÜR DIE KOSMETISCHE ÜBERARBEITUNG

Wenn wir lange an einem Text arbeiten, gewöhnen wir uns an Fehler und nehmen sie als korrekt wahr. Den frischen Blick erlangen Sie so:

1. Wechseln Sie das Medium. Sie können den Text ausdrucken oder auf einem anderen Endgerät lesen. Für Eilige: Wechseln Sie die Schriftart. Verändern Sie den Text selbst jedoch nicht!
2. Lassen Sie den Text liegen. Die eine Nacht wirkt Wunder. Für Eilige: Spazieren Sie einmal um den Block, spülen Sie ab, gehen Sie duschen.
3. Lesen Sie den Text laut vor. Funktionieren die Übergänge? Liest er sich flüssig? Klingt er nach Ihnen?

Sollten Sie bereits länger am Text ziehen und zerren, ändern Sie nur die Stellen, die Sie überhaupt nicht vertreten können. Ein Text wird nicht automatisch besser, je öfter wir ihn anfassen. Im Gegenteil. Zu viel Gezerre verschlimmbessert. Lassen Sie los!



Reflexionsfrage: *Fertig definieren*

Wie viele finale Versionen erlauben Sie sich, bevor Sie einen Text für fertig erklären?

DER KONSTRUKTIVE BLICK VON AUSSEN

Selbstverständlich sind auch Blicke von anderen hilfreich. Achten Sie darauf, nur kompetente Menschen um Feedback zu bitten. Ratschläge sind meist gut gemeint, aber nicht immer konstruktiv.

Auch Sie selbst können dafür sorgen, hilfreiche Rückmeldungen zu erhalten. Sagen Sie der Person ganz genau, was Sie wissen wollen. Diese Fragen können Sie beispielsweise stellen:

Fragen Sie nach dem Gesamteindruck:

- ▶ In Ihren eigenen Worten: Worum geht es in meinem Text?
- ▶ Was hat Ihnen an meinem Text besonders gefallen?
Was gefällt Ihnen weniger?
- ▶ Würden Sie den Text meiner Zielgruppe empfehlen?
Warum oder warum nicht?

Fragen Sie nach Inhalt und Struktur:

- ▶ Welche Argumente entnehmen Sie meinem Text?
Können Sie alle Aussagen und ihre Begründungen nachvollziehen?
- ▶ Gibt es Textstellen, die unklar oder schwer zu verstehen sind?
- ▶ Lesen sich die Übergänge zwischen den Absätzen flüssig?
- ▶ Gibt es Ansätze, über die Sie ausführlicher hätten lesen wollen?
Gibt es überflüssige Textabschnitte?
- ▶ Erkennen Sie eindeutig Einleitung, Hauptteil und Schluss?

Fragen Sie nach Stil und Sprache:

- ▶ Passt der Schreibstil zu meiner Zielgruppe?
- ▶ Gibt es Stellen, die zu formell oder zu umgangssprachlich formuliert sind?
- ▶ Lesen sich die Sätze flüssig?

VERÖFFENTLICHEN UND DARAUS LERNEN

Das Gespür für einen fertigen Text entwickeln Sie nur durch Praxis. Die Zauberworte heißen also Schreiben und Veröffentlichen. Erst dann erhalten Sie wertvolles Feedback von Ihrer Zielperson und können beurteilen, ob Ihr Text für Sie arbeitet.



Reflexionsfrage: *Wann ist gut gut genug?*

Mit der Schreibpraxis verändern sich die Kriterien, an denen wir gute Texte messen. Reflektieren Sie regelmäßig, welche Ihnen wichtig sind: Effizienter, stilsicherer, mit mehr Persönlichkeit? Investieren Sie bei Bedarf in gezielte Weiterbildung.

Ihren Text in Form bringen

Jede Textsorte (siehe Unterkapitel **Was soll Ihr Text bewirken?**, Seite 27) bringt Anforderungen an Formatierung und Layout mit sich. Sie erhöhen die Chance, dass Menschen, die Ihren Text erst einmal überfliegen oder querlesen, sich doch noch in die Lektüre von Anfang bis Ende vertiefen. Außerdem erhöhen sie die Lesefreude. Wer wadet schon gerne durch Textwüsten? Planen Sie also ausreichend Zeit für die Formatierung Ihres Textes ein.

Formatieren Sie Ihren Text

- ▶ Header, Betreffzeile, Textvorschau, Metatext
- ▶ Zwischenüberschriften
- ▶ Hervorhebungen: fett, kursiv, unterstrichen, markiert
- ▶ Seitenzahlen, Fuß- und Endnoten
- ▶ Stichpunkte, Aufzählungen, Zitatblöcke
- ▶ Bilder
- ▶ Infoboxen, Kästen, Grafiken, Tabellen
- ▶ Interaktive Elemente, beispielsweise Links, Umfragen, eingebettete Videos



Tipp: *Das Format mitschreiben lassen*

Beachten Sie bei längeren Print- und auch bei Online-Texten die Formatierung von Anfang an. Das hilft Ihnen, klarer zu formulieren und den roten Faden beizubehalten.

ANHANG

86

9 goldene Regeln für gute Texte

87

Schreiben mit KI: Eine subjektive Prognose

88

Literaturempfehlungen und nützliche Links

90

Notizen für eigene Textprojekte

92

Register

9 goldene Regeln für gute Texte

1. Ein guter Text erreicht Ihre Zielperson.
2. Den perfekten Text gibt es nicht.
3. Werden Sie sich vor dem Schreiben bewusst, was Sie wem sagen möchten.
4. Denken Sie auch mal schreibend nach.
5. Genießen Sie den Schreibprozess.
6. Erweitern Sie Ihren Wortschatz regelmäßig, besonders die Verben.
7. Kürzen verbessert Ihren Text.
8. Je öfter Sie schreiben und veröffentlichen, desto besser werden Ihre Texte.
9. Bleiben Sie sich treu – und schreiben Sie in Ihrer Schreibstimme.

Schreiben mit KI: Eine subjektive Prognose

Künstliche Intelligenz wird die Entstehung von Texten radikal verändern. Schon heute brauchen Sie zum Schreiben nicht zu tippen. Sie können Ihren Text (in Ihrer Stimme!) diktieren und von der KI transkribieren und feinschleifen lassen. Je intelligenter die KI, desto bedeutsamer werden:

- ▶ die eigene Schreibstimme;
- ▶ Text-Konzept und Verständnis für die Zielgruppe (siehe Kapitel II **4 FRAGEN ZUM SCHREIBSTART**, Seite 17);
- ▶ Möglichkeiten, die Zielgruppe überhaupt zu erreichen;
- ▶ Fähigkeiten, die KI zu bedienen.

Wer die KI zeitig für eigene Texte nutzt, schreibt effizienter und kann auch mit weiteren Entwicklungen mithalten. Vorteile hat, wer:

- ▶ Prompts texten kann und damit die KI im eigenen Sinne steuert;
- ▶ Templates und Vorlagen für wiederkehrende Textsorten sammelt, um die KI damit zu füttern (siehe im Unterkapitel **Was soll Ihr Text bewirken?** die Punkte »Aufbau Pressemitteilung, Newsletter, LinkedIn-Post« [ab Seite 27] und im Unterkapitel **Das Interesse Ihrer Zielperson wecken** den Abschnitt »Mechaniken für Überschriften« [Seite 77]);
- ▶ unterschiedliche Formen von KI kennt und nutzt. Aktuelle Beispiele finden Sie in den Link-Empfehlungen.

Literaturempfehlungen und nützliche Links

Cameron, Julia / Bryan, Mark / Allen, Catherine (2001): *Der Weg des Künstlers im Beruf. Das 12-Wochen-Programm zur Steigerung der Kreativität*. München: Droemer Knaur.

Clark, Roy Peter (2008¹⁰): *Die 50 Werkzeuge für gutes Schreiben*. Berlin: Autorenhaus Verlag.

Duistermaat, Henneke (2014): *Blog to Win Business: How to Enchant Readers and Woo Customers*. Liverpool: Enchanting Marketing.

Elbow, Peter (1998²): *Writing With Power: Techniques for Mastering the Writing Process*. New York: Oxford University Press.

Goldberg, Natalie (2014⁴): *Schreiben in Cafés*. Berlin: Autorenhaus Verlag.

Handley, Ann (2022²): *Everybody Writes: Your New and Improved Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content*. Hoboken: Wiley.

Hoffmann, Monika (2017): *Besser schreiben für Dummies*. Weinheim: Wiley-VCH Verlag.

Khullar Relph, Natasha (2016): *Shut Up and Write: The No-Nonsense, No B.S. Guide to Getting Words on the Page*. Selbstverlag.

King, Stephen (2011): *Das Leben und das Schreiben: Memoiren*. München: Heyne.

Lakoff, George / Johnson, Mark (2021¹⁰): *Leben in Metaphern: Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern (Systemische Horizonte)*. Heidelberg: Carl-Auer.

Lamott, Anne (2004): *Bird by Bird – Wort für Wort. Anleitungen zum Schreiben und Leben als Schriftsteller*. Berlin: Autorenhaus Verlag.

Levy, Mark (2010²): *Accidental Genius: Using Writing to Generate Your Best Ideas, Insight, and Content*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.

Märтин, Doris (2019⁵): *Erfolgreich texten: Klarer schreiben – Überzeugender ansprechen – Wirkungsvoller kommunizieren*. Frankfurt am Main: Bramann Verlag.

Rico, Gabriele R. (2004): *Garantiert schreiben lernen*. Reinbek: Rowohlt.

Rorig, Daniela (2023²): *Texten können: Das neue Handbuch für Marketer, Online-Texter und Redakteure. Mit Checklisten und Schreibtraining für alle Web-Textarten*. Bonn: Rheinwerk Verlag.

Scheuermann, Ulrike (2021³): *Wer reden kann, macht Eindruck – Wer schreiben kann, macht Karriere: Das Schreibfitnessprogramm für mehr Erfolg im Job*. Wien: Linde Verlag.

Schneider, Wolf (2001): *Deutsch für Profis*. Hamburg: Goldmann Verlag.

Stein, Sol (2015, Neuauflage): *Über das Schreiben*. Berlin: Autorenhaus Verlag.

Wolfsberger, Judith (2021⁵): *Frei geschrieben: Mut, Freiheit und Strategie für wissenschaftliche Abschlussarbeiten*. Wien: Böhlau Verlag.

Zinsser, William (2007): *Nonfiction schreiben: Reisebericht, Biografie, Kritik, Business, Fach- und Sachbuch, Wissenschaft und Technik*. Berlin: Autorenhaus Verlag.

Herzlichen Dank an Maren Martschenko, von der ich nicht nur die **FAB**-Methode, sondern viel über die Selbstständigkeit gelernt habe.

HILFREICHE KI:

Duden Mentor:
<https://mentor.duden.de>

DeepL Write:
<https://www.deepl.com/de/write>

Wolf-Schneider-KI:
<https://reporterfabrik.org/wski-editor/>

**40 RHETORISCHE MITTEL FÜR
DIE TEXT-ANALYSE:**

<https://learnattack.de/journal/40-wichtige-rhetorische-mittel-textanalyse/>

WEBSEITEN DER AUTORIN:

Schreibcoaching »Die Welt in Deinen Worten«:
www.indeinenworten.de

Anke Ernst – Autorin und Schreibmentorin:
www.anke-ernst.net

**ZUSÄTZLICHES MATERIAL EXKLUSIV
FÜR LESER*INNEN DIESES RATGEBERS:**

www.indeinenworten.de/duden-gute-texte

Notizen für eigene Textprojekte

Register

- Adjektive 52 64
- Aktiv formuliert 54
- Angst vor Veröffentlichung und Kritik 69
- Bedeutung 59
- Beispiele 43
- Betreffzeilen 72
 - Betreffzeilen von Newslettern 79
- bildhafte Sprache 57
- Blockade/Schreibblockade 66
- Botschaft 23 49
- Bullshit-Bingo 58
- Call-to-Action (CTA) 29 43
- Dialog 43
- Emotionen 52
- Ereignisse 50
- FAB-Methode 75
- Fach- und Fremdwörter 60
- Feedback 80
- fertig 80
- Formatierung 82
- Freewriting / freies Schreiben 24
- Freude 39
- frischer Blick 80
- Füllwörter 63
- Gesamteindruck 81
- Hook 30
- indirekte Rede 55
- informieren 27
- Inhalt 32 81
- innere Kritikerin / innerer Kritiker 39
- Kerngedanke 23
 - Kerngedanken auf den Punkt bringen 24
 - Orte für Kerngedanken 26
- Keyword 76
- KI 13 27 78 87
 - ChatGPT 13
- Kino im Kopf 48 56
- Kommunikation 18
- Konflikt 51
- Konjunktiv 55
- Konzept 36
- Korrektur 40
- Küchenzuruf 24
- Layout 82
- LinkedIn-Post 30
- Listicle 38
- löschen 62
 - Adjektive löschen 52 64
 - fade Formulierungen löschen 62
 - Füllwörter löschen 63
 - Silben löschen 65
- man 54
- Mechaniken 77
- menscheln 63
- Metaphern 44
- Mindmap 25
- Negationen 55
- Newsletter 29 79
- Nominalstil 57
- Nutzen 75
- Outline 26 37
- Passiv 54
- Perspektivwechsel 67
- Phrasen 62
- Platzhalter 39
- Pressemitteilung 28

- PR-Ich 39
 Prozess 15 36
 Redundanz 64
 Relevanz 49
 Rhythmus 46
 Rohtext 39
 roter Faden 37 48 50
 Routine 66
 Sammelbegriffe 61
 Sätze 47
 aktive Sätze 54
 lange Sätze 53
 Schreibstimme 14
 entdecken Sie Ihre Schreibstimme 22
 lassen Sie Ihre Schreibstimme strahlen 62
 Schule 12
 Selbstzweifel 69
 »Show, don't tell« 52
 Signalwort 76
 Silben 53 65
 Sprints 39
 Stereotyp 46
 Stil 33 81
 Stilblüte 45
 Stilmittel 47
 Storytelling 48
 erzählen 48
 Geschichten 48 50
 Heldenreise 50
 Struktur 33 37 81
 Subjekte 54
 Substantive 57
 Suchintention 76
 Symbole 77
 Talent zum Schreiben 12
 Text
 interessanter Text 18
 nichtfiktionaler Text 37
 passender Text 21
 perfekter Text 12
 Text strukturieren 37
 Textsorte 31
 Textziele 27 31
 Themenspeicher 50
 Ton 22
 Überarbeitung 40
 kosmetische Überarbeitung 80
 Überschriften 72 76
 Vorlagen für Überschriften 76
 Zwischenüberschriften 26 73
 überzeugen 29
ung-Getüme 77
 unterhalten 30
 Verben 56 76
 Verneinung 55
 veröffentlichen 82
 verschlimmbessern 80
 Versionen 40
 Vertrauen 68
 Wortschatz 63
 Zielperson 18
 Beziehung zur Zielperson 21
 das Warum der Zielperson ermitteln 74
 direktes Ansprechen der Zielperson 43
 Fragen zur Zielperson 20
 Kennenlernen der Zielperson 19
 Motivation der Zielperson erkennen 72
 zitieren 55
 zum Lesen motivieren 72
 Zustandsverben 57

Ebenfalls in dieser Reihe erschienen



**Einfach können –
Gendern**

ISBN 978-3-411-75693-3

**Einfach können –
schriftliche Arbeit**

ISBN 978-3-411-74574-6

**Einfach können –
diskriminierungsfreie Sprache**

ISBN 978-3-411-75694-0

Mehr zum Thema



Peter Linden

Handbuch Stilsicher schreiben

ISBN 978-3-411-74079-6

Redaktion: Dr. Laura Neuhaus

Umschlaggestaltung, Layout und Satz: Carsten Aermes

www.duden.de

www.cornelsen.de

1. Auflage, 1. Druck 2024

© 2024 Cornelsen Verlag GmbH Berlin

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.

Das Wort **Duden** ist für die Cornelsen Verlag GmbH
als Marke geschützt.

Druck: H. Heenemann, Berlin

ISBN 978-3-411-75695-7

Auch als E-Book erhältlich unter: ISBN 978-3-411-91442-5



PEFC zertifiziert

Dieses Produkt stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten
Quellen,

www.pefc.de