

Schreiben, was ist

Gelbert

2023

ISBN 978-3-8006-6973-8

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Anna Gelbert
Schreiben, was ist.


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Schreiben, was ist.

Bessere Texte fürs Business

von

Anna Gelbert


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Verlag Franz Vahlen München

Anna Gelbert ist TV-Producerin und Autorin. Sie bringt als Dozentin Nachwuchsjournalisten bei, wie man richtig gut schreibt. Außerdem spricht sie auf Blogger-Events über – was wohl? – das Texten. Daneben beweist sie auf ihrem Kolumnen-Blog www.annagelbert.com und auf Social Media: Nicht nur Fotos sind eine harte Währung, sondern auch Sprache.

Bildnachweis:

Tanja Reiners: Fotohaus Sänger

Svenja Walter: Anette Göttlicher

Uwe Walter: Svenja Walter

Lars Behrendt: Granny&Smith

Christine Olderdissen: Katrin Dinkel

Monika Scheddin: Caroline Floritz

Martin Hagen: FDP-Fraktion Bayern

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

ISBN Print: 978 3 8006 6973 8

ISBN eBook (ePDF): 978 3 8006 6974 5

© 2023 Verlag Franz Vahlen GmbH

Wilhelmstr. 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck

Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen

Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH

Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza

Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Paraplue



Gedruckt auf saurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Für meine Kinder.



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhalt

Intro	9
Dieses Buch	11
Der Elevator Pitch	13
1 Unternehmen und Sprache	16
Was ist eigentlich gute Unternehmenskommunikation?	17
Wo kommt sie her, die Unternehmenskommunikation?	18
2 Formate der Unternehmenskommunikation	22
Intern vor extern	22
Intranet	23
Newsletter und Videobotschaft	23
Umfragen	24
Blog, Webcast und Podcast	24
E-Mails	25
Apps	26
Unternehmenswebsite und Social Media	27
Kundenmagazin	36
Pressetexte, CSR und One-Voice-Policy	36
Pressemitteilungen	38
Personalien-Meldungen	41
Stellenanzeigen	44
Inklusive Sprache in Stellenanzeigen	48
Interview mit der Kommunikationsexpertin und Podcasterin Tanja Reiners	50
3 Techniken der Unternehmenskommunikation	60
Storytelling	60
Interview mit den Storytelling-Experten Svenja und Uwe Walter	65
Die Headline	71
Usergerechtes Schreiben auf Social Media	72

Business Bullshit	75
Das ABC des Business-Bullshit	79
<u>Interview mit dem Agenturgründer und Speaker</u>	
<u>Lars Behrendt</u>	84
Sprach-Vorbild Speaker-Szene	90
Gendern ohne Krampf	95
Gendern auf dem Arbeitsmarkt	102
<u>Interview mit Christine Olderdissen, Autorin des Buches</u>	
<u>Genderleicht</u>	108
Mann, Frau, alle	116
Wie Frauen schreiben und sprechen	116
<u>Interview mit Business Coach und Autorin Monika Scheddin</u>	120
Die Mutti-Falle	132
4 Ausflug in andere Sprachkatastrophen – und, was die Unternehmenskommunikation daraus lernen kann	135
Die Pandemie: Krisenkommunikation	135
Politik-Sprache – Zeit für Klartext	140
<u>Interview mit Martin Hagen, Fraktionsvorsitzender der FDP</u>	
<u>im Bayerischen Landtag</u>	143
Promi-Berichterstattung – schlechtes Vorbild für Millionen	147
Mieses Deutsch fürs Leben – Schulbücher	148
Betr.: Behördendeutsch	153
Zum Schluss	165
Literatur/Quellen	166