

Ihr Unternehmen

1. Ihr Unternehmen ist einzigartig.

Was machen Sie besser als die anderen? Was machen nur Sie? Welchen Eindruck sollen Ihre Kunden bekommen? Mit der Suche nach dem Unterschied beginnt unsere Arbeit. Dann finden wir frische Worte für das, was Sie tun und wofür Sie stehen.

2. Die Texte sollen nach Ihnen klingen, nicht nach dem Texter.

Wir wollen genau erfahren, wer Ihre Kunden sind und wie Sie mit ihnen sprechen. Gemeinsam bestimmen wir den Ton: Ob seriös oder heiter, sachlich oder gefühlvoll, traditionsbewusst oder hip – es soll so klingen, als ob es von *Ihnen* käme.

3. Alle Texte in Ihrem Unternehmen sollen stimmig sein.

Wir achten darauf, dass alle Schlüsselbegriffe in Ihrem Unternehmen – Produktnamen, Vertragsbezeichnungen, Vorgangsbeschreibungen – einheitlich geschrieben werden.

Ihre Kunden

4. Wir suchen den Dialog mit Ihren Kunden.

Alle Business-Texte entstehen aus Gesprächen und ziehen Gespräche nach sich. Deshalb sprechen wir auch im Text den Leser direkt an, sehen seine Fragen und Bedürfnisse voraus und bedienen sie.

5. Wir halten Ihren Leser für neugierig – und skeptisch.

Jede Zeile muss dem Leser nützen, indem sie 1) wertvolle Information liefert, oder 2) seine Vorteile aufzeigt, oder 3) ihn unterhält oder 4) ihn zum Handeln auffordert. Alles andere lassen wir weg. Und: Jede Zeile muss würdig sein, vom Leser geglaubt zu werden.

6. Wir respektieren die Situation Ihres Lesers.

Ihr Leser hat genauso wenig Zeit und Geduld wie Sie. Deshalb verfassen wir knappe und klare Texte. Auf die Folter spannen sollten nur Krimis.

Unsere Sprache

7. Business-Sprache ist Aktion.

Ihre Kunden, Mitarbeiter, Geschäftspartner sollen mitdenken und handeln. Um dies zu erleichtern, achten wir auf ein gehöriges Maß an „Tun-Wörtern“ (Verben) und verzichten weitgehend auf einen bürokratischen Hauptwortstil.

8. Alles Komplizierte so einfach wie möglich.

Schwierige Sachverhalte muss man nicht schwierig schreiben. Wir benutzen eingängige Bilder, verdauliche Satztlängen und knappe Erklärungen, damit alle Leser „mitkommen“.

9. Eine gute Struktur ist ein Akt der Höflichkeit.

Ihr Text soll sein wie ein fein angerichtetes Buffet: Der Leser sieht sofort, was geboten wird, bekommt Appetit und lässt sich von ihm leiten. Klare Orientierung im Text ist der beste Service für Ihren Leser.

10. Ihre Texte sollen gut aussehen.

Gut geschrieben ist erst die halbe Miete, denn das Auge will eine Weide. Deshalb sind wir großzügig mit gutem Rat zur Textgestaltung.