

Workshop 1

Verständlich und anregend schreiben

Journalistische Grundlagen der Textgestaltung für die Öffentlichkeitsarbeit

Annette Garbrecht, Hamburg

Moderation: Nadja Wirth, Münster

Die Botschaft eines Textes sollte so prägnant und kurz formuliert sein, dass Autorinnen und Autoren sie von einem Zimmer ins nächste rufen könnten. Auf diese Weise führte die Referentin ihren ersten Tipp ein – den sogenannten „Küchenzuruf“.

Gute Autor/innen sind sich bewusst, für wen genau sie schreiben und was in deren Köpfen hängen bleiben soll: Worum geht es und warum soll die Zielgruppe den Text lesen? Was ist das Neue?

Eine verständliche und anregend geschriebene Pressemitteilung ist hierarchisch aufgebaut. Das Wichtigste steht am Anfang. Der erste Absatz enthält die Hauptaussage, dann folgen zwei bis drei Sätze mit einigen der sieben „W-Fragen“: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Welche Quelle?

Leser/innen zu gewinnen, gelingt leichter mit Aussagen als mit Schlagworten. Dazu ein Beispiel: Statt: „Kinder und Medien“ besser „Lernsoftware kann beim Lernen helfen“.

Anhand von unterschiedlichen Sätzen und Textpassagen haben die Teilnehmenden praktisch geübt, „Reparaturen“ vorzunehmen. Diese praktischen Übungen bildeten den Schwerpunkt des Workshops.

Die Referentin stellte abschließend eine Checkliste für Presseinformationen vor. Dazu folgen Beispiele:

- Sind die Sätze kurz und einfach?
 - Keine eingeschobenen Nebensätze
 - Nie mehr als ein Nebensatz
 - Keine unverständlichen Einschübe
 - Wenig Substantivierungen

- Ist die Sprache klar und verständlich?
 - Geläufige Wörter, anschauliche Wörter
 - Fachbegriffe bekannt oder erklärt
 - Keine Passivsätze
 - Keine Verneinungen