



Stellschrauben für bessere und überzeugendere Texte

Jeder hat seine eigene Art des Schreibens. Unser Werkzeugkasten als Ghostwriter enthält die folgenden 24 Stellschrauben, an denen wir schreibtechnisch „drehen“ können. Diese entsprechen dem neuesten Stand der Technik des Schreibens und der Psychologie des Schreibens, einschließlich der Erkenntnisse der Neurowissenschaften.

Besonderen Wert legen wir dabei auf die kommunikationspsychologische und didaktische Aufbereitung von Inhalten. Denn letztlich geht es bei Publizieren um Überzeugungsarbeit und damit um die Wirkung einer Publikation auf den Leser: Wie schaffe ich es, dass der Leser „Ja“ zu den Inhalten und zu mir als Autor sagt?

Hinweis: Der Stellschrauben-Katalog stellt das Maximal-Programm dar. Je nach Publikations-Projekt können einzelne Punkte auch weniger oder gar nicht relevant sein. Darüber entscheidet immer der Auftraggeber. Die nachfolgende Gruppierung der Erfolgsfaktoren für Texte soll lediglich eine grobe Einschätzung ihrer Relevanz ermöglichen.

Hard-Facts

- „Roter Faden“ / übersichtliche Struktur / dramaturgischer Aufbau
- Gelungener Einstieg: saubere Themen-Abgrenzung + Bedeutungs-Rahmen setzen + Lesemotivation schaffen
- Satzbau / Satzlänge
- Korrekte Grammatik, z. B. Verwendung von Indikativ vs. Konjunktiv
- Wortwahl / Wortlänge
- Subjekt-Wahl: ich – wir – Sie – man
- Abstrakte Beschreibungen vs. konkrete Formulierungen (Beispiele / Story-Telling)
- Stimmiges Verhältnis von Detaillierung vs. Überblick („big picture“)
- Verwenden von Vergleichen, Metaphern und Zitaten
- Vermeiden von Weichmachern, Füllwörtern und Wortdoppelungen
- Vermeiden von unnötigen Passiv-Formulierungen
- Mehr Verben verwenden, sich weniger substantivisch ausdrücken

- Lesergerechte Darstellung von Aufzählungen und Zahlen-Daten-Fakten
- Den Nutzen für den Leser darstellen

Soft-Facts

- Dialogisches Schreiben
- Wie gut passt die psychologische Struktur des Textes zur psychologischen Struktur der Leser? (Kommunikations-Werkzeug, damit sich die Leser maximal angesprochen fühlen)
- mögliche „Einwände“ von Lesern antizipieren und damit argumentativ umgehen
- Überzeugungskraft durch begründenden Sprachstil, Kontrast-Technik und weitere Werkzeuge aus der Kommunikation
- Formulierungen bedienen alle Sinneskanäle: visuell – auditiv – kinästhetisch („Lerntypen“)
- Vermeiden unerwünschter Text-Interpretationen durch den Leser auf den vier Ebenen der Kommunikation (4-Ohren-Modell)
- Wahrnehmung des Autoren-Status (Hochstatus vs. „auf Augenhöhe“ vs. Tiefstatus) durch den Leser
- Beschreibende Aussagen vs. wertende Aussagen
- Themen-gerechtes Text-Grafik-Verhältnis
- Auflockernde Gestaltungsmittel: Info-Boxen, Zusammenfassungen, Checklisten, FAQs etc.
- Lese-fördernde Darstellungsformen: Frage-Antwort-Form/Interview, Listicles etc.

Herausgeber:

Dr. Teipel – Ghostwriting ■ Steigle 9 ■ 72160 Horb ■ Telefon 07451.623470 ■ info@teipel-ghostwriting.de ■ www.teipel-ghostwriting.de