



TAG 1 | DAS ENDE DER SCHWURBELFALLE

Arianes 10 Profi-Tipps für richtig gute Texte

Tipp 1: Halte Dich an kurze Sätze

Wenn Du verstanden werden willst, schreib in kurzen Sätzen. Diese simple Profi-Regel gilt ganz besonders, wenn Du Texte online veröffentlichst!

Menschen lesen Webseiten selten vom ersten bis zum letzten Wort – sie scannen eher. Sie brechen wieder ab, wenn der Newsletter zu kompliziert verfasst ist. Und sie legen auch die Broschüre wieder zur Seite, wenn es anstrengend wird.

Verabschiede Dich deshalb von Sätzen, die so lang sind, dass einem ganz schwurbelig wird. Finger weg auch von Sätzen, wo Deine Leserschaft am Ende vergessen hat, worum es am Anfang ging! Hier darfst Du aus langen Sätzen mehrere kurze machen – oder zum Beispiel mit Doppelpunkten und Gedankenstrichen arbeiten.



Zwei Beispiele für Schwurbel-Sätze – und wie Du sie leichter lesbar machst:

Schwurbelsatz 1:

Dein Urlaub liegt noch gar nicht so lange zurück, aber der Stress, der auf dich im Job gewartet hat, hat dich nach kurzer Zeit mit Stapeln von Unterlagen, mit unbeantworteten E-Mails im Posteingang und einer brechend vollen To-Do-Liste schon wieder voll im Griff.

Und jetzt entschwurbelt:

Kaum zurück aus dem Urlaub und schon hat dich der Job-Stress wieder im Griff: Ein Stapel voller Unterlagen, unbeantwortete E-Mails und eine volle To-Do-Liste warten darauf, abgearbeitet zu werden.

Schwurbelsatz 2:

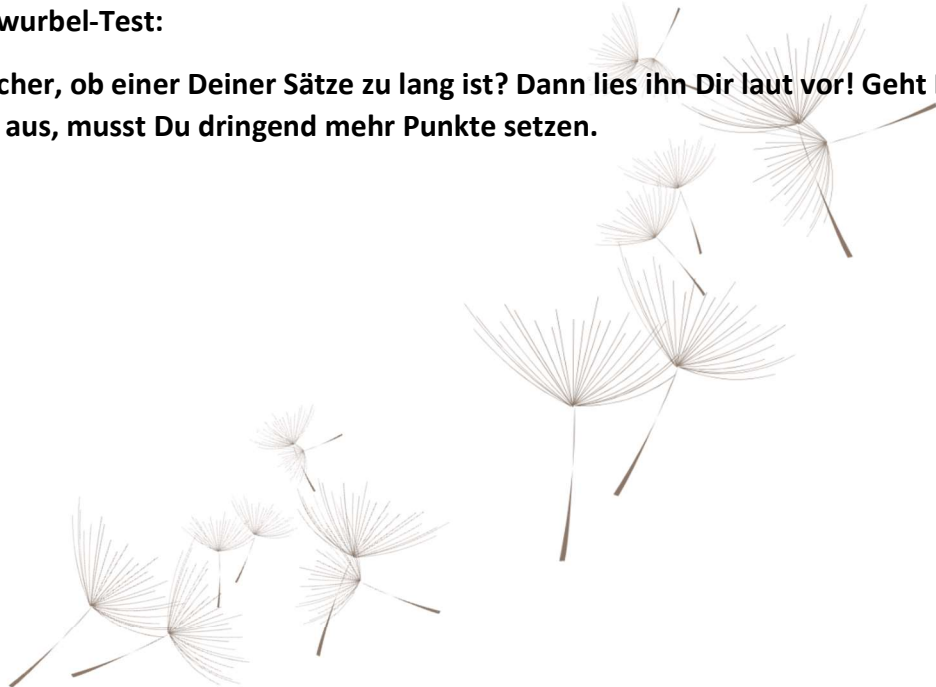
Meine Angebote richtet sich an Eltern, die ihr Kind so begleiten wollen, dass es auch dann eigenständig und mit Freude seine Hausaufgaben macht, wenn die Aufgaben mal schwieriger ausfallen und es nicht sofort auf die Lösung kommt, denn hier können Eltern, statt einzugreifen, liebevoll unterstützen.

Und jetzt entschwurbelt:

Meine Angebote richten sich an Eltern, die ihr Kind dabei begleiten wollen, eigenständig und mit Freude seine Hausaufgaben zu machen. Und das selbst dann, wenn das Kind nicht sofort auf die Lösung kommt. Hier können Eltern liebevoll unterstützen, statt einzugreifen.

Ultimativer schwurbel-Test:

Du bist Dir unsicher, ob einer Deiner Sätze zu lang ist? Dann lies ihn Dir laut vor! Geht Dir dabei die Puste aus, musst Du dringend mehr Punkte setzen.



Tipp 2: Gute Texte brauchen Verben

Deine Sprache und damit Deine Texte werden klarer, wenn Du weniger Substantive verwendest (vielleicht habt Ihr damals in der Schule auch „Hauptwörter“ dazu gesagt).

Alles was auf –ung, -heit und –keit endet, solltest Du nur in Maßen einsetzen oder noch besser: Durch *Verben* ersetzen.

Denn Verben (aka „Tunwörter“) kommen schneller in unserem Hirn an und sind bildhafter, sie lockern auf. Und vor allem: Sie klingen nach gesprochener Sprache – also nach der Sprache, die wir gewohnt sind, und die wir schnell verarbeiten können.

Wer Verben einsetzt, wird besser verstanden!

Hier ein Substantiv-Beispiel:

Den **Kauf** meiner Bluetooth Kopfhörer habe ich nie bereut.

So machst Du daraus einen Satz mit Verben:

Ich habe nie bereut, dass ich mir Bluetooth Kopfhörer **gekauft habe**.

Noch ein Substantiv-Beispiel:

In meiner **Verzweiflung** über die **Verspätung** der Lieferung habe ich eine E-Mail geschrieben.

So machst du daraus einen Satz mit Verben:

Ich war **verzweifelt**, weil die Lieferung sich **verspätet** und habe eine E-Mail geschrieben.

Praxis-Tipp:

Mach den Substantiv-Test: Streiche alle Substantive in Deinem Text an. Plötzlich ist ein großer Teil des Textes gelb? Dann ran an die Arbeit: Ersetze einige der Substantive durch Verben – so wird Dein Text viel besser lesbar und lebendiger.



Tipp 3: Verabschiede Dich von „man“

Ein Text liest sich immer besser, wenn er aktiv formuliert ist. Verzichte beim Schreiben deshalb aufs Wörtchen „man“ – und Dein Text wird direkter, eindringlicher, klarer, persönlicher.

Ein Beispiel, wie Du es nicht machen solltest:

Wenn man sich gut vorbereitet, hat man größere Chancen.

So wird es besser:

Wenn du dich gut vorbereitest, hast du größere Chancen.

Merkst Du den Unterschied?



Tip 4: Floskeln, Fremdwörter, Modebegriffe – bitte nicht!

Klischees wie „Natur pur“, „Aller Anfang ist schwer“, „Ende gut, alles gut“, „wie Sand am Meer“ – sie tauchen in unzähligen Broschüren und auf Webseiten auf. Und: Sie *langweilen Deine Leserschaft*.

Von solchen Floskeln wird niemand emotional gepackt – aber genau das emotionale gepackt-Werden und beim-Lesen-dranbleiben willst Du doch erreichen, oder?

Mein Rat: Verzichte auf Allgemeinplätze, Floskeln, Klischees.

Das gleiche gilt für Modebegriffe, die keine Gefühle entstehen lassen.

Hier ein paar Beispiele:

Das steht auf vielen Webseiten:

Ich achte auf eine ganzheitliche Ernährung, weil mir mein Körper wichtig ist.

Besser wird es so:

Ich ernähre mich gesund, esse viel Obst und Gemüse, weil mir mein Körper wichtig ist.

Das steht auf vielen Webseiten:

Mit meinen praktischen Methoden lernst du, wie du deine inneren Blockaden löst.

Besser wird es so:

Mit meinen praktischen Methoden lernst du, wie du in schwierigen Situationen deine Ängste in den Griff bekommst und gleichzeitig Stress abbaust.

Der Unterschied besteht darin, dass Du durch das Streichen von Modebegriffen wie „*innere Blockaden*“ oder „*ganzheitlich*“ gezwungen bist, **konkreter** zu werden. Und konkrete Sprache dockt an, löst etwas aus, lässt ein Bild im Kopf entstehen –und bleibt somit besser im Gedächtnis.

Praxis-Tipp:

Du möchtest Deine Texte auf typische Modebegriffe und Floskeln überprüfen?

Dann hol Dir hier meine Liste mit [„99 Wörtern, die Du am besten aus Deinen Texten streichst“](#)

Tipp 5: Streich Füllwörter aus Deinen Texten

Füllwörter machen Deine Texte lang und verwässern, was Du sagen willst.

Hier ein paar Beispiele für Füllwörter, die Deinen Text aufblähen:

- etwas
- genau
- häufig
- nun
- schon
- sicher
- voll
- ganz
- vielleicht
- total

Scanne Deinen Text nach dem Schreiben auf solche Füllwörter und streiche sie. Du wirst feststellen: Inhaltlich geht meist nichts verloren – im Gegenteil, Dein Text wird besser!

Hier ein Satz mit vielen Füllwörtern:

Die Anliegen meiner Kunden sind total unterschiedlich, aber ich bemühe mich, allen voll und ganz gerecht zu werden.

Ohne Füllwörter wird es kürzer und klarer:

Meine Kunden haben unterschiedliche Anliegen, aber ich bemühe mich, allen gerecht zu werden.

Siehe da: Der Aussagekraft des Satzes ist nichts verloren gegangen.



Tipp 6: Arbeite beim Schreiben mit Beispielen

Ist Dir etwas aufgefallen? Ich habe versucht, für möglichst viele meiner Tipps Beispiele zu finden. Denn Beispiele machen jeden Text anschaulich.

Möglicherweise bleibt Dir ein Tipp nur deshalb im Gedächtnis, weil Du ein gut verständliches Beispiel dazu erhalten hast. Das ist normal, so funktioniert unser Gehirn!

Arbeite deshalb beim Schreiben mit Satzanfängen wie diesen:

- Stell Dir zum Beispiel vor...
- Ich habe Dir ein Beispiel mitgebracht...
- Damit Du Dir besser vorstellen kannst, was ich meine...
- Das hat zum Beispiel auch meine Kundin XY gemerkt...

Tipp 7: Lass die Rechtschreibung checken

Schreibst Du Stunden oder sogar Tage an einem Text, wirst Du irgendwann betriebsblind. Heißt: Du übersiehst den einen oder anderen Rechtschreibfehler. Das ist zwar nachvollziehbar – aber vermeidbar.

Es gibt reichlich Tools im Netz, mit deren Hilfe Du Deinen Text auf Rechtschreibung prüfen kannst. Denn, vielleicht ist es Dir schon aufgefallen, ein fehlerloser Text wirkt professioneller!

Ein Rechtschreib-Tool, das ich gern nutze, ist der Duden Mentor: <https://mentor.duden.de>

Hier kannst Du scheinweise Deinen Text per copy & paste einfügen (für die kostenlose Version gibt es meines Wissens eine Zeichenbeschränkung von 800).



Tipp 8: Sorge für Übersichtlichkeit

Übersichtliche Texte lassen sich leichter lesen. Klingt banal, ist aber so!

Gerade im Netz scannen Leser einen Artikel und möchten so schnell wie möglich Antworten auf ihre Fragen finden.

Das solltest Du bei Deinen Texten beachten:

- Mach genug Absätze – orientiere Dich dabei zum Beispiel an diesem Workbook!
- Füge regelmäßig Zwischenüberschriften ein und lasse sie optisch hervorstechen (größere Schrift)
- Arbeite immer wieder mit Bullet Points (wie ich gerade)
- Fette Wichtiges (siehe zum Beispiel meine „Praxis-Tipps“)
- Sorge immer für genügend Weißraum, auch rechts und links an den Rändern

Tipp 9: Verwende mehr Alltagswörter

In einem geschriebenen Text verwendest Du automatisch andere Wörter als beim Sprechen. Aber warum eigentlich?

Unter Profis gilt die einfache Regel: Wer verstanden werden will, sollte schreiben, wie gesprochen wird.

Denn geschriebene Sprache klingt oft steif und umständlich. Versuche deshalb, gezielt Wörter einzusetzen, die Du auch im Alltag benutzt. Das macht Deine Texte nicht nur verständlicher, sondern auch *authentischer, nahbarer – einfach sympathischer!*

Das klingt steif und schriftsprachlich:

Die Wohnung verfügt über einen Balkon.

So klingt es nach echter Sprache:

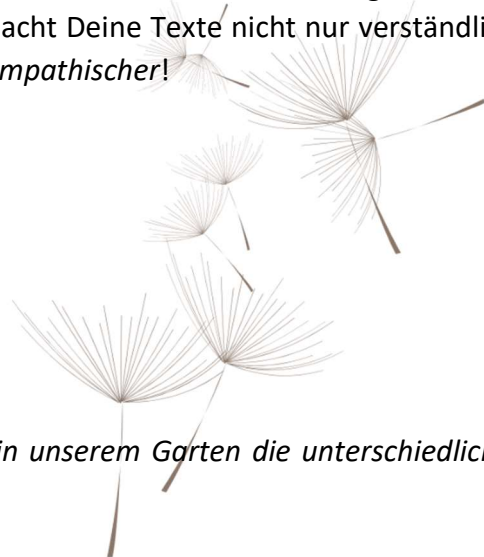
Die Wohnung hat einen Balkon

Das klingt steif und schriftsprachlich:

Wir haben großen Wert darauf gelegt, dass sich in unserem Garten die unterschiedlichsten Pflanzen und Blumen wiederfinden.

So klingt es nach echter Sprache:

Uns war es wichtig, dass in unserem Garten die unterschiedlichsten Pflanzen und Blumen wachsen.



Tipp 10: Schreib für Deine Zielgruppe

Komplex, einfach, flapsig oder formell? Überlege Dir, *für wen* Du Deinen Text schreibst, bevor Du loslegst.

Stell Dir zum Beispiel diese Fragen:

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Was wissen sie bereits, welche Begriffe kennen sie garantiert?
- Womit würde ich sie eher langweilen oder gar verunsichern?
- Womit würde ich sie unterhalten oder informieren?
- Wie viel Zeit bringen sie mit?
- Und wie möchten sie am liebsten angesprochen werden?

Achtung! Manchmal höre ich den Satz „Also, *MEINE Zielgruppe weiß das...*“ – und dann werden Fachbegriffe ohne Ende verwendet. Mach Dir bitte klar, dass Du Dich möglicherweise auch an Menschen richten möchtest, die noch ganz am Anfang stehen, sich mit Deinem Thema zu beschäftigen.

Auch für den Inhalt hilft es, Dir folgende Fragen zu stellen:

- Richte ich mich eher an Männer oder Frauen?
- Wie alt sind sie?
- In welchem Job arbeitet mein Publikum und in welcher Position?
- Wie leben sie?
- Welche Online-Kanäle benutzt meine Zielgruppe am liebsten?
- Welche Ziele und Wünsche hat sie?
- Wo befinden sich ihre Schmerzpunkte bzw. welches „Problem“ haben sie?

Je besser Du all dies weißt, desto besser kannst Du Beispiele im Text auf die Lebenswelt dieser Menschen zuschneiden. Du kannst ihr Vokabular benutzen und ihre Hoffnungen, Ziele und Wünsche anklingen lassen (in genau den Worten, die sie auch benutzen würden).

Das Ergebnis: Diese Menschen werden Deine Texte als besonders authentisch wahrnehmen. Sie bauen Vertrauen zu Dir auf und die Hürde, Kontakt zu Dir aufzunehmen wird geringer.



Du hast 8 Sekunden!

...hahaaa...natürlich nicht, um einen Beitrag zu erstellen, aber um die Aufmerksamkeit Deiner potenziellen Kund*innen zu catchen.

Neurowissenschaftler der Stanford University haben herausgefunden, dass Menschen vor rund 15 Jahren noch in der Lage waren Ihre Aufmerksamkeit im Durchschnitt **13 Sekunden** lang auf einen Text, ein Video oder ein Audio zu richten. Erst nach dieser Zeit entschieden sie, ob sie das Thema genug interessiert, um bis zum Ende dranzubleiben.

Heute sind es nur noch **8 Sekunden** (dank allgegenwärtiger Medien und Internetpräsenz per Smartphone).

Das bedeutet, **Du hast ganze 8 Sekunden Zeit, um Deine potenziellen Kund*innen so abzuholen**, dass sie Deinem Text, Deinem Video oder Deinem Audio bis zum Ende folgen.

Lass es uns heute einmal anhand Deiner Gründungs-Story näher beleuchten.

Deine Gründungs-Story

Wann immer Du Menschen für Dich und Dein Business begeistern willst, kannst Du deine Gründungs-Story an die Frau bzw. an den Mann bringen.

Also zum Beispiel:

- Bei einem Vortrag
- Beim E-Mail-Marketing
- In einem Verkaufs-Gespräch oder Pitch
- Im Interview mit Journalisten
- In Social Media
- In Webinaren
- Auf deiner Webseite



Natürlich sollte es thematisch passen. Doch selbst, wenn nicht explizit nach den ersten Gehversuchen in Deinem Business' gefragt wurde – eine Verknüpfung lässt sich immer schnell finden! Zum Beispiel so:

„Das ist eine interessante Frage! Da muss ich an diesen einen Tag vor X Jahren denken. Damals...“

„Um das zu erklären, muss ich etwas ausholen – und von einem Tag vor X Jahren erzählen. Damals...“

„Bevor wir loslegen, möchte ich gern noch erzählen, warum ich eigentlich tue, was ich tue. Alles begann an einem Tag vor X Jahren. Damals...“

Aufmerksamkeits-Killer, die Du meiden darfst

- Mach es nicht unnötig kompliziert und verheddere Dich nicht. Eine *gute* Geschichte hat einen klaren Aufbau.
- Verzichte beim Erzählen oder Schreiben auf Abstecher nach links und rechts. Geh nur dann ins Detail, *wenn es Deiner Geschichte dient*.
- Bring nicht zu viele sachliche Informationen unter. Eine gute Geschichte lebt von *Handlung*, nicht von Jahreszahlen oder einer Liste an Ausbildungen.
- Verfall nicht in Schwurbel-Arien – erzähle die Wahrheit. Wie war es damals wirklich? Wo tat es richtig weh? Und was ist dann aus diesem Schmerz entstanden?
- Kling nicht wie eine Werbebroschüre. Ein Satz wie „*Mein schöner Massageraum im wunderschönen Kassel, steht meinen Kundinnen nicht zur zum Entspannen und Wohlfühlen zur Verfügung. Seit 1998 biete ich hier auch Coachings und energetische Kartenlegungen an.*“ hat im Storytelling absolut nichts zu suchen.
- Meide *gewählte Ausdrucksweise* à la „*Im Jahre 2012 erlangte ich die Zulassung als Masseurin*“ – solche Sätze sind absolutes Gift für gute Geschichten (denn wer sagt im echten Leben schon „im Jahre“ oder „erlangte“?).



So funktioniert eine spannende Gründungsgeschichte

Element 1: Eine Heldin

Um eine Geschichte zu erzählen, brauchst Du eine Heldin. Das Wort „Heldin“ klingt natürlich erst mal etwas „drüber“ – es geht schlicht um eine handelnde Person – in Deiner Gründungsgeschichte bist höchstwahrscheinlich Du das. Mit Dir als Heldin werden die Zuhörenden mitfiebern!

Hier ein kleiner roter Faden, was in eine gute Gründungs-Story reingehört:

- Wie kam Dir die Idee für Dein Unternehmen?
- Was war Dein auslösendes Erlebnis?
- Welche negative Erfahrung hast Du gemacht, die andere sich sparen können (dank Deiner Geschäftsidee)?

Wichtig ist also, dass es eine, maximal zwei Personen gibt, um die es in Deiner Gründungsgeschichte geht. Gesichtslose Unternehmens-Erzählungen (*Mein schöner Massageraum im wunderschönen Kassel...*) gehören damit der Vergangenheit an.

Element 2: Erzähle mit welchen Themen und Problemen Du Dich befassen musstest

Okay...Du hast nun also eine Heldin – Das bist Du. Frage Dich nun, was los war, BEVOR Du Dein Business gegründet hast.

- Welche Hürden standen vor Dir?
- Wie haben sie sich konkret gezeigt? Gib Beispiele!
- Was hat das mit Dir gemacht, wie hast Du Dich gefühlt?

Auch wenn Du es liebst...vermeide bitte das emotionskillende Wort „Herausforderungen“ – das löst in niemandem etwas aus! Viel knackiger, weil alltagsnäher sind Formulierungen wie:

- „Es war der Horror“
- „Damit hatte ich echt zu kämpfen“
- „Ich wusste nicht mehr weiter“
- „Ich hatte keine Ahnung, wie ich da rauskommen sollte“
- „Es war unglaublich frustrierend“

Schildere die Schmerzpunkte und beschreibe dabei auch Details. Denn durch Beschreibungen nimmst Du Deinen Zuhörer mit rein, in die Situation und lässt in ihren Köpfen etwas entstehen wie : „Oh Wow, das war wirklich eine Scheiß-Situation!“

Damit holst Du sie kurzfristig Dein Emotionsfeld – das ist die Kunst des Geschichtenerzählens!

Element 3: Greife einen Turning Point-Moment heraus

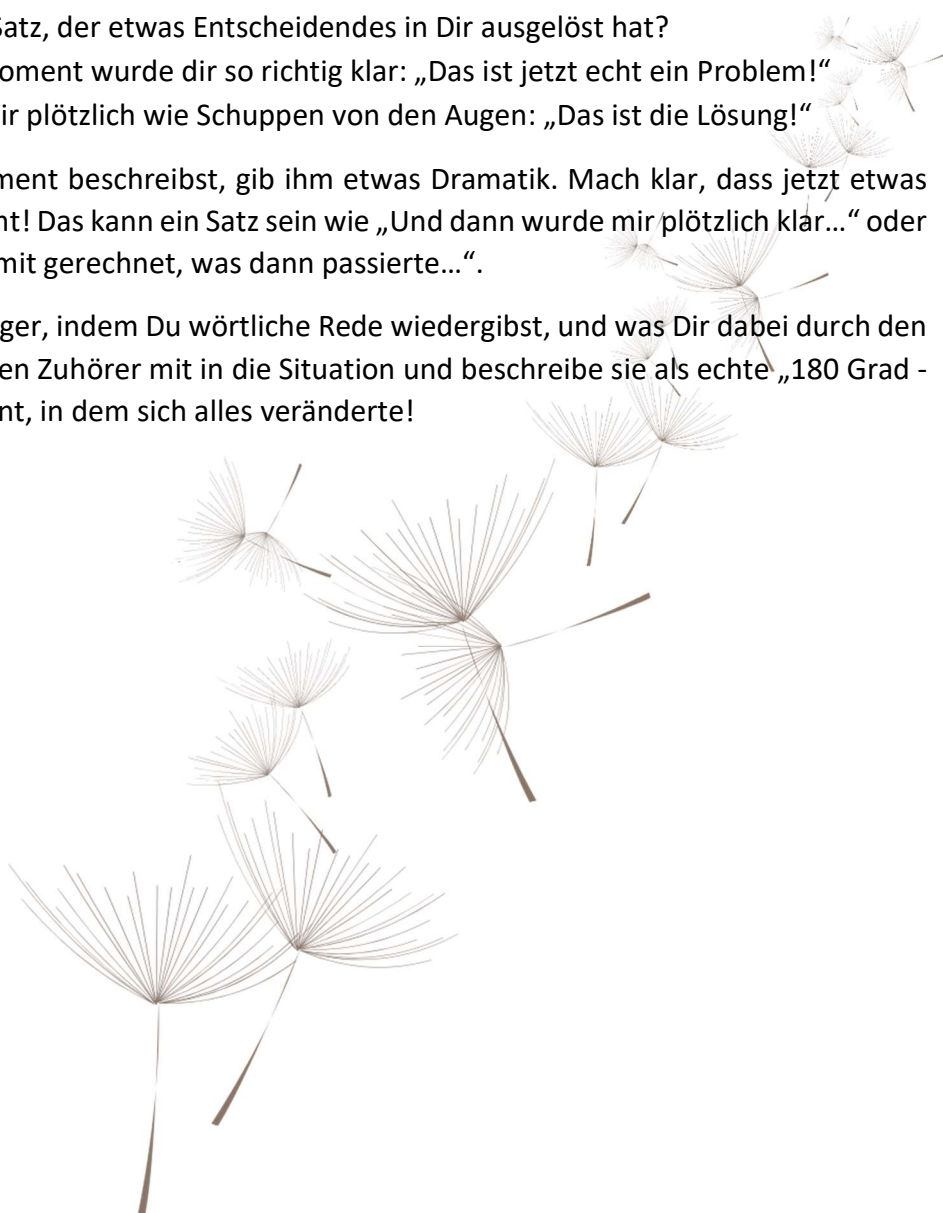
Gibt es einen Moment, den Du rückblickend als „Auslöser“ bezeichnen könntest? Beschreibe ihn!

In einem guten Film ist das der Punkt, an dem sich die Probleme bis zum Gehtnichtmehr auf türmen und der Held/die Heldin etwas erlebt, das ihn/sie zu einer Entscheidung bringt. Oder es passiert etwas, das für sie Helden **alles** verändert. Im Storytelling wird dies auch „Klimax“ oder „Turning Point“ genannt. Diese Fragen helfen dir dabei, einen Moment herauszugreifen:

- In welchem Moment wurde Dir klar: „Das will ich machen!“?
- In welchem Moment dachtest Du: „So kann es nicht weitergehen!“?
- Welche Begegnung/welches Erlebnis hat Dir eine besonders wichtige Erkenntnis gebracht?
- Gab es einen Satz, der etwas Entscheidendes in Dir ausgelöst hat?
- In welchem Moment wurde dir so richtig klar: „Das ist jetzt echt ein Problem!“
- Wann fiel es Dir plötzlich wie Schuppen von den Augen: „Das ist die Lösung!“

Wenn Du diesen Moment beschreibst, gib ihm etwas Dramatik. Mach klar, dass jetzt etwas Entscheidendes kommt! Das kann ein Satz sein wie „Und dann wurde mir plötzlich klar...“ oder „Ich hätte niemals damit gerechnet, was dann passierte...“.

Mach es noch lebendiger, indem Du wörtliche Rede wiedergibst, und was Dir dabei durch den Kopf ging. Nimm deinen Zuhörer mit in die Situation und beschreibe sie als echte „180 Grad -Wende“ – den Moment, in dem sich alles veränderte!



Element 4: Erzähle, was dieser Moment verändert hat

Eine gute Geschichte braucht eine Art „*Moral von der Geschichte*‘...“ – die Heldin überwindet ihre Hürden und geht verändert und gestärkt daraus hervor. Deine Zuhörer*innen dürsten nach einem „**happy end**“!

Erzähle deshalb nun zum Beispiel:

- Was hat der auslösende Moment verändert?
- Welches Resultat hatte er?
- Welche konkreten Auswirkungen hatte Deine grundlegende Erkenntnis?
- Inwiefern wurde daraufhin „alles gut“?

Hier musst Du nicht so sehr in die Tiefe gehen. Manchmal reichen Sätze wie „In den Jahren danach haben ich Schritt für Schritt mein Business aufgebaut – und X Menschen geholfen, ihren Traum von Y zu verwirklichen.“ Oder ein Satz wie „Deshalb habe ich mein XY gegründet – damit niemand mehr Z erleben muss.“

Du kannst auch die größten Erfolge seit dem auslösenden Moment auflisten. Da Erfolge – anders als Probleme – Menschen eher weniger fesseln, reichen hier ein paar wenige Sätze.

Sie sind aber genauso wichtig wie der Rest!

Was Du **seit** dem auslösenden Moment erschaffen hast, ist Dein „**happy end**“ – und rundet Deine Geschichte ab.

Freude am Üben Tag 1:

Eine gute Gründungsstory ist der Türöffner für potenzielle Kund*innen. Sie gehört auf jede Homepage und überall dorthin, wo Du Dich mit Deiner Arbeit präsentierst (z.B. Social Media oder auch in Kurzform in JEDES VIDEO – JEDEN WORKSHOP)

Schreibe heute Deine Gründungsstory. Wenn Du dabei meine Tipps des heutigen Tages beherzigst, wird sie mit Sicherheit **Wind unter den Blütenblättern Deiner Sichtbarkeit sein!**

Bis morgen!

Ariane

