

Checkliste

Schreibregeln für die Krisenkommunikation

Hier wird nur eine Auswahl von Schreibregeln gezeigt. Es sind viele weitere Schreibregeln pro Maxime denkbar.

Achten Sie darauf, dass Ihre Inhalte sachlich und relevant sind.

- Verzichten Sie auf schwammige Wörter wie „gegebenenfalls“.
- Sprechen Sie nicht von „man“, sondern machen Sie klar, um wen es geht.
- Verzichten Sie besser auch auf „beziehungsweise“. Das Wort ist schwammig und überflüssig.

Formulieren Sie Ihre Inhalte belastbar und ohne missverständliche Formulierungen, verzichten Sie auf interpretationswürdige Elemente

- Versuchen Sie, möglichst auf „es“ am Satzanfang oder statt eines Nebensatzes zu verzichten. Schreiben Sie besser, um was es konkret geht.
- Bringen Sie Verben im Satz möglichst nach vorne, damit von Anfang an die Handlung klar ist.
- Packen Sie nicht zu viele Bedeutungseinheiten in einen Satz. Teilen Sie Ihre Sätze besser in kürzere Sätze auf.
- Verzichten Sie auf „hätte“, „könnte“ und „sollte“. So vermeiden Sie es, vage und nicht belastbar zu klingen.
- Verwenden Sie möglichst selten das Passiv, da es oft zu Verwirrung und Missinterpretationen führt, wenn nicht klar wird, wer gemeint ist.

Schreiben Sie so, dass die Lesenden Ihre Texte verstehen und niemand sich abgehängt fühlt

- Wenn Sie nicht mit Fachpublikum kommunizieren, vermeiden Sie wenn möglich Fremdwörter. Fachwörter sind in Ordnung, wenn Sie sie erklären.
- Schreiben Sie möglichst kurze Sätze – 20–26 Wörter als Obergrenze sind ein guter Orientierungswert. Kürzere Sätze sind besser verständlich als lange Sätze.
- Halten Sie Verbteile wie „ist [...] gelaufen“ im Satz nah beieinander. So vermeiden Sie, dass die Rezipient*innen am Ende des Satzes nicht mehr wissen, worum es am Anfang ging.
- Verwenden Sie wenige Nominalisierungen. Verben wirken nicht nur lebendiger, sie sind auch wesentlich besser verständlich.

Checkliste

Schreibregeln für die Krisenkommunikation

Bleiben Sie kanalübergreifend Ihrem Stil treu und achten Sie auf einheitliche Terminologie

s. Terminologie-Abschnitt im Whitepaper „Tone of Voice und Terminologie in der Krisenkommunikation“

Wenn Sie über menschliche Schicksale berichten, verzichten Sie auf „laute“ Stilelemente

- Verwenden Sie keine Superlative. Diese sind unnötig plakativ, „laut“ und wirken je nach Thema unseriös bis unsensibel.
- Sparen Sie an Ausrufezeichen. Derartig „laute“ Unterstreichungen von Inhalten sind meist unnötig und wirken störend.
- Verzicht auf starke Verneinung z. B. durch „niemals“. Eine starke Verneinung hat keinen Mehrwert und wirkt in vielen Kontexten unseriös.