

Herzlich willkommen zu Texte richtig optimieren

1

10 Redigierschritte im Überblick

2

Aufgabe: Text redigieren

3

Gemeinsamer Austausch

Beim **Redigieren** sind insgesamt **10 Schritte** notwendig, um Texte hinsichtlich ihrer Verständlichkeit zu prüfen und zu optimieren. Wichtig hierbei ist, die einzelnen Schritte in **einem Zug durchzuführen**. Dadurch spüren Sie Optimierungspotentiale auf, die Sie schnell umsetzen können. Dies führt dazu, dass Sie in Ihren Texten die relevantesten **Kernaussagen** auf den Punkt bringen.

Textlänge



Briefe

- ➔ Textlänge hängt vom **Zweck** und der **Beziehung** zwischen Sender und Empfänger ab
- ➔ Ein geschäftlicher Brief umfasst ca. **3-4 Absätze**, sodass er noch auf eine DIN A4-Seite passt



E-Mails

- ➔ Hier gilt die **Faustregel**: So kurz wie möglich, so lange wie nötig
- ➔ Eine **Werbemail** umfasst etwa **100 – 200 Wörter**.



Newsletter

- ➔ Newsletter sind dazu gedacht, **Interesse zu wecken** und Informationen zu Produkten bereitzustellen
- ➔ Newsletter weisen eine Länge von etwa **600 Wörtern** auf.

Textlänge



Pressemitteilung

- ➔ **5 W-Fragen** „Wer, Was, Wo, Wann, Warum“ sollten **beantwortet** werden
- ➔ **300 – 400 Wörter lang**



Homepage-Texte

- ➔ **Keine** festen **Längenvorgaben**
- ➔ **Einzigartige Inhalte** anbieten

Absatzlänge

Die Länge der Absätze beeinflusst die Lesbarkeit eines Textes. Typischerweise besteht ein Absatz aus **etwa 5 Zeilen**. Denn kürzere Absätze sind einladender und erleichtern das Lesen. Wenn Sie längere Absätze entdecken, empfehlen wir, sie mit **geschweiften Klammern** zu markieren. Dadurch signalisieren Sie, dass es hier Optimierungsbedarf gibt.

Satzlänge

Zur besseren Orientierung erhalten Sie nun einige **Richtwerte**:



Gemäß der **DPA** liegt die Obergrenze für die optimale Verständlichkeit bei **9 Wörtern** pro Satz.



Der Sprachwissenschaftler **Erich Strassner** meint: Wenn man Reden hält, sollte man nach **14 Wörtern** eine Sprechpause anbieten.



Die **Bildzeitung** in der gedruckten Ausgabe hat um die **12 Wörter** pro Satz.



Je anspruchsvoller die Texte, desto länger die Sätze. Beispiele hierfür sind Thomas Mann, Doktor Faustus oder Hermann Broch. Sie nutzen in ihren Werken **92 Wörter pro Satz**.

Tipps zum Kürzen langer Sätze

 Picken Sie sich Elemente eines **langen Satzes** heraus

 Picken Sie sich **Relativsätze** heraus

Egal ob Sie Textinhalte **kürzen** oder **streichen**: In allen Fällen ist es wichtig, dass Sie sich detailliert genug in Ihrem Themengebiet auskennen. Wer unwissend dabei ist, einen Text neu zu formulieren, läuft Gefahr, **wichtige Textpassagen** wegzulassen oder falsch zu interpretieren.

Tipps zum Kürzen langer Sätze



Ein Satz = eine Aussage



Punkte bieten **Lesepausen** und verdeutlichen, dass ein Gedanke abgeschlossen ist.



Streichen Sie Dopplungen



Damit sind auch Aussagen gemeint, die in einem **anderen Wortlaut** wiederholt werden.

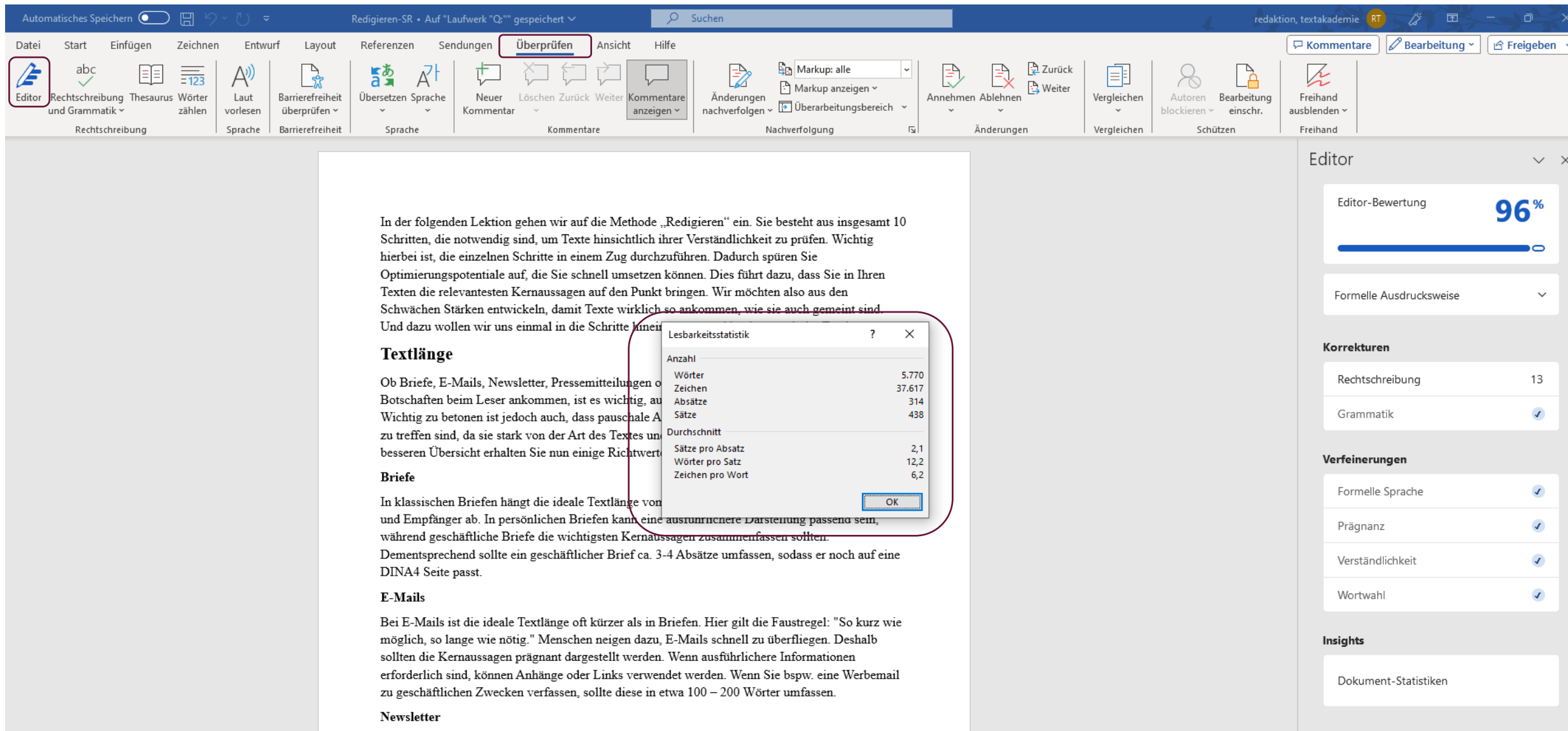
Wortlänge



Wörter, die **mehr als 5 Silben** enthalten, sind zu lange



Feststehende Fachbegriffe sollten ausgeschrieben werden. Es sei denn, es existiert eine **allgemeingültige Abkürzung**.



The screenshot shows the Textakademie Editor interface. The 'Überprüfen' (Check) tab is selected in the top ribbon. A dialog box titled 'Lesbarkeitsstatistik' (Readability Statistics) is open, displaying the following data:

Lesbarkeitsstatistik	
Anzahl	
Wörter	5.770
Zeichen	37.617
Absätze	314
Sätze	438
Durchschnitt	
Sätze pro Absatz	2,1
Wörter pro Satz	12,2
Zeichen pro Wort	6,2

The main text area contains the following content:

In der folgenden Lektion gehen wir auf die Methode „Redigieren“ ein. Sie besteht aus insgesamt 10 Schritten, die notwendig sind, um Texte hinsichtlich ihrer Verständlichkeit zu prüfen. Wichtig hierbei ist, die einzelnen Schritte in einem Zug durchzuführen. Dadurch spüren Sie Optimierungspotentiale auf, die Sie schnell umsetzen können. Dies führt dazu, dass Sie in Ihren Texten die relevantesten Kernaussagen auf den Punkt bringen. Wir möchten also aus den Schwächen Stärken entwickeln, damit Texte wirklich so ankommen, wie sie auch gemeint sind. Und dazu wollen wir uns einmal in die Schritte hinein

Textlänge

Ob Briefe, E-Mails, Newsletter, Pressemitteilungen oder Botschaften beim Leser ankommen, ist es wichtig, auf die Textlänge zu achten. Wichtig zu betonen ist jedoch auch, dass pauschale Aussagen zu treffen sind, da sie stark von der Art des Textes und dem Kontext abhängen. Um einen besseren Überblick zu erhalten, haben wir einige Richtwerte zusammengestellt.

Briefe

In klassischen Briefen hängt die ideale Textlänge von der Länge des Briefes und dem Empfänger ab. In persönlichen Briefen kann eine ausführlichere Darstellung passend sein, während geschäftliche Briefe die wichtigsten Kernaussagen zusammenfassen sollten. Dementsprechend sollte ein geschäftlicher Brief ca. 3-4 Absätze umfassen, sodass er noch auf eine DIN A4 Seite passt.

E-Mails

Bei E-Mails ist die ideale Textlänge oft kürzer als in Briefen. Hier gilt die Faustregel: "So kurz wie möglich, so lange wie nötig." Menschen neigen dazu, E-Mails schnell zu überfliegen. Deshalb sollten die Kernaussagen prägnant dargestellt werden. Wenn ausführlichere Informationen erforderlich sind, können Anhänge oder Links verwendet werden. Wenn Sie bspw. eine Werbemail zu geschäftlichen Zwecken verfassen, sollte diese in etwa 100 – 200 Wörter umfassen.

Newsletter

Yoast SEO

SEO Lesbarkeit Schema Social-Media

Analyseergebnis ?

^ Probleme (4)

- Wortkomplexität: Ist Ihr Wortschatz für ein größeres Publikum geeignet? [Yoast SEO Premium](#) wird es Ihnen verraten!
- [Aufeinanderfolgende Sätze](#): Der Text enthält 3 aufeinanderfolgende Sätze, die mit demselben Wort beginnen. [Versuchen Sie es mit etwas mehr Abwechslung!](#)
- [Verwendung von Zwischenüberschriften](#): 1 Abschnitt Ihres Textes ist länger als 300 Wörter und ist nicht durch Zwischenüberschriften getrennt. [Fügen Sie Zwischenüberschriften hinzu, um die Lesbarkeit zu verbessern.](#)
- [Bindewörter](#): Nur 8.6% der Sätze enthalten Bindewörter. Das reicht nicht aus. [Verwenden Sie mehr davon.](#)

^ Gute Ergebnisse (3)

- [Passive Sätze](#): Sie benutzen genug aktive Sätze. Sehr gut!
- [Absatzlänge](#): Keiner der Absätze ist zu lang. Gut gemacht!
- [Satzlänge](#): Großartig!

The screenshot displays the LanguageTool web application. At the top, the browser address bar shows 'languagetool.org/de'. The website header includes the LanguageTool logo, navigation links for 'Rechtschreibprüfung', 'Text umschreiben', 'Premium', and 'Mehr', along with buttons for 'Registrieren / Einloggen' and 'Zu Opera hinzufügen'. The main heading is 'Mehr als eine Rechtschreibprüfung', followed by a description of the tool as a KI-based comma, grammar, and spelling checker. A large text input area is provided with the placeholder 'Text hier einfügen oder eintippen, um ihn zu prüfen ...'. Below this are buttons for 'Beispieltext einfügen' and 'Word-Dokument prüfen'. On the right, a sidebar offers 'Korrigieren' and 'Umformulieren' options, featuring a cartoon character and the prompt 'Bereit loszulegen? Einfach Text eintippen oder einfügen'. At the bottom of the sidebar, there is a toggle for 'Akribischer Modus' with a 'NEU' label.

Fachbegriffe und Modewörter

-  Wie stehen Sie zu Anglizismen, Slang und **Jugendsprache**?
-  Passen **Modewörter** zum Unternehmen und den Produkten?
-  Wie werden Anglizismen von der **Zielgruppe** wahrgenommen?

Substantivierungen

Substantivierungen sind Wörter, die von **anderen Wortarten**, wie Verben oder Adjektiven, abgeleitet werden und dabei die Eigenschaften von Substantiven annehmen. Im Grunde genommen werden sie als **Nomen verwendet** und bezeichnen Personen, Dinge, Orte oder Ideen.

-ung

Erhöhung
Einigung
Vermutung

-heit

Freiheit
Klarheit
Gelassenheit

-um

Minimum
Optimum
Zentrum

-nis

Erfordernis
Hindernis
Erlebnis

Warum sind Modalverben und Konjunktive wichtig



Ausdruck von Möglichkeit und Wahrscheinlichkeit

- ➔ Geben **Auskunft** über die Möglichkeit oder **Wahrscheinlichkeit** einer Handlung
- ➔ Vermitteln **Unsicherheit** oder **Gewissheit** einer Aussage

Wir könnten den Fall gewinnen, wenn wir genügend Beweise vorlegen **können**, die Ihre Ansprüche unterstützen.

Warum sind Modalverben und Konjunktive wichtig



Ausdruck von Notwendigkeit und Verpflichtung

- ➔ Verben wie **müssen** und **sollen** drücken Notwendigkeit, Verpflichtung oder Empfehlung aus
- ➔ Sie geben an, dass eine Handlung **erforderlich** oder wünschenswert ist

„Ihr solltet euch rechtzeitig für die Prüfungen anmelden, da späte Anmeldungen nicht akzeptiert werden.“ Das Modalverb „**solltet**“ drückt hier eine dringende **Empfehlung** aus, die auf den Vorschriften der Prüfungsordnung basiert und sicherstellt, dass die Studierenden ihre Prüfungstermine nicht verpassen.“

Warum sind Modalverben und Konjunktive wichtig



Höflichkeit

➔ „Können“ wirkt höflicher als „müssen“

„**Könntest** du mir bitte den Bericht bis morgen Vormittag zukommen lassen?“

Modalverben und Konjunktive

„Die Richtigkeit Ihrer Angaben muss
bestätigt werden.“



„Bitte **bestätigen** Sie Ihre Angaben.“

„Hier können Informationen **angefordert werden.**“



„**Fordern** Sie hier die Informationen an.“

„Ich **würde** mich über einen Anruf
freuen.“



„**Rufen Sie** mich an.“

Modalverben und Konjunktive

Allerdings existieren auch bestimmte **Berufszeige**, wie etwa die Versicherungs- und Finanzbranche, in denen Modalverben und Konjunktive **unverzichtbar** sind. Des Weiteren sind Modalverben essenziell, um Aussagen **juristisch exakt** zu formulieren.

Bewerben von Versicherungen

„Wenn Sie eine Reise planen, **könnte** eine Reiseversicherung sinnvoll sein, um unvorhergesehene Ereignisse abzudecken.“

„Angenommen, Sie **hätten** gesundheitliche Probleme während eines Auslandsaufenthalts. Hier **könnte** eine Auslandskrankenversicherung Ihnen finanzielle Belastungen ersparen.“

„Stellen Sie sich vor, Ihre wertvollen Besitztümer wären durch Naturkatastrophen gefährdet. In solchen Fällen **könnte** eine Hausratversicherung Ihnen Sicherheit bieten.“

In diesen Fallbeispielen wird der **Konjunktiv** verwendet, um eine **hypothetische Situation** zu beschreiben, in der die potenziellen Kunden von den Vorteilen der Versicherung **profitieren** könnten. Der Konjunktiv wird eingesetzt, um eine gewisse Distanz zur Realität zu wahren und gleichzeitig den möglichen Nutzen der **Versicherung** hervorzuheben.

Finanzbranche und Kredite bewerben

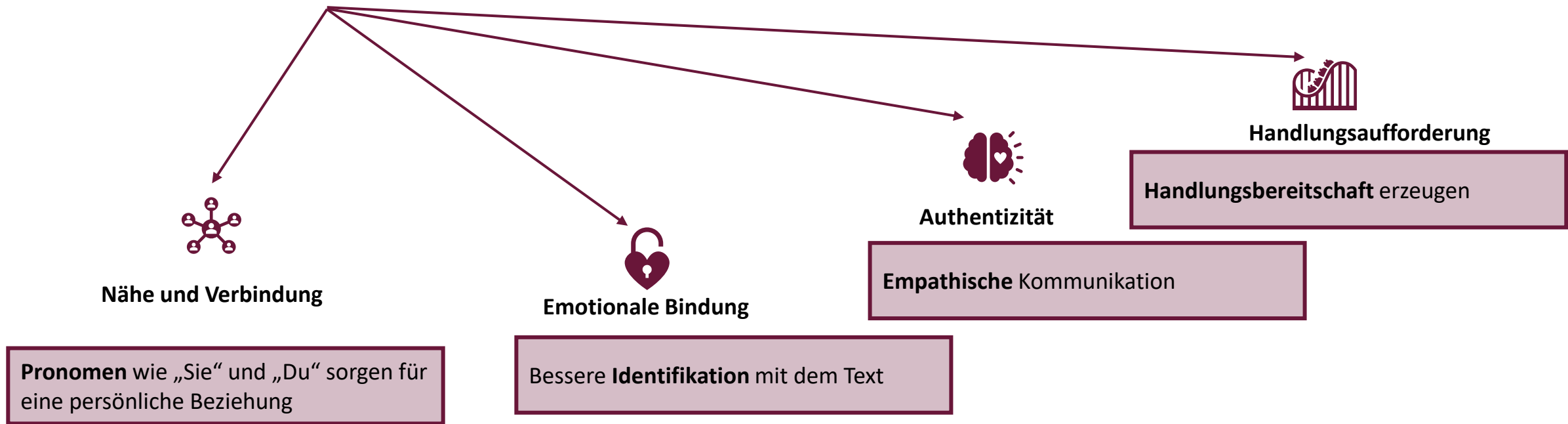
"Stellen Sie sich vor, Sie **hätten** die Möglichkeit, mit einem günstigen Ratenkredit Ihre lang ersehnte Urlaubsreise anzutreten und unvergessliche Momente zu erleben."

"Wenn Sie vorhaben, Ihre Wohnung neu zu gestalten, **könnten** Sie von niedrigen Zinsen profitieren. Und gleichzeitig Ihr Zuhause nach eigenen Vorstellungen verwirklichen."

"Angenommen, Sie **könnten** von exklusiven Kreditkonditionen profitieren, um Ihre beruflichen Pläne zu verwirklichen – sei es die berufliche Weiterbildung oder die Gründung Ihres eigenen Unternehmens."

Durch die Nutzung des Konjunktivs wird die **Vorstellungskraft** der Leser **angeregt**. In diesem Sinne werden sie dazu ermutigt, sich mit den vorgestellten Möglichkeiten auseinanderzusetzen. Der Fokus liegt hauptsächlich auf den **zinsgünstigen Krediten**. Diese helfen Lesern, Träume zu realisieren.

Persönliche Ansprache



Beispiel Social Media Posts

"Hey liebe Community, wir freuen uns, euch mitteilen zu können, dass unser neues Produkt endlich verfügbar ist! 🚀 schaut vorbei und entdeckt, was wir für euch vorbereitet haben. Eure Meinung ist uns wichtig, also teilt uns mit, was ihr denkt! #NeuesProdukt #EureMeinungZählt"

Analyse:

- **Informelle Anrede** „Liebe Community“ soll eine positive und **lockere Atmosphäre** schaffen
- Interaktion wird gefördert durch die **Aufforderung** zur Meinungsäußerung

Negative Aussagen

Sei es in der schriftlichen Kommunikation oder in der gesprochenen Form: Unser Gehirn hat Schwierigkeiten **Verneinungen** richtig zu **verarbeiten**. Demzufolge interpretieren wir Negationen häufig anders, als ursprünglich beabsichtigt wurde. Aus diesem Grund ist es notwendig, diese ausfindig zu machen und umzuformulieren.

-un

unglücklich
unmöglich
unabhängig

-in

inaktiv
intransparent
undefinierbar

-miss

missverstehen
misslingen
missraten

Nachsilben

-los (Mangel)
zahnlos
hoffnungslos
ziellos

**-arm
(Abwesenheit)**
arbeitsarm
einkommensar
m



Nicht alle Wörter mit den hier beschriebenen Vor- und Nachsilben sind zwangsläufig **negativ konnotiert**.

Negative Redewendungen

„Die Rasenfläche nicht betreten.“



„Bitte bleiben Sie auf den Wegen.“

„Ich habe keine Zeit dafür.“



„Mein Zeitbudget ist momentan begrenzt.“

- Nicht alle **Redewendungen** sind positiv konnotiert
- **Unerwünschte** Bilder werden erzeugt
- Alternativen für problemlos sind **machbar**, lösbar, möglich

Vorteile



Worthülsen

- Phrasen ohne konkrete Bedeutung und mit **wenig Tiefgang**
- **Positive Eigenschaften** und Vorteile sollen damit in Werbetexten betont werden
- Ein Beispiel für solch eine Floskel ist „**innovativ**“

Nach drei Jahren **intensiver Forschungen** ist es uns gelungen, eine bahnbrechende KI-gesteuerte Logistikplattform zu entwickeln. Diese hat die durchschnittlichen Lieferzeiten um **30% verkürzt**.

Betreff: Anfrage bezüglich der Teilnahme an staatlich geförderten Weiterbildungskursen

Sehr geehrte Damen und Herren,
im Rahmen der Suche nach Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung wurde die Kenntnisnahme der durch den Staat angebotenen Förderprogramme für Weiterbildungskurse, die nicht nur die Qualifikationen der Teilnehmer erweitern, sondern auch deren Chancen auf dem Arbeitsmarkt signifikant verbessern können, vollzogen. Es ist davon auszugehen, dass die Inanspruchnahme solcher Förderungen eine erhebliche Unterstützung darstellt, jedoch ist die Komplexität der Beantragungsprozesse nicht zu unterschätzen, was die Bemühungen erschweren könnte, zeitgerecht die notwendigen Mittel zu akquirieren.

Des Weiteren besteht ein großes Interesse daran, detaillierte Informationen über die spezifischen Anforderungen, die an die Bewerber gestellt werden, zu erhalten, da es nicht selten vorkommt, dass die Informationsbereitstellung seitens der zuständigen Behörden zu wünschen übrig lässt und die Transparenz der Kriterien oft zu kurz kommt.

Die Erwartung, dass durch Ihre Unterstützung die benötigten Informationen bezüglich der Kursinhalte, des Anmeldeverfahrens sowie der Fristen zur Einreichung der Anträge bereitgestellt werden, ist daher hoch. In Erwartung Ihrer Rückmeldung, die hoffentlich alle notwendigen Informationen umfasst, um eine fundierte Entscheidung treffen zu können, verbleibe ich mit der Hoffnung auf eine positive Klärung der aufgeworfenen Fragen und Probleme, um eine zufriedenstellende Teilnahme an den Weiterbildungsprogrammen sicherstellen zu können.

Betreff: Infos zu staatlichen Weiterbildungsförderungen erbeten

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich interessiere mich für die staatlich geförderten Weiterbildungskurse. Diese Programme könnten meine beruflichen Qualifikationen und meine **Chancen** auf dem Arbeitsmarkt erheblich **verbessern**. Bitte senden Sie mir detaillierte Informationen zu den Anforderungen und dem Bewerbungsverfahren zu.

Ich möchte gerne mehr über die Kursinhalte, die Anmeldeverfahren und die Fristen für die Antragstellung erfahren. Ihre **Unterstützung** hilft mir, eine fundierte **Entscheidung zu treffen**.

Ich freue mich auf Ihre **schnelle Rückmeldung**, damit ich alle notwendigen Schritte rechtzeitig planen kann.