

«Schreiben ist ein Wirtschaftsfaktor»

Eine Frage sitzt Schreibern oft im Nacken: Wie viel Kraft investiere ich in mein Textwerk – und ab wann lasse ich es gut sein? Wer sich darüber bewusst ist, welche hohe Relevanz Geschriebenes für Gesellschaft und Wirtschaft hat, kann diese Frage in Zukunft vielleicht einfacher beantworten. Professor Dr. Daniel Perrin, Leiter des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft der ZHAW in Winterthur, bewertet Schreiben als Wirtschaftsfaktor. Für Verlage und Zeitungshäuser genauso wie für Unternehmen der freien Wirtschaft.

wichtige Instrumente zur Sinnstiftung nach innen und aussen: Wer Geschichten über die Organisation erzählt, bindet Menschen ein, überzeugt, mobilisiert, informiert oder stellt einen Sachverhalt eindrücklich und nachvollziehbar dar. Als Chef einer Organisation muss ich mein Unternehmen durch Kommunikation weiterentwickeln, über protokollierte Entscheidungen, über Mission-Statements oder über Smalltalk am Kaffeeautomaten, dem «branding by the way». Menschen reden permanent miteinander und stellen sich und ihre Organisation damit in jeder Sekunde ein Stück weit neu her.

Sollten sich Kommunikatoren wie Journalisten, Unternehmenssprecher oder CEOs ihre Routinen stärker bewusst machen?

Ja, unbedingt. Immer dann, wenn man sich weiterentwickeln und dazulernen will, führt der Weg über das Hinterfragen des eigenen Tuns: Wie gehe ich vor? Wo habe ich damit Erfolg? Was könnte ich dort, wo ich keinen Erfolg habe, anders machen? So kann man sein Strategien-Repertoire ganz bewusst weiterentwickeln.

Ist aus dem Bauch heraus schreiben, den Text sich selbst schreiben lassen, falsch? Oder gar unprofessionell?

Nein, Routinen sind unabdingbar. Der grösste Teil des Schreibens und Kommunizierens läuft routiniert, sonst kämen wir nicht vom Fleck. Wenn wir jedes Mal überlegen müssten, wo die Taste für das M oder das N ist, ob man das Wort mit einem oder zwei P schreibt, wie man einen Satz korrekt formuliert, ob man bei einer Reportage auch Fragen einbauen darf, ob man in diesem Fernsehformat mit einer Interviewfrage aufhören darf, könnten wir überhaupt nicht handeln. Das Schreiben aus dem Bauch ist die professionelle Normalität, die wir durch Kommunikationserfahrung aufbauen.

In der Krise haben viele Journalisten ins Corporate Publishing gewechselt. War das eine gute Idee?

Journalismus und Corporate Publishing sind zwei verschiedene Berufsfelder mit starken Unterschieden. Zum Beispiel «Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit» im Journalismus, «Loyalität gegenüber dem Auftraggeber» im Corporate Publishing. Bei den Skills sind die Unterschiede gering, aber auf der Ebene der Berufshaltung sind Journalismus und Corporate Publishing zwei Welten. Wer von dem einen in den anderen Bereich wechselt, muss seine Haltung ändern können.

Braucht man zum Schreiben eine Strategie?

Ja, schliesslich will man etwas erreichen, wenn man schreibt. Ich unterscheide Strategien, Praktiken und Routinen. Strategien sind bewusste Überlegungen, in Praktiken setzt man sie um und mit Routinen geschieht dies automatisiert. Diese Automatismen brechen wir auf, sobald wir überlegen, wie wir einen Titel noch besser formulieren könnten oder wen wir als nächstes interviewen. In der Schule lernen wir, dass wir Wörter nicht wiederholen, sondern mit Synonymen abwechseln sollen. Das verinnerlichen wir. Später, im Beruf, begreifen wir dann, dass man bei der Berichterstattung die Wörter nicht immer abwechseln sollte, weil sonst die Leute vielleicht nicht verstehen, dass mit verschiedenen Wörtern das Gleiche gemeint ist. Die alte Strategie läuft dann eine Zeit lang als Routine weiter, bis wir ausdrücklich dafür kritisiert werden und unser Vorgehen bewusst ändern – also eine neue Strategie in unser Repertoire aufnehmen und die dann routinisieren.

Gibt es Kommunikationsbereiche, in denen Strategien wichtiger sind als in anderen?

In komplexen Settings wie im Journalismus oder in der Unternehmenskommunikation braucht man unbedingt Strategien. In der Unternehmenskommunikation sind sie eng mit den Führungsstrategien verbunden, Schreiben und miteinander Reden sind

WW: Herr Professor Perrin, wie ist es um die Schreibkultur in der Schweiz bestellt?

Daniel Perrin: Sie entwickelt sich. Wir schreiben immer mehr, privat wie beruflich, mit immer vielfältigeren Instrumenten, in immer mehr Zusammenhängen: SMS, Nachrichten in sozialen Netzwerken, Mails, Statusberichte – wir schreiben ständig. Denn erstens ist Schriftlichkeit schnell geworden, und zweitens wird die Gesellschaft immer mehr verrechtlicht und institutionalisiert: Was gilt, wird explizit festgehalten. Durch unsere umfassende schriftliche Kommunikation haben wir auch eine höhere Schreibkompetenz. Zwar kennen und beachten zum Beispiel Kinder heute bestimmte Grammatikregeln nicht mehr so sicher wie Kinder gleichen Alters noch vor 30 Jahren. Dafür beherrschen sie andere Regeln schriftlicher Kommunikation, vor allem soziale. Sie passen ihre Sprache ganz fein an, je nachdem, ob sie sich in einem Arbeits-, einem Ausbildungs- oder einem privaten Kontext bewegen. Und sie sind sich bewusst darüber, dass in bestimmten Zusammenhängen bestimmte Normen gelten, zum Beispiel Rechtschreibung. In anderen Zusammenhängen gelten diese Regeln nicht, oder die Regel ist, dass man gegen die Regel verstossen soll. Dieses Spiel mit Normen in verschiedenen sozialen Zusammenhängen beherrschen Junge hervorragend.



«KOMMUNIKATIONSERFOLG BEGINNT MIT ZUHÖREN.»



«SMALLTALK AM KAFFEEAUTOMATEN IST «BRANDING BY THE WAY.»

wenn man ihn in kurzer Zeit intensiv überarbeitet. Wenn man es sich leisten kann, zwischen den Überarbeitungen Zeit verstreichen zu lassen, kann man dem Text neu begegnen und ihn in einer vernünftigen Dichte aufbereiten.

Wie können Zeitungshäuser und Agenturen ihre Texte immer ein bisschen besser machen, ohne im Tagesgeschäft zu viel Zeit zu verlieren?

Eine Möglichkeit ist, dass die Leute einander vor dem Schreiben erzählen, was sie eigentlich mitteilen wollen. Ist wenigstens dem Schreiber die Botschaft klar? Wo ist der rote Faden? Wenn ich in zwei, drei Sätzen sagen kann, was ich mitteilen will, kann ich auch einen guten Text schreiben.

... dann setzt man sich an den Text und der ist irgendwann «passiert». Gibt es auch für dieses Stadium ein Survival Kit, mit dem Schreiber ihre Texte ohne grossen Aufwand besser machen können?

Ich würde vor dem Überarbeiten alle Schriftparameter ändern, aus einer kleinen Schrift eine grosse machen, andere Schriftarten verwenden. Dann ausdrucken und lesen. Der Text sieht nun wirklich anders aus, und man kann ihn eher wieder mit den Augen des Lesers lesen.

Sie coachen auch Zeitungen und Agenturen. Worauf achten Sie dabei und was versuchen Sie zu verändern?

Ich will, dass es am Ende weniger zu tun gibt als am Anfang. Gute Texte sind nicht noch mehr Schweiß. Wenn jemand ein einziges Mal ein Buch schreibt, spielt es keine Rolle, wie viel Aufwand er betreibt. Aber in Organisationen, in denen immer wieder geschrieben wird, ist Qualitätssteigerung nur durch eine Reduktion des Aufwands möglich. Denn sie schafft Raum zum Kopf-Klären, zum Nachdenken darüber, was ich eigentlich sagen will, und zum Überprüfen des Kommunikationserfolgs. Das geht verloren, wenn Schreiber in der reinen Schreib-, Formulierungs- und Aushandlungsarbeit ertrinken.

Das heisst, dass wir beim Schreiben mehr Zeit in die Vorbereitung unserer Geschichten investieren dürfen und sollten ...

Unbedingt. Planung und Nachbereitung beeinflussen die spätere Qualität des Textes stark. Das Rundumschreiben ist ganz wichtig: Was will ich rüberbringen? Wer liest meinen Text? Verändern andere daran noch etwas? Wenn erfahrene Schreiber für einen Text wenig Zeit haben – vielleicht 30 Minuten für eine halbe Seite –, dann nutzen sie einen grossen Teil der Zeit dafür, zu überlegen, was sie sagen wollen. Und dann schreiben sie den Text nur noch runter.

Interview: Anne-Friederike Wilhelm

IN KÜRZE

Dr. Daniel Perrin (49) ist Professor für Medienlinguistik und Leiter des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft IAM der Zürcher Hochschule Winterthur (ZHAW). Ausserdem leitet er die Forschungsstelle Berufliches Schreiben an der Universität Bern. Perrin war Reporter und Redaktor, Texter und Textchef, zum Beispiel beim Schweizer Radio DRS und beim Tages-Anzeiger. Heute erforscht er das professionelle Schreiben und den Sprachgebrauch in der öffentlichen Kommunikation. Ausserdem coacht er Redaktionen, Agenturen und Kommunikationsabteilungen.

