



BINDESTRICH-CHEATSHEET FÜR MARKETER

Grundregel: *Wörter, die zusammen einen Begriff bilden, werden im Deutschen in der Regel zusammengeschrieben. In Ausnahmefällen kann auch ein Bindestrich stehen.*

Ein Bindestrich KANN stehen	Ein Bindestrich MUSS stehen	Ein Bindestrich darf NICHT stehen
Bei unübersichtlichen und schwer lesbaren Zusammensetzungen (Beispiel: <i>Inhaltsverwaltungssystem-Beauftragter</i>). Gilt auch für Begriffe aus dem Englischen, die aus zwei Substantiven zusammengesetzt sind (Beispiel: <i>Affiliate-Marketing</i>) und für Verbindungen aus Verb und Partikel (z. B. Hand-out).	Bei Kopplungen von englischen und deutschen Begriffen (Beispiel: Social-Media-Unternehmen). In zitierender Schreibweise darf auch ein Leerzeichen stehen (Beispiel: „ <i>Social Media</i> “-Beratung).	Bei Verbindungen aus Adjektiv und Substantiv (Beispiel: <i>Social Media</i>).
Wenn einzelne Bestandteile hervorgehoben werden sollen (Beispiel: <i>Soll-Konzept</i>).	Bei Zusammensetzungen mit Abkürzungen (Beispiel: <i>SEO-Agentur</i>).	
Wenn drei gleiche Buchstaben aufeinander treffen (Beispiel: <i>Trainee-Einarbeitung</i>).	Bei Zusammensetzungen aus in Ziffern geschriebenen Zahlen und Wörtern (Beispiel: <i>14-tägig</i>).	
Um Missverständnisse zu vermeiden. (Beispiel: Online-Marketingseminar vs. Onlinemarketing-Seminar)	Bei der Verwendung des Bindestrichs als Ergänzungsstrich (Beispiel: <i>E-Mail-Marketing und -Werbung</i>)	