

INHALTSVERZEICHNIS

	EINLEITUNG	5
1	SCHREIBEN FÜR DEN BILDSCHIRM	6
1.1	Wer schreibt mit welchen Voraussetzungen?	6
1.2	Was ist das Besondere beim Schreiben für den Bildschirm?	6
1.3	Kontexte für das Schreiben.....	14
2	EINE ÜBERSCHAUBARE TEXTSTRUKTUR SCHAFFEN	19
2.1	Wie kurz oder lang darf der Text sein?.....	21
2.2	Pyramidenstil.....	24
2.3	Sortieren von Inhalten nach dem LATCH-Prinzip	27
2.4	Die strukturierte Vorschau (Advance Organizer)	31
2.5	Schreiben für die F-Leselinie	32
2.6	Überschriften und Zwischenüberschriften	34
2.7	Mit Aufzählungen Luft schaffen	37
2.8	Spitzmarken für den betonten Anfang.....	40
3	DIE SÄTZE IN FORM BRINGEN	42
3.1	Lange Sätze, kurze Sätze	42
3.2	Integrierte Aufzählungen und Alternativen.....	45
3.3	Satzanfang und Satzende.....	46
3.4	Satz-Ellipsen: Teilsätze, Halbsätze.....	48
3.5	Mit Satzzeichen Aussagen akzentuieren	50
4	DIE RICHTIGEN WÖRTER WÄHLEN	56
4.1	Bewegte Verben	56
4.2	Hauptwörter und Haupt-Wörter	59
4.3	Verständlichkeit testen.....	62
4.4	Fremdwörter und Fachbegriffe	63
4.5	Ziffern und Zahlen in Wortform.....	71

INHALTSVERZEICHNIS

4.6	Barrierefreie Sprache.....	71
4.7	Ansprechend formulieren – ohne Floskeln und Phrasen.....	73
4.8	Glaubwürdig texten	76
4.9	Tipps, die das Schreiben erleichtern.....	80

5	TEXTGESTALTUNG SPEZIELL FÜR DEN BILDSCHIRM	83
---	---	----

5.1	Das Schriftbild bestimmen	83
5.2	Farbe und Kontrast	93
5.3	Text in Formularen	96
5.4	Die Bild-Text-Kombination.....	99
5.5	Bildunterschriften, Bildtitel und Alternativtexte	117

6	SCHREIBEN IM MARKETINGKONTEXT	122
---	-------------------------------	-----

6.1	Unternehmenssprache	128
6.2	Sprachklima und Sprachregelung	132

7	SCHREIBEN FÜR DIE VERNETZUNG IM INTERNET	142
---	---	-----

7.1	Wie erfassen Suchmaschinen die Website?.....	142
7.2	Suchmaschinenfreundlich formulieren.....	146

	LITERATURVERZEICHNIS	154
--	----------------------	-----

	STICHWORTVERZEICHNIS	157
--	----------------------	-----
