

PANORAMA

«Wer schreiben will, muss lesen»

Ein typischen Tagesablauf beschreiben ist für einen Texter ziemlich schwierig. Es gibt Zeiten, da bin ich die ganze Woche im Büro mitten in der Winterthurer Altstadt, dann kann es aber auch sein, dass ich ein oder zwei Termine am Tag habe – ein Briefing mit Kunden, ein

ICH ARBEITE ALS

TEXTER

Schreiben ist nicht unbedingt die Haupttätigkeit in diesem Beruf

Interview, eine Recherche. Ich arbeite in einem Auftragsrhythmus. Meine Kunden treffe ich gerne zuerst persönlich. Ich lasse sie erzählen und finde so heraus und spüre, wie sie sind und was sie für Vorstellungen oder Wünsche haben. Letztlich muss ich dem Auftraggeber ja einen Text liefern, der ihm gefällt und den er verwenden will. Ich habe allerdings einen grösseren Kunden aus dem Tessin, den habe ich noch nie gesehen.

Ich bin Texter und Konzepter für Marketing und PR, weniger für Werbung, das ist als Einmannfirma fast nicht möglich. Werbegelder gehen meist an Agenturen, die eigene Texter angestellt haben. Geschäftsbe-

richte sind typische Beispiele für meine Arbeit, ebenso Inhalte für Internetauftritte oder Kundenmagazine. Für Apple schreibe ich viele sogenannte «Success-Stories» – ich schreibe Erfolgsgeschichten über Kunden. Nicht das Produkt steht im Mittelpunkt, sondern was und wie damit gearbeitet wird. Natürlich ist das Ziel, die Leser zwischen den Zeilen zu überzeugen, wie gut sie mit Hardware und Software von Apple arbeiten. Die Aufträge beanspruchen unterschiedlich viel Zeit: Ein Mailing oder ein Werbebrief nimmt ein paar Stunden Arbeit in Anspruch. Ein Geschäftsbericht, bei dem ich dem Kunden von der Planung bis zum Druck alles abnehme, beschäftigt mich natürlich viel stärker. Meine Arbeit besteht im Schreiben von Texten, hat aber auch viel mit Planung, Kommunikation und Recherche zu tun.

Wenn die Kundengespräche und die Recherchen erledigt sind, sichte und gewichte ich das Material. Dann lege ich den Textablauf grob fest. Ich versuche mit meinen Texten zu informieren und zu unterhalten. Wenn ich dem Leser den Nutzen eines Produktes oder einer Dienstleistung gut und unaufdringlich zeigen kann, habe ich mein Ziel erreicht. Ist der Kunde mit dem Resultat zufrieden, wird der Text noch extern Korrektur gelesen. Dass ein Kunde gar nicht einverstanden ist, kommt selten vor, vielleicht ein-

mal im Jahr. Dann heisst es für mich zurück auf das erste Feld.

Ich bin seit sieben Jahren selbstständig. In dieser Zeit hat es eine deutliche Entwicklung gegeben. Nicht mehr nur reine Texte sind gefragt, sondern immer mehr Beratung und Konzepte. Im Moment habe ich sogar die Aufgabe, einem Unternehmer als Textcoach zur Seite zu stehen, der selber gerne textet, aber etwas unsicher ist. Ich konzentriere mich klar auf meine Kompetenzen. Wünscht ein Kunde auch gleich noch die Gestaltung einer Broschüre, arbeite ich mit einem Grafiker zusammen. Es ist immer häufiger der Fall, dass die Kunden nur noch einen Ansprechpartner wollen, der den ganzen Auftrag koordiniert. Verändert hat sich ebenfalls das Bewusstsein, wie wichtig gute Texte sind. Ein Grundproblem für Texter ist ja, dass alle in der Schule schreiben gelernt haben. Doch um

einen professionellen und guten Eindruck zu hinterlassen, macht es eben doch einen Unterschied, ob irgendjemand die Firmenbroschüre schreibt oder ein Profi.

Zum Schreiben bin ich über Umwege gekommen. Ich habe das KV bei einer Bank gemacht und danach das Geld anderer Leute angelegt. Daneben habe ich immer schon getextet: Ich schrieb kleinere Sportartikel für Zeitungen und arbeitete bei einer Lehrlingszeitung und später bei einem Magazin für die Win-

«In den letzten Jahren ist das Bewusstsein gestiegen, wie wichtig gute Texte sind»

terthurer Tennisvereinigung mit. Mit 28 habe ich mich entschlossen, das, was ich gerne mache, nämlich schreiben, mit meinem ökonomischen Fachwissen zusammenzubringen. Ich habe für die «Finanz und Wirtschaft» vier Jahre lang über Deutschland und Osteuropa berichtet. Dann wechselte ich für zwei Jahre zum «Smash», damals noch

offizielle Verbandszeitschrift von Swiss Tennis. Nach sechs Jahren Journalismus wechselte ich auf die PR- und Marketingseite und war bei verschiedenen grösseren Firmen angestellt.

Da grosse Unternehmen auf die Dauer nichts für mich sind, machte ich mich am 1. August 2000 selbstständig. Die Selbstständigkeit ist für mich die ideale Arbeitsform. Der Nachteil der Freiheit sind die Schwankungen. Ich habe entweder zu viel oder zu wenig Arbeit. Damit habe ich gelernt umzugehen, was für mich als 50 Prozent alleinerziehender Vater nicht

ganz einfach war. Ich bin die halbe Woche für meinen Sohn verantwortlich – dazu gehören natürlich auch finanzielle Verpflichtungen. Ich arbeite mit einer textenden Kollegin zusammen. Wir tauschen uns nicht nur laufend aus, wir übernehmen auch die Ferienvertretung und helfen einander in Spitzenzeiten.

Neue Kunden finde ich je länger, je mehr über Empfehlungen. Ich mache lieber Selbstmarketing, als dass ich potenzielle Kunden anrufe. Auf meiner Webseite www.schreibwerkstatt.ch, eine zweite wichtige Quelle für Aufträge, gibt es viele Informationen über mich und jede Woche einen Buchtipps aus dem Bereich Marketing und Kommunikation; diese Buchtipps verschicke ich auch als Newsletter einmal im Monat. Daraus ist ein Mandat für die «Werbewoche», die Fachzeitschrift der Werbeszene, entstanden, für die ich heute die Buchseite betreue. Ausserdem halte ich Referate und doziere an einer Fachhochschule. Mit solchen Engagements beweise ich mein Fachwissen und mache auf mich aufmerksam.

Ein guter Texter muss neugierig sein und jeden Tag eine neue Herausforderung annehmen können und wollen. Dann braucht es natürlich eine Leidenschaft fürs Schreiben und für die Sprache. Der Beruf «Texter» ist nicht geschützt, jeder kann sich so nennen. Es gibt noch keine anerkannte Ausbildung, keine «Texterschule», auch in Deutschland nicht. Das einzige Qualitätsmerkmal ist der Eintrag im Berufsregister, den nur erhält, wer drei aktuelle Arbeiten einreicht, die von einer unabhängigen Kommission anonym bewertet werden. Der Eintrag muss alle drei Jahre erneuert werden. Sicher ist Journalismus eine gute Grundlage als Texter, wichtig sind allerdings auch wirtschaftliche Grundkenntnisse und das Verständnis als Dienstleister. Meine Kolleginnen und Kollegen kommen aus ganz unterschiedlichen Richtungen. Eigentlich ist es ganz einfach: Wer schreiben will, muss viel lesen. »

IAUFGEZEICHNET VON LORENZ KELLER

Weitere Informationen zum Beruf:

www.scriptweb.ch



Roger Hausmann, 44, arbeitet als Texter mit eigener Firma in Winterthur.

Bild: Heinz Diener

INFORMATIONEN ZUM MUSEUM

Das Museum für Kommunikation in Bern besteht aus drei Dauerausstellungen: «As Time Goes Byte: Computer und digitale Kultur» (siehe Hauptartikel). Die Dauerausstellung «Nah und fern: Menschen und ihre Medien» gibt einen Überblick über die Kommunikation und ihre Entwicklung von der Körpersprache bis zum Austausch von Informationen mittels alter und neuer Medien. Die dritte, ebenfalls neue Dauerausstellung – «Bilder, die haften: Welt der Briefmarken» – zeigt die Geschichte hinter dem alltäglichen Gebrauchsgegenstand Briefmarke, der als Spiegel der Welt gelesen werden kann. Der Besucher kann zum Beispiel durch eine Briefmarkenwelt mit Schweizer Motiven spazieren. Zusätzlich sind verschiedene Themenwelten von den ersten Briefmarken bis zu «Lady Diana – Queen of Hearts» zu sehen. Die Sonderausstellung «Haarsträubend. Tier – Mensch – Kommunikation» gibt noch bis am 1. Juli auf 1200 Quadratmetern einen Einblick in das Universum tierischer und menschlicher Kommunikation. Diverse Veranstaltungen sowie spezielle Aktivitäten für Kinder runden das Museumsangebot ab. (lk)

www.mfk.ch

Eine Zeitreise durch die Kommunikation

Das 100-Jahr-Jubiläum des Museums für Kommunikation in Bern ist zugleich der Abschluss der Gesamterneuerung. Eine neue Dauerausstellung zeigt das «Abenteuer Kommunikation».

BERN – Die Geschichte begann mit einem Postmuseum von 1907 bis 1949, das sich dann zu einem PTT-Museum verwandelte. Mit der Auftrennung der PTT in zwei unabhängige Unternehmen Post und Telecom (heute Swisscom) folgte der logische Schritt: Aus einem «Firmenmuseum» wurde ein Museum für Kommunikation. Und weiterhin werden Jahr für Jahr die jeweils neusten Kommunikationseigenschaften mit einbezogen. Pünktlich zum 100-jährigen Jubiläum konnte das Museum Anfang Mai zwei neue Dauerausstellungen eröffnen.

«Bilder, die haften» beschäftigt sich mit der Geschichte der Briefmarken (siehe Kasten). «As Time Goes Byte» rollt erstmals in der Schweiz die Entwicklung des Computers und der digitalen Kultur auf. Das ist dringend nötig, denn keine andere Technologie

hat das Leben der Menschen in derart kurzer Zeit so grundlegend verändert wie die Informations- und Computertechnologie. Computer sind heute allgegenwärtig, nicht nur direkt «sichtbare», sondern auch jene in Autos, Drehtürsteuerungen, Fernsehern oder Telefonanlagen.

Bis zum Massenprodukt

Auf rund 600 Quadratmetern zeigt die Ausstellung einen umfassenden Überblick über die Entwicklung des Computers in den letzten 50 Jahren. In dieser Zeit entwickelte er sich vom Grosrechner für Universitäten, Firmen und das Militär zu einem Massenprodukt. Ein Highlight der Sammlung ist die «Ermeth» (Elektronische Rechenmaschine der Eidgenössischen Technischen Hochschule), der erste in der Schweiz gebaute Computer aus den 1950er-Jahren. 1900 Röhren und zehn Röhrenschränke brauchten damals den Raum einer Zweizimmerwohnung. Heute ist jedes Mobiltelefon leistungsfähiger.

Neben den ersten Computern mit Rechnern von den 1930er- bis in die 1970er-Jahre und der Entwicklung zum designten, mobilen Kommunikationsgerät zeigt die Ausstellung auch

einen Blick «hinter die Kulissen». Zum Beispiel wird der Mikrochip aus Silizium erklärt, der erst die extreme Verkleinerung der Geräte bei gleichzeitiger Leistungssteigerung ermöglichte. Andere Bereiche beschäftigten sich mit dem binären Zahlensystem, der Grundlage der digitalen Rechnertechnologie, oder den Auswirkungen

auf die Gesellschaft. «As Time Goes Byte» wagt auch einen Ausblick in die Zukunft – mit Projekten aus Wissenschaft, Industrie und Kunst rund um das Thema digitale Technologien. (lk)

Museum für Kommunikation

Helvetiastrasse 16, 3000 Bern 6, Tel. 031 357 55 55, E-Mail: communicationmfk.ch. Öffnungszeiten: Dienstag und Donnerstag bis Sonntag 10–17 Uhr, Mittwoch 10–19 Uhr.



Noch vor nicht so langer Zeit waren Computer unförmige, grosse Kästen. Bild: pd