



Auch mit
iPad
erhältlich

Professionell **texten**

Euroforum-Lehrgang in 9 schriftlichen Lektionen

Stimmen Sie Ihre gesamte schriftliche Kommunikation optimal ab!

4. aktualisierte Auflage

Start: September 2011

www.euroforum-verlag.de/texten

Kommen Sie auf den Punkt!

Ihnen fällt es manchmal schwer, die richtigen Worte zu finden? Sie wissen genau, was Sie schreiben wollen, aber bekommen es so nicht aufs Papier? Dann ist dieser Lehrgang genau das Richtige für Sie. Hier lernen Sie in appetitlichen Lektionen, wie Sie den Kunden oder den Mitarbeiter ansprechen. Ob Anzeigen, Mailings oder Presstexte, ob Kundenzeitschrift oder Hauszeitung, ob Internet oder Intranet, die richtige Wortwahl und der richtige Ton prägen ein positives Gesamtbild.

Hervorragende Produkte oder ausgezeichnete Dienstleistungen erfordern von Ihnen auch eine effektive und einheitliche Kommunikation mit dem Kunden: mit lesefreundlichen und zielgruppengerechten Texten. Und je klarer Sie mit Ihren Mitarbeitern und Kollegen kommunizieren, desto stressfreier ist Ihr Berufsalltag und desto besser funktionieren die Arbeitsabläufe.

Lernen Sie professionell zu texten:

- Finden Sie kreative Ideen!
- Verfassen Sie wirkungsvolle Texte!
- Sprechen Sie die Sprache des Lesers, sprechen Sie den Leser an!
- Kommen Sie auf den Punkt!
- Setzen Sie Wichtiges nach vorn und lassen Sie Belangloses weg!
- Das interessiert die Medien oder: Der Wurm muss dem Fisch schmecken, und nicht dem Angler!

Analysieren Sie Texte in allen Unternehmensbereichen

In unserem schriftlichen Lehrgang erhalten Sie ausgefeilte Methoden, Regeln und Tipps. Finden Sie den Stil, der zu Ihrem Unternehmen passt, und sorgen Sie für eine durchgängige Qualität Ihrer Texte. Analysieren Sie alles Geschriebene: extern gerichtete Dokumente wie Geschäftsberichte, Pressemitteilungen, Image-Broschüren, Prospekte, Stellenanzeigen, Angebote, Gebrauchsanweisungen, Verpackungen, aber auch interne Dokumente wie E-Mails, Artikel in Mitarbeiterzeitungen oder Schilder.

Lernen leicht gemacht – so läuft Ihr Lehrgang ab

Sie erhalten wöchentlich eine praxisnah und lesefreundlich aufbereitete Lektion, die ca. 50-70 Seiten umfasst sowie Übungsaufgaben und Lösungen. Nach Abschluss des Lehrgangs senden wir Ihnen eine CD-ROM mit allen Lehrgangstexten und einer lektionsübergreifenden Suchfunktion. Ein persönliches Teilnahmezertifikat dokumentiert Ihre erworbene Qualifikation. Darüber hinaus können Sie uns jederzeit Fragen zu den Inhalten der Lektionen senden, die wir an unseren Autor weiterleiten.



Gutes Texten ist erlernbar!

Lassen Sie einen Ihrer Texte von bis zu 2.500 Zeichen von unserem Autor Michael Schmuck analysieren.

Zeitplan

Start: 23. September 2011

Ende: 18. November 2011

Sie erhalten jede Woche eine Lektion per Post.

Sprechen Sie Zielgruppen richtig an und treffen Sie den richtigen Ton!

Die Inhalte im Überblick

LEKTION 1

Das heißt professionell texten

- Die Perspektive wechseln: als Autor an den Leser denken
- Beispiel: die Frage nach dem Weg
- Die beiden groben Fehler in der Kommunikation: zuviel oder zuwenig kommunizieren
- Missverständnisse: die unbefangene Herangehensweise, die Voreinstellung zur Botschaft
- Zielgruppe und Zweck: wem sage ich was wozu?
- Die zehn Tipps für klare Sprache im Überblick
- Der Küchenezuruf: die Faustregel für die zehn Tipps
- Wie sag ich's meinem Kinde

LEKTION 2

Die zehn Tipps für klare Sprache im Einzelnen, Teil 1

- Wichtiges nach vorn
 - Wie Menschen lesen und zuhören
 - Aufmerksamkeit wecken, Interesse erzeugen
 - Die Priorität der Botschaft
- Belangloses weglassen
 - Die Rausschmeißer: Binsenweisheiten
 - Der reizlose, langweilige Einstieg
 - Floskeln und Doubletten
 - Blähdeutsch und Wortmüll
- Vorsicht mit Adjektiven
 - Spreizen mit Adjektiven: der morgige Tag
 - Wiederholen mit Adjektiven: der normale Standard
 - Verwirren mit Adjektiven: mein jüngerer Bruder
 - Ungewollt kalauern mit Adjektiven: er vermisst seine tote Frau
- Verben einsetzen, keinen Nominalstil
 - Die Satzkern-Funktion des Verbs
 - Das Aufgeblasene des Nominalstils: leserfern und arrogant
 - Die Hauptwörterei: die Nominalstilkette und ihre Missverständnisse
- Viel Aktiv, wenig Passiv
 - Die Passivfalle
 - Die majestätische Distanz des Passivs zum Leser
 - Das Subjekt und seine Nähe zum Leser

Ihr Autor



Michael Schmuck ist Journalist, Autor, Dozent und Pressenanwalt in Berlin. Er ist Absolvent der Henri-Nannen-Journalistenschule in Hamburg und war unter anderem Gerichtsreporter für die Berliner Zeitung, Leiter der Kommunikation eines großen Bildungsinstitutes, Pressereferent der Berliner Anwaltskammer und Redakteur des Berliner Anwaltsblattes. Er ist Autor verschiedener Bücher zum Texten. u.a. „Klares Deutsch für Juristen“, „Das neue Presserecht“, der Justiz-Comic-Reihe „Wenzel & Sohn – Kanzlei für heikle Fälle“ und vieler Fachartikel zur klaren Sprache und Kommunikation. Außerdem schreibt er für mehrere Zeitungen und Zeitschriften und arbeitet auch als Texter und Lektor. Ab 1997 war er Dozent für Presserecht, Gerichtsreportagen und Sprache an der Henri-Nannen-Schule Berlin. Seit 2003 unterrichtet er auch an der Berliner Journalistenschule.

LEKTION 3

Die zehn Tipps für klare Sprache im Einzelnen, Teil 2

- Hauptsachen in Hauptsätze
 - Die Psychologie von Haupt- und Nebensätzen
 - Keine Hauptsachen verstecken oder tarnen
 - Exkurs: Vorsicht mit Relativsätzen
- Kurze Hauptsätze, wenige Nebensätze, keine Schachtelsätze
 - Kurze Sätze sind appetitliche Sätze
 - Vernebeln des Inhalts mit Schachtelsätzen
 - Information in der logischen Reihenfolge
 - Das Verb nach vorn
- Konkret, nicht abstrakt
 - Die Bedeutung des Konkreten
 - Niemand hat abstrakte Vorstellungen
 - Die Klarheit des Konkreten
- Positive Begriffe, keine Verneinungen
 - Die Vorzüge des positiven Begriffs: die direkte Aussage
 - Die Nachteile des negativen Begriffs: um die Ecke denken
- Fremdwörter und Fachbegriffe vermeiden
 - Die Frage der Zielgruppe
 - Die versteckten Fachbegriffe: Jägerlatein

LEKTION 4

Wortwahl, Textaufbau und Gliederung

- Die Wortwahl – gezielte Ausdrucksweise
 - Sich gewählt ausdrücken
 - Das richtige Wort am richtigen Platz für Zielgruppe und Zweck
 - Die Sprache des Lesers sprechen, den Leser ansprechen
- Textaufbau und Gliederung
 - Die natürliche Gliederung nach Absätzen
 - Ein Absatz ist ein Gedanke
 - Die Länge der Absätze: Faustregel 500 Zeichen
 - Die Reihenfolge der Absätze: Priorität, Chronologie
 - Klarer Aufbau
 - Der rote Faden
 - Anknüpfungssätze – Scharniere zwischen den Absätzen
 - Denken in Absätzen
 - Zeit sparen mit Textfahrplan

LEKTION 5

Briefe, Mailings und E-Mails

- Briefe und Mailings
 - Zielgruppe: den Leser kennen, den Leser abholen
 - Die Eckpunkte: Form, Layout, Länge, Inhalt, Aufbau,
 - Das PS
 - Die Betrachtung eines Briefes: die Blickführung
 - Gruß- und Schlussformeln
- E-Mails
 - Unterschiede zum Brief
 - Die Vorteile der E-Mail
 - Die Nachteile der E-Mail

LEKTION 6

Pressearbeit und Pressemitteilung

- Pressearbeit allgemein
 - Journalisten wollen das Besondere
 - Die journalistischen W-Fragen
 - Der Anlass, Der Aufhänger
 - Die drei Säulen der Pressearbeit
- Das erwarten die Medien
 - Informativ, kurz, schnell
 - Medienkenntnis, Sachkenntnis
 - Zuverlässigkeit, Pfiff und Humor, Wahrhaftigkeit
- Das interessiert die Medien, oder: der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!
 - Neues, Kurioses, Rekorde, Zahlen
 - Statistiken, Umfragen, Skandale, Klatsch und Tratsch
 - Ungerechtigkeiten, Schadenfreude, David gegen Goliath
- Die Pressemitteilung
 - Die Zielgruppe
 - Der Inhalt: interessant und ansprechend
 - Der Nachrichtenstil
 - Die Überschrift, die Form, die Länge
 - Das Zitat in der Pressemitteilung
- Anders gedruckt als geschickt: Recht und Rechtsalltag
 - Dürfen Journalisten ändern?
 - Was tun, wenn die Pressemitteilung verfälscht wird?

LEKTION 7

Überschrift, Vorspann, Teaser

- Die Überschrift
 - Die Überschrift im System der Kleintexte
 - Das Zusammenspiel der Kleintexte: die Hauptzeile, die Unterzeile, die Dachzeile, der Vorspann, der Bildtext
 - Überschrift und Küchenzurf
 - Den Leser locken
- Was Überschrift und Teaser leisten müssen
 - Wichtigste Botschaft oder Zusammenfassung
 - Konkret und anschaulich, lebendig
 - In der Tonart des Textes, ehrlich, kurz
 - Verständlich, originell, der Rhythmus

LEKTION 8

Kreative Überschriften

- Kreativtechniken beim Texten
 - Der Wortwitz
 - Paradoxon und Aha-Effekt
 - Die Versus-Methode
 - Pars pro toto und Allegorie
 - Die Kombination der Methoden
- Die Fehler beim kreativen Prozess
 - Keine Selbstzensur
 - Die Phasen der Kreativität
 - Lachen fördert die Kreativität
 - Bewegung lässt Ideen sprießen

LEKTION 9

Der Werbetext

- Die Verwandtschaft zur Überschrift
- Den Leser locken
- Zweck des Werbetextes
 - Bedürfnisse wecken
 - Image aufbauen
 - Erinnerungswert
 - Wiedererkennung
 - Eindeutigkeit
- Zielgruppe exakt bestimmen
- Wortwahl
- Bildsprache
- Werbeanzeigen: Harmonie oder Gegensatz
- Text-Bild-Schere
- Texte im Web



Lernen 2011: Die Alternative zu Papier

Sie hätten lieber eine digitale Version des Lehrgangs? Entscheiden Sie sich für die Buchungsvariante inklusive iPad!

Argumente für Ihre Teilnahme



Sie erarbeiten sich Kenntnisse, die sich auf die Qualität Ihrer Unternehmenstexte auswirken.



Die Lektionen sind kompakt und praxisnah gestaltet. Verbessern Sie Ihre schriftliche Kompetenz, wann und wo sie wollen.



Michael Schmuck ist Journalist, Autor, Dozent und Pressenanwalt. Profitieren Sie von seinem Knowhow.



Checklisten und viele Beispiele stellen die direkte Übertragbarkeit der Lehrgangsinhalte in Ihren Berufsalltag sicher. Zusätzlich können Sie einen Text von bis zu 2.500 Zeichen von Michael Schmuck korrigieren lassen.



Während und auch nach Ablauf des Lehrgangs steht Ihnen Michael Schmuck bei Fragen zu den Lektionen und zum Erfahrungsaustausch zur Verfügung.



Auf Wunsch erhalten Sie eine digitale Version des Lehrgangs inklusive iPad.

Info-Telefon:

0211 / 96 86 – 3171

Haben Sie Fragen zu diesem Lehrgang?
Bitte rufen Sie uns an!

Konzeption und Inhalt

Dipl.-Kauffrau Dörthe Siebels-zur Brügge

Senior-Produktmanagerin Lehrgänge



Organisation

Karin Steinbach

Senior-Lehrgangskordinatorin

E-Mail:

karin.steinbach@euroforum.com

Dieser Lehrgang ist konzipiert für

alle, die Texte verantworten, verfassen oder redigieren, besonders

- Leiter und Mitarbeiter in den Bereichen
 - Externe und interne Unternehmenskommunikation
 - Marketing und Vertrieb
 - Werbung
 - Öffentlichkeitsarbeit
 - Pressearbeit
 - Kundenservice
- Geschäftsführer und Mitglieder der Geschäftsleitung
- Führungskräfte und Mitarbeiter in PR- und Werbeagenturen

Euroforum Exzellenzgarantie: Unsere Qualität – Ihr Erfolg

Der Euroforum Verlag bietet Führungs-, Fach- und Nachwuchskräften mit dem Konzept der schriftlichen Lehrgänge eine individuelle und flexible Form der Weiterbildung.

Die Qualität unserer Produkte sowie exzellente Kundenbeziehungen haben für uns höchste Priorität. Dies spiegelt sich in der Weiterempfehlungsrate unserer Teilnehmer von 93,8% wider.

Wir garantieren Ihnen

- Aktuelles und geprüftes Fachwissen in komprimierter und praxisnaher Form
- Markterfahrung aus über sechs Jahren schriftlicher Lehrgänge:
 - Über 25.000 zufriedene Teilnehmer aus ca. 13.000 Unternehmen
 - Praxisbezogene Lehrgänge zu 300 unterschiedlichen Wirtschaftsthemen
 - Effiziente Zusammenarbeit mit über 2.000 Autoren
- Professionalität in Gestaltung, Lektorat und Satz
- Nachhaltigen Lernerfolg durch ein erprobtes Lernkonzept
- Kontinuierliche Erweiterung unseres Lehrgangsportfolios um aktuelle Themen und Branchenüberblicke

[Kenn-Nummer]

Verben nutzen

Fremdwörter
meiden

kurz und klar
ansprechen

positiv formulieren

an den
Leser denken

Bitte ausfüllen und faxen an: 0211/9686-4150

Ja, ich melde mich an für den schriftlichen Euroforum-Lehrgang „Professionell texten“

Bitte wählen Sie Ihre Buchungsoption:

[P6100757]

- Gedruckte Lehrgangunterlagen sowie CD-ROM mit allen Inhalten für € 1.849,- zzgl. MwSt. p. P. [M780]
 Digitale Lehrgangunterlagen inklusive iPad für € 2.249,- zzgl. MwSt. p. P. [M784]

In unserem Unternehmen interessieren sich ___ Personen für diesen Lehrgang.

Bitte erstellen Sie uns ein **individuelles Angebot zum Vorteilspreis**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geb.-Datum (TTMMJJJJ)

Die Euroforum Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Zeitplan

Start: 23. September 2011

Ende: 18. November 2011

Jede Woche erhalten Sie eine Lektion per Post.

Unsere Leistung

- 9 didaktisch aufbereitete Lektionen (gedruckt oder digital)
- Übungsfragen und Lösungen zu jeder Lektion
- Individuelle Unterstützung durch Euroforum und den Autor
- 1 Text von bis zu 2.500 Zeichen wird von Michael Schmuck analysiert
- Extra: CD-ROM mit Stichwortsuchfunktion

Teilnahmebedingungen. Der Preis für diesen Lehrgang versteht sich zzgl. MwSt. und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Sie können Ihre Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach Eingang schriftlich widerrufen.

Datenschutzinformation. Der Euroforum Verlag ist ein Geschäftsbereich der Euroforum Deutschland SE. Die Euroforum Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der Euroforum Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-41 50

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-31 71 [Karin Steinbach]

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-3000

per E-Mail: karin.steinbach@euroforum.com

schriftlich: **Euroforum Verlag,
ein Geschäftsbereich der Euroforum Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf**

im Internet: www.euroforum-verlag.de/texten