



Printbereich

Tipps zum Sprachgebrauch

Zielgruppenorientierter Sprachgebrauch – damit haben Sie im Grunde bereits (fast) alles richtig gemacht.

Wie erfahren Sie, ob der Ton richtig gewählt ist? Den Textentwurf der entsprechenden Zielgruppe vorlegen – und dann nicht beleidigt sein, wenn' Kritik hagelt.

Natürlich müssen Sie nicht alles übernehmen, denn auch die Zielgruppe wird sich ein wenig an IHREN Sprachgebrauch gewöhnen. Wägen Sie ab, ob Sie leicht verständlich sein wollen oder ob sich die Bibliothek einen bestimmten Status „heraushängen lassen“ möchte.

Füllwörter und Wortungetüme vermeiden – damit werden die Sätze prompt kürzer, der Inhalt klarer und die Lust zum Weiterlesen größer. Probieren Sie es am nächsten Satz aus. *Versuchen Sie anhand dieses Beispieltextes, der an und für sich relativ klar sein dürfte, noch einmal eine weitere Kürzung zu erreichen.* * Lösung: 2-3 Worte

Lange Sätze kürzen – entweder durch schlichtes Weglassen oder durch Aufteilen der Inhalte. Weniger Komma, mehr Punkt. In Info-Materialien genügen meist Stichwörter und Tabellenübersichten statt ganzer Sätze. Das ist nicht unhöflich, sondern zuvorkommend. Siehe auch "Checkliste Werbemitteltypus".

Fach- und Fremdwörter sowie Abkürzungen mit Verstand einsetzen. Dabei nie die Zielgruppe und deren Vorkenntnisse aus den Augen verlieren. Abkürzungen bei erster Nennung auflösen.

Ausrufungszeichen sparsam einsetzen !!!!!!! Warum wollen Sie einen Satz mehr gewichten als den anderen? Sind die anderen Sätze denn weniger wichtig? Dann könnten Sie diese doch weglassen! Nein??? Es sind alle Sätze wichtig? Dann erübrigt sich jegliches Ausrufungszeichen! Oder etwa nicht?!