

Wie man gute Texte schreibt

Nicht jeder hat das Zeug zum guten Texter – denn dazu gehören allerhand Talent, Training und Praxis. Das ist nun mal so. Ein (beileibe nicht abschließender) Beitrag über Pflicht und Kür des Schreibens. Inklusive einiger hoffentlich hilfreicher Tipps für Novizen.



Der späte Goethe habe beim Schreiben mächtig gepichelt, sagt man. Dafür hat er „Faust. Der Tragödie zweiter Teil“ aber noch ganz gut hinbekommen – wo doch Alkohol den Stil verwässern soll, wie Thomas Mann rund ein Jahrhundert später mal meinte. Fragt sich also, ob ausgemachte Schluckspechte wie Bukowski ihre Gedichte, Geschichten und Romane tatsächlich vorzugsweise volltrunken zusammengetippt haben oder ob dies nur Teil des Mythos' ist ...

Klar ist, dass es kein Patentrezept für erfolgreiche Texte gibt, Themen wie „Alkohol“ aber immer wieder prima als TextEinstieg taugen, da sie Interesse wecken. Genau deshalb habe ich Sie damit „geködert“. Gleichzeitig ist dies aber auch die erste Lektion über das Texten: Neben aussagekräftigen Überschriften und Zwischenüberschriften dienen witzige, interessante und überraschende TextEinstiege als Türöffner. Bereits hier entscheidet sich das Schicksal aller nachfolgenden Zeilen. Sprich: ob weitergelesen wird oder nicht. Ganz unten werden Sie übrigens sehen, dass ich mit meinem „alkoholischen Auftakt“ noch eine weitere Absicht verfolge.

Leser brauchen Orientierung

Ein guter Einstieg ist jedoch nicht alles. Darüber hinaus brauchen Leser Orientierung und möchten auf einen Blick erfassen, um was es denn nun eigentlich *genau* geht. Sagen Sie es ihnen also gleich zu Anfang per Unterüberschrift bzw. Teaser und wiederholen Sie es spätestens im zweiten Absatz. Das erleichtert vieles.

Danach wird es zugegebenermaßen etwas schwerer. Denn natürlich sollte der „Aufgesang“ zu „Mittelteil“ und „Coda“ passen, der Rest des Textes also zielgruppenrelevante Inhalte liefern. Sonst haben Sie Ihren Lesern allenfalls Zeit

gestohlen – und diese schlimmstenfalls sogar verärgert. Die zweite Lektion lautet demnach: Nur wenn Texte halten, was sie versprechen, werden sie für gut befunden und weiterempfohlen. Alles andere ist eher ungünstig, da man so auch keine Stammleserschaft aufbaut.

Im Fall der externen Unternehmenskommunikation via Webseite, Presseinformation, Broschüre, Blog oder Social Media müssen daher folgende Fragen vorab geklärt sein: Welche Botschaft wollen wir vermitteln und welche unserer Themen kommen dafür in Frage? Wie müssen diese Themen aufbereitet werden, damit daraus interessante Inhalte entstehen, die unserer Zielgruppe einen Mehrwert bieten? Und über welche Medien bzw. in welcher Form veröffentlichen wir diese Inhalte?

Ziel, Struktur und Wirkung

Kurzum, treffsichere Texte setzen ein Ziel und einen Plan voraus. Klingt trivial, wird aber trotzdem oft vernachlässigt. Und selbst wenn man das Ziel schon ganz klar vor Augen hat, sollten sich ungeübte Texter die Zeit nehmen, zunächst einmal eine Grobstruktur zu entwickeln. Am besten per Hand auf einem Blatt Papier. Hauptsache es wird nicht einfach so drauflos getippt, sondern vorher festgelegt, in welcher Reihenfolge man sein Argument aufbaut. Etwas Flexibilität freilich inbegriffen, da der Schreibprozess immer auch Rückwirkungen auf die finale Feinjustierung hat. Doch nur so wird die Gesamtbotschaft am Ende auch tatsächlich verstanden und kommt wirkungsvoll rüber. Außerdem reduziert man somit die allgegenwärtige Gefahr, sich unterwegs zu verzetteln.

Aber halt mal, Argument ...? Ja, denn speziell beim modernen Content Marketing gilt es, Rezipienten argumentativ zu überzeugen – statt sie mit werblichem

Getöse einfach nur zu überrollen. Mit dieser dritten Lektion ist die Pflicht alles in allem erfüllt, jetzt folgt die Kür.

Einige Tipps für Talentierte

Zur höchsten Schwierigkeitsstufe des guten Textens kann ich naturgemäß nur ein paar Tipps geben. Hier dreht sich alles um Stil und das dafür nötige Schreibtalent. Und das hat man eben – oder auch nicht. Erlernen lässt sich dies nicht. Allerdings lassen sich vorhandene Fähigkeiten mit jeder Menge Übung und Praxis nach und nach verfeinern. Das Lesen von Blogs, Magazinen, Romanen etc. gehört dabei selbstverständlich zum Training. Nur wird seltsamerweise fast nie darauf hingewiesen.

Hier also meine Tipps für die überzeugende Kür: Schreiben Sie möglichst anschaulich und setzen Sie an den entscheidenden Stellen auf suggestive Bilder – das Kopfkino-Erlebnis Ihrer Leser erspart beiden Seiten umständliche Beschreibungen und macht Inhalte umso (be)greifbarer. Und vergessen Sie um Gotteswillen alles, was Sie jemals über die Notwendigkeit kurzer Sätze gehört haben! Das ist kompletter Blödsinn. Variieren Sie demgegenüber die Satzlänge und streuen Sie immer wieder pointierte Nebensätze mit zusätzlichen Informationen ein, um Ihrer Sprache einen gewissen Groove zu geben. Also Rhythmus. Bei allzu stakkatoartiger Schreibe schalten Leser sonst schnell auf Autopilot um und bekommen kaum noch was mit. Außerdem lieben Leser Alliterationen. Ich habe zwar keine Ahnung, woran das letztlich liegt – aber es wirkt, glauben Sie mir.

Kohärenz ist der Kitt aller Texte

Fast noch wichtiger ist jedoch die Kohärenz. Als inhaltlicher Kitt sorgt diese dafür, dass Texte nicht auseinanderfallen wie Flickenteppiche aus dem Ein-Euro-

Markt beim allerersten Waschgang. Soll heißen: Schaffen Sie durch stolperfreie Übergänge sinnvolle Zusammenhänge, indem Sie jeden Satz möglichst gut mit dem vorangegangenen verknüpfen. So sichern Sie den inneren Zusammenhalt Ihres Textes, nehmen Leser Zeile für Zeile mit und bringen Ihr Thema voran – und Leser dazu, Ihr vorgegebenes Tempo anzunehmen. Sie sollten also keinerlei Scheu haben, einen regelrechten ErzählsoG zu entwickeln. Leser wollen Spannung. Und wer nimmt sich schon einen Text mit der Absicht vor, ihn so-wieso nicht zu Ende zu lesen ...? Hier ist der Schluss(ab)satz das Ziel.

Womit wir ebendort angelangt wären und ich Ihnen die Auflösung der anfangs angedeuteten zweiten Absicht meines „alkoholischen TextEinstiegs“ nicht länger schuldig bleibe: Wenn ich mit meiner jeweiligen „Textaufgabe“ endlich durch bin (was je nach Tagesform auch schon mal harte Arbeit sein kann), gönne ich mir abends zur Belohnung gerne mal ein, zwei Biere und entspanne mich. Damit schließt sich in diesem Text der Kreis, da Anfang und Ende thematisch zusammengeführt werden. Auch das mögen Leser, weil somit alles schön rund und harmonisch ist.

In diesem Sinne also: cheers!

Andreas Quinkert

Quinkert PR & Redaktion

www.quinkertpr.de

Mehr unter www.quinkertpr.blogspot.com