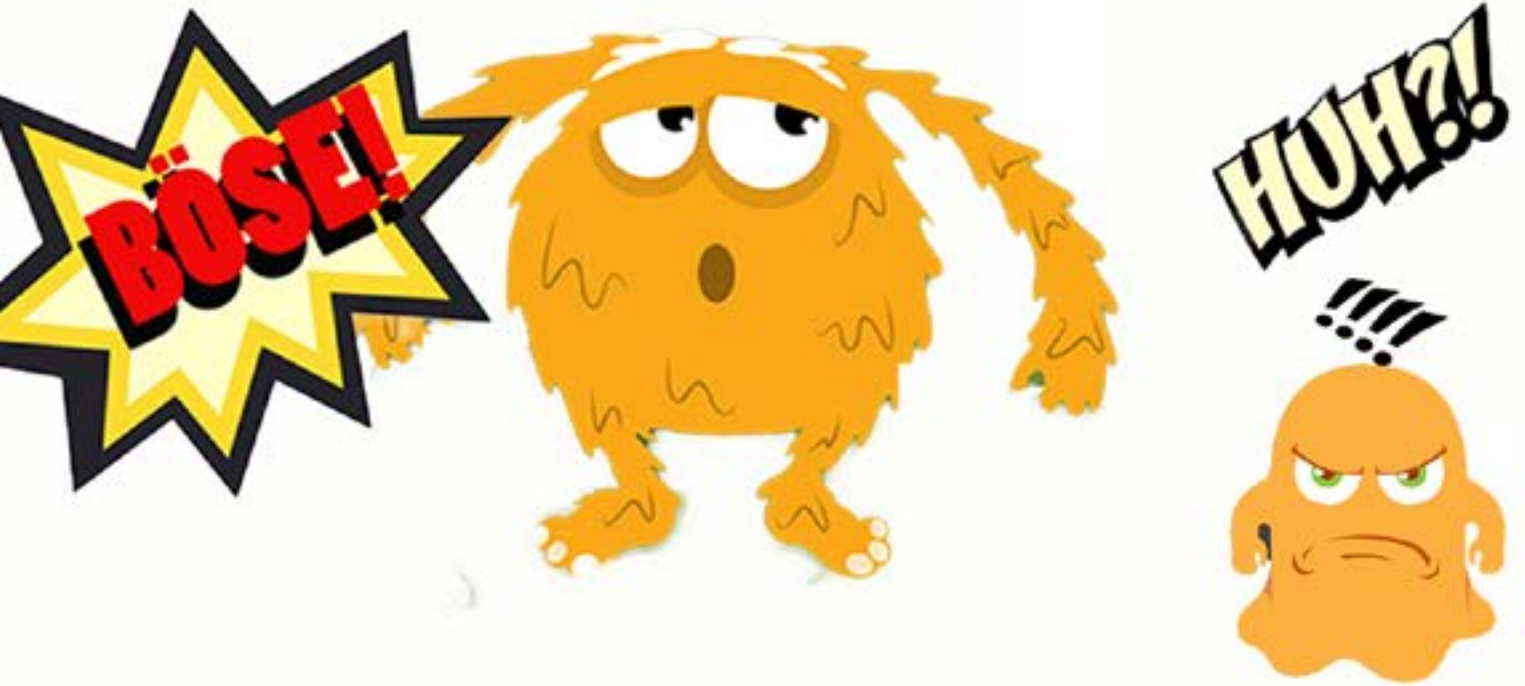


**Bert Blubb
präsentiert:**



**Diese Wörter können deinen
(Online-)Auftritt zerstören!**



Böse Wörter!

Werte Damen und Herren,

ich bin nicht nur ein Kavalier der alten Schule, sondern auch einer, der mit Stolz sagen kann, dass er sich einer schönen Ausdrucksweise befleißigt. Das ist nicht nur im privaten, sondern vor allem auch im beruflichen Umfeld von großem Vorteil.

Ganz besonders wichtig ist es, dass Sie bestimmte Worte nicht verwenden, denn diese Worte, die ich Ihnen gleich vorstellen werde, können Ihren gesamten Internetauftritt, Ihre Vorstellung oder Präsentation, Ihren Elevator Pitch (ja ich weiß, eines dieser neumodischen Worte, aber selbst ich komme nicht vollständig ohne sie aus) oder Ihr Marketing zunichte machen.





Eigentlich

Ganz oben auf meiner Liste der bösen Worte steht „**eigentlich**“.
Leider ist es, vor allem gesprochen, eines der Lieblingsfüllworte in der deutschen Sprache.

Wenn Sie sprechen, ist es aber allemal besser, ein „**eigentlich**“ mit einem „äh“ zu ersetzen, denn während das „äh“ zwar den Fluss aus Ihrem Satz nimmt, sagt das „**eigentlich**“ noch viel mehr – und das in einem absolut negativen Kontext.

An sich mit den Worten „wesentlich“ und „essentiell“ sinnverwandt, war das Wörtchen „**eigentlich**“ ursprünglich nicht negativ besetzt.

Mittlerweile ist es das aber. Was Sie sagen, wenn Sie „**eigentlich**“ verwenden, ist das genaue Gegenteil von dem, was Sie sagen wollen.

Lesen Sie einmal folgenden Satz laut vor:

„Eigentlich bin ich eine sehr gute Texterin!“

Einerseits wartet das geübte Ohr auf ein „Aber“, wie in „... aber andere sind besser als ich!“

Andererseits wiegelt das **“eigentlich**“ ab, zu einem „Ja, ich bin **eh** nicht so schlecht!“

Apropos „**eh**“ ...



Eh

„Eh“ ist der Bruder (oder die Schwester) von „**eigentlich**“. Etwas ist „eh“ super oder schmeckt „eh“ gut... genauso gut könnten Sie sagen: das ist schlecht, das ist grauslich. Mit „eh“ relativieren Sie Ihre Aussage und verwandeln sie ins Gegenteil, ob Sie das nun wollen oder nicht.

Die hochdeutsche Form von „eh“ ist „**ohnehin**“, das allerdings bei uns so selten verwendet wird, dass es keinen eigenen Platz verdient, das hässliche Stück!

**Du
schreibst
„eh“ gut?**

**Hier lernst du,
besser zu
schreiben!**



Dinge/Sachen/Zeug

Dinge/Sachen/Zeug

Ich bitte Sie, sagen Sie niemals **Dinge** oder **Sachen**. Oder **Zeug**. Sagen Sie stattdessen klar, wovon Sie sprechen. Beziehen Sie sich auf das, was Sie tun, geben Sie dem „**Ding**“ oder der „**Sache**“ einen Namen. Benennen Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung konkret. Sagen Sie klar, was Sie machen. Wenn Ihnen das Probleme bereitet, denken Sie bitte nochmals darüber nach – denn wenn Sie nicht beschreiben oder erklären können, was Sie machen, wird sich auch niemand dafür interessieren!

**Willst
du dem
Dings einen
Namen geben?**

**Let's talk about
text, baby!**



Ehrlich gesagt...

Wenn Sie „**ehrlich gesagt**“ auch nur einmal verwenden, ist das schon einmal zu viel. Denn Sie sagen damit aus, dass alles, was Sie davor gesagt haben und danach sagen werden, nicht **ehrlich** ist. Wenn Sie etwas betonen wollen, dann suchen Sie stärkere Wörter.

In manchen Fällen könnte „**wirklich**“ die Lösung sein, aber das hängt sehr vom Kontext ab.

Die selben Vorbehalte gelten natürlich für alle Abwandlungen von „**ehrlich gesagt**“, wie „... **um bei der Wahrheit zu bleiben**...“ oder „... **um ehrlich zu sein**...“ Ehrlichkeit setzt man voraus, oder zumindest Sie selbst sollten es bei sich voraussetzen. Denn wie sonst sollten Ihre (zukünftigen) Kunden Ihnen trauen können?



Fremdwörter und Fachkauderwelsch

Sie wollen verkaufen. Auch an Menschen, die möglicherweise Ihre **Fachausdrücke** nicht kennen. Denn wenn die schon alles wissen, was Sie wissen, dann können sie in vielen Fällen auch die Arbeit selber machen. Also denken Sie daran: **Keep It Short And Simple**.

Dann werden Sie verstanden. Und nur, wer verstanden wird, kann auch seine Kunden erreichen. Albert Einstein legt man das Zitat in den Mund "Was du einem Sechsjährigen nicht erklären kannst, hast du selber nicht verstanden!"

Das mag möglicherweise nicht immer stimmen, aber Sie als Fachmann oder -frau sollten imstande sein, Ihre Dienstleistung oder Produkte mit einfachen Sätzen zu beschreiben, die auch ein Nicht-Fachmensch versteht.



Vielleicht

Wenn Sie sich oder Ihre Dienstleistungen beschreiben, sollten Sie konkret sein. „**Vielleicht**“ ist da **vielleicht** nicht hilfreich. Also ganz bestimmt nicht hilfreich. Sie wissen, was ich meine!

Entweder Sie können etwas machen oder nicht.

Entweder Sie wissen etwas oder nicht.

Das lässt sich auf sehr viele Situationen und Bereiche anwenden, aber mir fehlt der Platz, hier alles aufzuzählen. Am besten ist, Sie denken immer daran, „**vielleicht**“ in Ihren Angeboten, im Elevator Pitch und bei der Beschreibung Ihrer Dienstleistungen einfach gar nicht zu verwenden.

Wenn es denn sein muss, weichen Sie auf „wahrscheinlich“ aus, das ist die große Schwester von „**vielleicht**“, die schon ein bisschen konkreter ist.

Mehr **Sicherheit** geben Sie Ihrem (zukünftigen) Kunden jedoch sicher mit einem „**sicher**“!

; -)

Ja, das war es auch schon wieder.

Wenn Sie mehr erfahren wollen, dann lege ich Ihnen unsere Workshopreihe „Let's Talk About Text, Baby!“ ans Herz. Dort lernen Sie, einfach gute Texte zu schreiben. Von der zielkundenorientierten Sprache bis zur Überwindung der Schreibblockade nehmen sich meine Damen von blubbb jedes einzelne Detail mit Ihnen vor.

Hier lesen Sie Näheres dazu.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und verbleibe, in vorzüglicher Hochachtung,
Ihr Bert Blubb



**TEXT,
BABY!!!**

**Hier geht es zu
unseren Work-
shops!**

Bert Blubb wird unterstützt von:

Ing. Lisa Keskin

Kontakt Daten

blubbb — die Kommunikationswerkstatt e.U.

Jörger Straße 3/9

1170 Wien

Österreich

Telefon: 0676 66 35 465

Mail: lisa@blubbb.at

Web: www.blubbb.at

Mitglied der WKO

Fn 446826y

Firmenbuchgericht Handelsgericht Wien

Bankverbindung

Bawag PSK

IBAN: AT11 1400 0065 1083 1541

BIC: BAWAATW

lautend auf Elisabeth Keskin

UID ATU57201735

Bildernachweis:

freepik.com