

mitp Business

Erfolgreiche PR- und Unternehmenstexte

Kreative Schreibideen | authentischer Content | mehr Aufmerksamkeit

von
Susanne Diehm, Jutta Michaud

2014

Erfolgreiche PR- und Unternehmenstexte – Diehm / Michaud

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

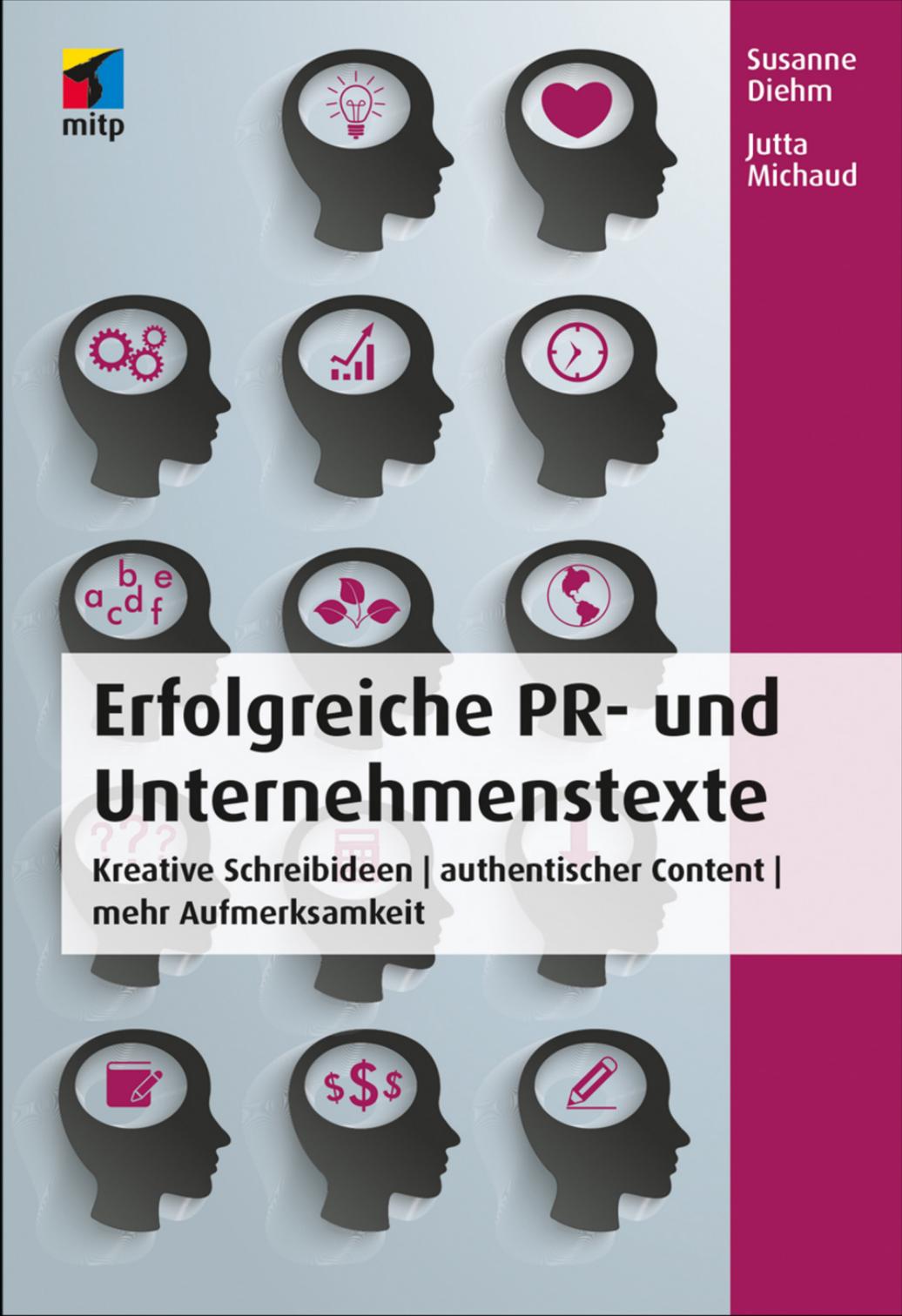
Schreiben und Publizieren, Kreatives Schreiben

mitp/bhv 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 8266 8215 5



Erfolgreiche PR- und Unternehmenstexte

Kreative Schreibideen | authentischer Content |
mehr Aufmerksamkeit

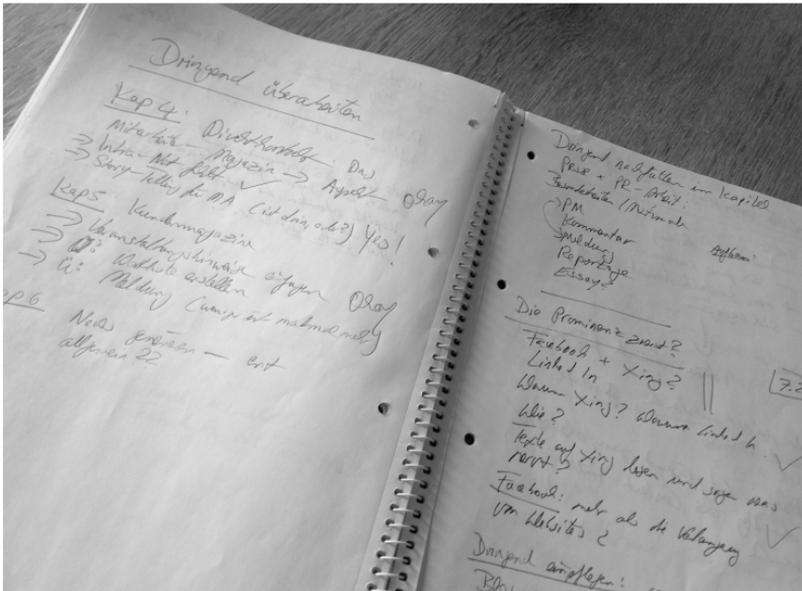
Kapitel 1

»Writers little Helper«

1.1	Textportfolio führen und passend zum Schreibtyp arbeiten . . .	20
1.2	Die Schreibtypen	25

1.1 Textportfolio führen und passend zum Schreibtyp arbeiten

Ehe Sie loslegen, möchten wir Ihnen eine Methode verraten, die für uns bei der Arbeit an größeren Textprojekten unverzichtbar geworden ist. Wir schwören auf die Arbeit mit einem Textportfolio!



Das ist nichts Kompliziertes, sondern nichts weiter als eine Art »Tagebuch« für Ihren Text. Sie haben noch nie ein Tagebuch geführt? Macht nichts. Es ist einfach und effektiv. Es unterstützt Sie dabei, strukturiert vorzugehen und dem Schreibprozess mehr Zeit zu geben. Größere Schreibprojekte, wie eine Website, ein Produkthandbuch oder eine Rede, lassen sich deutlich besser bewältigen, wenn sie in einzelnen Schritten erfolgen. Wer den Anspruch hat, dass immer alles gleich aus einem Guss sein muss, hat schon verloren. Dieser Anspruch ist – gerade für Menschen, die nicht täglich schreiben – viel zu hoch. Sicher kämen Sie auch nicht auf die Idee, völlig untrainiert an einem Marathonlauf teilzunehmen, oder? Wichtige Texte müssen erst einmal einen Tag lang liegen, die Inhalte sacken, frisch ange-

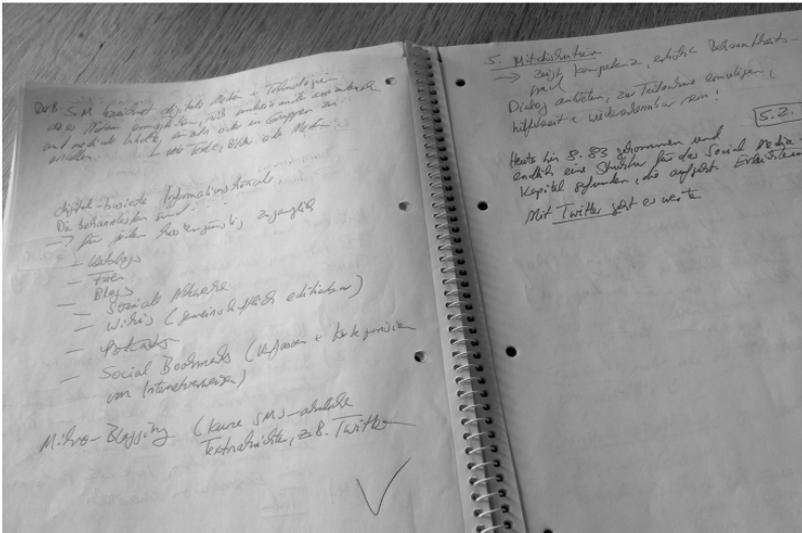
schaut und dann verändert werden. Überarbeitung braucht seine Zeit, und für Satzzeichen und Rechtschreibung müssen Sie dann auch noch einmal einen Durchgang einplanen. Was sagt Ihnen das? Genau: Rechtzeitig anfangen und ein Texttagebuch führen!

Schreib-Sicherheit entwickeln

In unserem Portfolio oder Texttagebuch gehen wir auf die Metaebene, planen, notieren was wir bereits geschafft haben, wo wir noch einmal etwas nachschlagen möchten oder müssen und – ganz wichtig – was wir für ein Gefühl bei dem haben, was wir geschrieben haben. Unsicherheiten sind dabei ebenso wichtig, wie Begeisterung, denn am »Bauchgefühl« ist meist etwas dran. Was, das erkennt man oft erst ein paar Tage später, aber das Portfolio hilft Ihnen, ein Gefühl der Sicherheit dabei zu entwickeln. Das kann dann beispielsweise einmal so klingen:

»Der Einstieg auf Seite 27 gefällt mir irgendwie nicht, da muss ich noch mal ran«. Und zwei Tage später so: »Jetzt weiß ich, was mich gestört hat: es fehlte der Hinweis auf den Nutzen. Nachgelegt: Done!«

Wenn Sie bestimmte Themen farbig markieren, hilft es Ihnen, die entsprechende Passage schnell wiederzufinden.



Geistesblitze organisieren

Wiederfinden und unkompliziert ergänzen funktioniert erfahrungsgemäß noch besser, wenn man zunächst immer nur die rechte Seite seines Journals beschreibt. Auf der linken Seite können dann plötzlich aufkommende Geistesblitze, Querverweise oder Literaturhinweise zum jeweiligen Kapitel notiert werden. Diese Methode kommt einem typischen Phänomen des kreativen Prozesses entgegen: Ihr Gehirn arbeitet im Hintergrund fleißig weiter, während Sie sich längst mit anderen Themen beschäftigen. Der »Output« kommt dann ganz plötzlich und unkontrolliert hervor – nicht am Schreibtisch, wo Sie ihn erwarten, sondern im Bad oder beim Spazieren gehen. Sie müssen Ihr Hirn entlasten, damit es optimal arbeiten kann. Deshalb sollten Sie solche »Eingebungen« in Ihrem Portfolio »parken« und später in Ihren Text einarbeiten. Das ist besonders praktisch, wenn Sie gerade an einer ganz anderen Stelle arbeiten und sich auch nicht wieder davon ablenken lassen möchten. Nur eine kurze Notiz in Ihrem Texttagebuch, schon sind Sie entlastet und können entspannt in die aktuelle Aufgabe versinken. Das Textportfolio hilft also, das kreative Chaos zu bändigen. Hier ein Beispiel für einen Gedanken, der plötzlich zwischendurch auftauchte:

»7.11.: Yippieh, erstes Etappenziel erreicht: 50 Manuskriptseiten!«

Ordnung halten

Falls Sie zu den Menschen gehören, die hin und wieder in der eigenen Zettelwirtschaft unterzugehen drohen, wird Ihnen das Textportfolio besonders gut helfen. Sie finden alles an einem Platz und mit einem Datum versehen.

Wenn Sie Ihr Text- oder PR-Projekt neben Ihren üblichen Aufgaben bewältigen, ist es hilfreich, eine feste Zeit dafür zu reservieren. Wenn diese Phase abgelaufen ist, notieren Sie am besten in wenigen Sätzen, was Ihnen spontan zu Ihrer »Tagesproduktion« einfällt. So eine Textreflexion kann ganz kurz sein und hilft am nächsten Tag, ganz schnell wieder in den Text hineinzufinden. Stärken und Schwächen des Textes lassen sich damit ebenso leicht identifizieren. Bei einem umfangreichen Schreibprojekt – einem Buch oder einer PR-Strategie beispielsweise – kann es vorkommen, dass man während des Schreibens auf die Idee kommt, die Gliederung umzustrukturieren. Sollten Sie an diesen Punkt kommen, raten wir Ihnen, im Textportfolio festzuhalten, *warum* Sie das machen wollen. Denn manch-

mal vergisst man das im Eifer des Gefechtes und stürzt sich damit immer wieder in Unsicherheiten. Haben Sie Ihre eigenen Argumente vor Augen, lassen sie sich in solchen Fällen leichter hinterfragen. Hin und wieder erwischen sich die meisten Menschen bei einem inhaltlichen Richtungswechsel und möchten sich am liebsten mit einem Adenauer-Zitat besänftigen: »Was kümmert mich mein dummes Geschwätz von gestern«. Doch wie gesagt, es beruhigt ungemein, auch Tage später noch zu wissen, warum man sich zu einem Richtungswechsel entschlossen hat.

»20.1.: Ich glaube, es wäre logisch, an dieser Stelle und nicht erst später das Thema »News generieren« zu behandeln. Das Thema ist übergreifend und betrifft nicht nur Social Media, sondern auch Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften.«

Übrigens: Sollten Sie sich anschließend wieder umentscheiden, ist das auch nicht schlimm. Hauptsache, Sie sind mit Ihrer Struktur und dem Text letztendlich zufrieden.

Selbstcoaching

Im Portfolio darf man sich auch selbst loben. Halten Sie ruhig einmal schriftlich fest, wenn Ihnen etwas gut gelungen ist, das motiviert!

Tipps von Freunden und Kollegen, motivierende Bilder oder Comics, eine kluge Bemerkung von XY, ein inspirierender Zeitungsausschnitt – all das gehört auch ins Textportfolio. Ebenso kleine Siege, Tiefpunkte und – ganz wichtig! – Ihre ganz persönliche Methode, diese zu überwinden. Das klingt dann vielleicht einmal so:

»Montag, 28. Oktober: Heute ist mir aufgegangen, warum mir die Unternehmensphilosophie solche Bauschmerzen bereitete: als Kleinunternehmer geht es darum offenzulegen, was mir im Umgang mit Kunden und Lieferanten wichtig ist: Verlässlichkeit, Vertrauen, ein freundlicher Umgangston, der ehrliches Interesse für das Gegenüber ausdrückt. Das ist meine Philosophie! Ich dachte immer, das seien Selbstverständlichkeiten... Darüber habe ich heute Abend beim Sport mit Sophie gesprochen. Gefragt, ob das okay sei, wenn ich diese Erkenntnis zu meiner Philosophie erkläre. Sie meinte »alles wunderbar«. Sophie arbeitet in einer Werbeagentur und kennt sich mit solchen Dingen aus. Sie hat mir vorhin auch gleich noch die Nummer eines Fotografen gemailt, der zu fairen Preisen

tolle Porträtfotos macht, die ganz anders sind als das Übliche. Ich muss mir merken, mutiger im Bekanntenkreis um Hilfe zu bitten. Das ist leichter, als ich dachte«.

Sie sehen, ein bisschen Selbstcoaching lässt sich im Portfolio auch betreiben. Ob Sie dafür eine schöne Kladde benutzen oder einen Spiralblock, bunte Stifte oder ganz einfach einen weiteren Ordner auf Ihrem PC – wichtig ist, dass Sie sich damit identifizieren und motivieren können. Motivation ist das Zauberwort im Zusammenhang mit dieser Methode. Bitte probieren Sie es eine Weile aus – Sie werden merken, dass Sie nicht nur mit dem Text, sondern auch mit sich selbst reflektierter umgehen werden.

Schreib(zeit)training

Wer ständig mit seiner Schreibzeit im Clinch liegt, weil er fürchtet, keine Zeit dafür zu haben, kann das Textportfolio zusätzlich als Trainingsbuch auf dem Weg zur optimalen Schreibstrecke verwenden. Reservieren Sie sich am besten täglich eine bestimmte Zeit für Ihr Projekt – zu Beginn ganz bescheidene 30 Minuten. Vereinbaren Sie mit sich selbst, in dieser Zeit weder auf E-Mails, Anrufe oder SMS zu reagieren.

Blockieren Sie am besten alles, was Sie stören könnte. Zur Belohnung und als Ansporn halten Sie anschließend kurz fest, was Sie in dieser Zeit alles geschafft haben – auch Kleinigkeiten. Am folgenden Tag erhöhen Sie Ihre Schreibzeit um fünf Minuten, am darauffolgenden um zehn Minuten – so lange, bis Sie ein Minimum von einer Stunde erreicht haben. Dann erst nehmen Sie die nächste Stunde in Angriff – Sie werden sehen, ganz mutig setzen Sie Ihre Schreibzeit immer weiter hoch. Wie beim Joggen ist es ein großartiges Gefühl täglich zu erleben, wie sich die Schreibfitness erhöht!

Selbstmotivation vom Feinsten!

Sollten Sie auf dem Weg zum Ziel irgendwann ins Stocken geraten, hilft es nachlesen zu können, dass es Ihnen auch schon vorher einmal gelungen ist, eine Talsohle zu überwinden. Da Ihnen nicht täglich jemand zuruft »Du schaffst das, Du hast es schon immer geschafft!«, machen Sie es in Ihrem Textportfolio selbst!

Sie werden sehen, der nächste »Berg« lässt sich so viel leichtfüßiger nehmen.

Auch Selbsterkenntnis kann beruhigend sein

In unseren Schreibkursen haben wir oft die Erfahrung gemacht, wie unterschiedlich schreibende Menschen an ihre Arbeit herangehen. Tipps und Tricks helfen, die Arbeit effektiver zu gestalten, doch grundsätzlich ist es wichtig, mit den Methoden zu arbeiten, die zu einem passen. Sie werden während der Arbeit mit unserem Buch wahrscheinlich merken, dass manche Aufgaben Ihnen mehr, andere weniger liegen. Das hat etwas damit zu tun, welcher Schreibtyp Sie sind. Sich darüber im Klaren zu sein, wird Ihnen zu mehr Sicherheit verhelfen. Wie effektiv und erfolgreich Sie beim Verfassen Ihrer Texte sind, steht und fällt immer auch ein Stück weit mit der Meinung, die Sie von sich selbst haben. Will heißen: wer mit seiner Art zu schreiben zaudert, hält sich unnötig auf. Und Zeit haben wir alle zu wenig.

Es gibt viele Wege, die zum Ziel führen – auch beim Schreiben. Daher werden Sie auch nicht alle Übungen gleichermaßen ansprechen, die wir in diesem Buch präsentieren. Vielleicht fällt Ihnen die Auswahl spontan leichter, wenn Sie eine Idee haben, welcher Schreibtyp Sie sind.

1.2 Die Schreibtypen

Der Autor und Germanistikprofessor Hanspeter Ortner hat das Schreibverhalten bekannter Autoren aus unterschiedlichen Epochen untersucht und dabei verschiedene Schreibstrategien ausfindig gemacht, die nicht nur bei Literaten anzutreffen sind. Deren klangvolle Namen wollen wir Ihnen an dieser Stelle nicht vorenthalten, damit Sie sehen, dass Sie sich immer in guter Gesellschaft befinden. »Richtig« oder »Falsch« gibt es beim Schreiben nämlich nicht! Wie ökonomisch die eine oder andere Vorgehensweise ist, sei dahingestellt – wir vermuten, mit einem Textportfolio hätte sich der eine oder andere »chaotische« Autor viel Arbeit ersparen können.

1. Der »Aus-dem-Bauch-heraus-Schreiber«:

Dieser Schreibtyp folgt dem »Flow« ohne groß darüber nachzudenken. Er folgt zunächst seinen Ideen, ohne sie zu strukturieren. Paul Nizon oder André Breton, der »Vater« des Assoziativen Schreibens, sind im weitesten Sinne Vertreter dieses Typs. Peter Elbow wird das Freewriting zugeschrieben, eine Methode, die wir später noch erklären.

Geht es Ihnen manchmal so, dass Sie beim Schreiben einer Mail oder eines Textes »vom Hölzchen aufs Stöckchen« kommen, wie die Rheinländer zu sagen pflegen? Dann könnten Sie diesem Typ entsprechen. Freuen Sie sich, Sie haben ganz schnell viel Material zusammen. Sie müssen sich nach dem Herunterschreiben nur noch motivieren, die wichtigsten Punkte heraus zu kristallisieren und sie der Wichtigkeit nach zu ordnen. Sie werden bestimmt von jenen Übungen profitieren, bei denen es um die Verdichtung und Ordnung von Informationen geht.

2. Der Eintextschreiber

Zu einer vergleichsweise vagen Idee wird ein Text verfasst. Im Unterschied zu Typ1 kommt dieser Autor immer wieder auf das eigentliche Thema oder seine Leitidee zurück. Martin Walser und Siegfried Lenz schrieben Ihre Bücher auf diese Weise.

Sie wissen beim Schreiben genau, worauf Sie hinaus wollen? Das ist eine gute Voraussetzung! Wenn Sie Ihre Themen nach Wichtigkeit sortieren, werden Sie schnell ans Ziel geraten.

3. Der »Mehrversionenschreiber und der Mehrversionen-Neuschreiber«

Vertreter dieses Typs schreiben mehrere Versionen zu einer Idee. Neue Ideen entstehen während des Schreibens und werden in den vorhandenen Text integriert. Beim Schreiben nähert sich der Autor immer mehr seinem Schreibziel an. Jede Version schreibt er schnell und ohne konzeptionelle Veränderungen. Dürrenmatt, Böll oder Chandler schreiben nach dieser Strategie.

Erkennen Sie sich wieder? Geraten Sie manchmal ins Grübeln, welche Textversion die bessere ist? Haben Sie nach Fertigstellung des Textes manchmal Zweifel, ob er nicht vorher schon einmal besser klang? Keine Sorge, damit sind Sie nicht allein! Wenn Sie sich angewöhnen, die einzelnen Textversionen jeweils zu speichern und sie am Ende noch einmal miteinander zu vergleichen, werden Sie sich künftig sicherer fühlen. Das dauert vielleicht eine Idee länger, lässt sich durch konsequente Arbeitsplanung (Puffer einbauen!) aber gut in den Griff bekommen.

4. Der Typ des »Versionenredigierers«, der »Nicht-linear-Neuschreiber«

Autoren, die eine solche Schreibstrategie verfolgen, entwickeln ihren Text durch viele Korrekturen. Der endgültige Text entsteht aus vielen Überarbeitungen der ersten Idee. Prominente Vertreter dieses Typs sind Balzac, Huxley, Karl Kraus, Wohmann.

Auch Jutta Michaud ist so eine Versionenredigiererin. Sie schwört darauf, längere Texte mindestens drei Tage schmoren zu lassen und täglich zu schauen, wie sie wirken. Kleine Änderungen fügt sie bei jedem Lesen ein – ganz einfach, weil das Thema umso klarer wird, je länger sie sich damit beschäftigt. Deshalb schwört sie mindestens ebenso auf realistische Arbeitspläne, die sie konsequent einhält. Ihr Credo: zwischen Abgabetermin und letztendlicher Fertigstellung eines Textauftrages sollten mindestens noch zwei Tage liegen. Dieser Puffer ist nicht für weitere Textänderungen, sondern für unerwartete Ereignisse wie Krankheiten oder Notfälle aller Art gedacht. »Aufschieberitis« sollten Sie unbedingt vermeiden, wenn Sie sich in der Beschreibung des »Versionenredigierers« wiederfinden!«

5. Der Planer

Vor dem Schreiben erstellt er oder sie einen schriftlichen Plan. Die Textproduktion vollzieht sich in zwei Phasen: der Planung und der Ausführung. Andersch und Zuckmayer waren typische Planer.

Als Planer haben Sie eine günstige Ausgangsposition: Steht der Plan, ist die meiste Arbeit bereits getan. Für Ihre Zeitplanung ist es dennoch wichtig, für die erste Phase genügend Pufferzeiten einzuplanen. Denn kreative Ideen brauchen Entwicklungs- und »Garzeit«.

6. Der »Im-Kopf-Ausarbeiter«

Vor Beginn des Schreibens entwickelt dieser Mensch seinen Text zunächst denkend. Er formuliert ganze Passagen und schreibt sie erst später auf. Vertreter dieses Typus sind z.B. Autoren wie Handke, Hesse, Rousseau, Walraff, Baudelaire).

Sind Sie ein »Im-Kopf-Ausarbeiter«? Dann ist es wichtig, ungestörte Arbeitsphasen einzuplanen, in denen Sie nicht vom Thema abgelenkt werden können. Bitte unbedingt das Telefon auf stumm schalten und keine E-Mails anschauen!

7. Der »Schritt-für-Schritt-Schreiber«

Orientieren-recherchieren-strukturieren-gliedern-formulieren-editieren-redigieren- wer so vorgeht, folgt den Ratgebern für effektives Schreiben. Allerdings hat Ortner keine Autoren gefunden, die auf diese Weise schreiben oder schrieben!

Wenn Sie diesem Ideal entsprechen: Herzlichen Glückwunsch! Eigentlich sollte nichts schief gehen können...

8. Der »unsystematische Schreiber«

Wer so schreibt, zerlegt seine Arbeit in viele kleine Schritte, die keiner erkennbaren Logik folgen. Die Autoren schreiben mal nach dieser oder jener Methode. Manchmal bestehen auch die fertigen Texte aus Fragmenten, die nebeneinander stehen. Bachmann, Döblin, Böll und Thomas Mann sind z.B. Vertreter dieses Typus.

Schreiben fällt Ihnen wahrscheinlich erst einmal nicht so leicht. Wir empfehlen Ihnen auszuprobieren, ob Sie mit einer der anderen Strategien vielleicht besser zurecht kommen. Nutzen Sie bitte Ihr Textportfolio, um die Erfahrungen und Ihre Gefühle festzuhalten. Wenn Sie eine Methode gefunden haben, mit der Sie besser zurecht kommen, dann bleiben Sie konsequent dabei. Nach etwas Übung wird Ihnen das Schreiben mehr Spaß machen als je zuvor.

9. Der »Textteilschreiber«

Es werden zunächst einzelne Szenen oder Kapitel geschrieben, der Handlungsrahmen entsteht erst am Ende. Dürrenmatt und Kafka schrieben ihre Texte auf diese Weise.

Für die Arbeit mit diesem Buch empfehlen wir Ihnen, zuerst die Übungen auszuprobieren, die Sie am meisten ansprechen. Das motiviert und Sie werden schneller zu Ergebnissen kommen, wenn Sie sich auf Ihre Art »warmgeschrieben« haben. Nur Mut. Viele Wege führen zum Ziel!

10. Der »Produktzusammensetzer«

Viele Kleintexte umschreiben ein Thema, dem sich die Autoren mit verschiedenen Methoden annähern. Oft entsteht am Ende kein zusammenhängender Text, auch wenn es eigentlich geplant war.

Wittgenstein oder Lichtenberg werden von Ortner als Beispiel genannt.

Den »Produktzusammensetzern« unter Ihnen empfehlen wir das Gleiche wie den »unsystematischen Schreibern«. Literatur kann manchmal auf diesem Wege entstehen, aber wenn Sie gute PR-Arbeit machen möchten, sind die anderen Methoden zielführender. Nur Mut. Sie werden bestimmt etwas Passendes finden!

Übrigens verhält es sich damit wie mit den Psychotests in Zeitschriften: den reinen Typus gibt es selten, aber zur Orientierung ist es hilfreich, sich selbst zu erkennen.