

Leserorientiert und sprachlich korrekt korrespondieren

Seminar
T 03

Die schriftliche Korrespondenz eines Unternehmens mit Außenstehenden muss gleich mehreren Anforderungen gerecht werden: Die Textinhalte dürfen vom Leser hinsichtlich der Sachinhalte nicht missverstanden werden, sollen bei ihm keine ungewollten Gefühle wecken und durch korrekte Schreibweise sowie ansprechende Formulierungen ein positives Bild des Unternehmens zeichnen.

Das ist leichter gesagt als getan, denn Sprache ist stets mehrdeutig. Hinzu kommt, dass die Regeln der Rechtschreibung sowie Grammatik sehr umfangreich sind und trotz der jüngsten vereinheitlichenden Reform zahlreiche Ausnahmen aufweisen.

Es ist unumgänglich, sich beim Verfassen von Schreiben in die Situation des Lesers zu versetzen, seine Sprachgewohnheiten zu berücksichtigen sowie die geltenden Schreibnormen zu beachten, wenn man die gewünschte Wirkung erzielen will.

Seminarziel Den Teilnehmern wird bewusst, was die Wirksamkeit eines Textes ausmacht und wie sie als Verfasser ihr Mitteilungsziel bestmöglich erreichen können. Darüber hinaus lernen sie die sprachlichen Stolpersteine kennen, die im Schreib-Alltag oft übersehen werden. Sie erkennen die Schwachstellen ihrer bisherigen Schreibgewohnheiten, lernen diese auszuräumen und erweitern ihr sprachliches Wissen.

Inhalte

- Die Elemente der Textwirksamkeit
- Möglichkeiten und Grenzen der Schriftsprache
- Das Mitteilungsziel als entscheidender Maßstab
- Zweckgerechte Informations- und Textmenge
- Verständliche Wortwahl und Satzkonstruktion
- Vermeiden von Verständnisproblemen durch Fremd-/Fachwörter
- Strukturierter und folgerichtiger Textaufbau
- Berücksichtigen möglicher Lesergefühle und -reaktionen
- Regeln für die Groß- und Kleinschreibung
- Tücken der Getrennt- und Zusammenschreibung
- Grammatik-Normen: Genitiv-/Dativform, Einzahl/Mehrzahl ...
- Vorsicht vor Standardformulierungen! Individuell schreiben!

Methodik Demonstration der Thematik an Beispielen, Analysieren und Korrigieren von Fehlertexten, Diskussion zu Problemstellen und Trends. Die Teilnehmer/innen erhalten schriftliches Begleitmaterial sowie Literaturhinweise.

Teilnehmer Personen, die mit Kunden oder Geschäftspartnern zu korrespondieren haben. Maximal 12 Teilnehmer/innen.