
Vorwort

Ein Handbuch über das Schreiben für die Public Relations (PR)? – Das Lektüreangebot dürfte zunächst zwiespältige Reaktionen auslösen. Denn einerseits ist das Schreiben in diesem Berufsfeld, in dem es um die Gestaltung und Steuerung des Dialogs zwischen Unternehmen und der Öffentlichkeit geht, ebenso grundlegend wie selbstverständlich. Handelt es sich also um eine Publikation lediglich für Anfängerinnen und Anfänger? Die PR-Arbeit hat sich andererseits in den letzten Jahren durch Medialisierung und Digitalisierung enorm verändert. Was soll da ein Buch über das Schreiben, da doch Fotografien, Icons, Infografiken und Video-clips weit mehr zu sagen scheinen als tausend Worte?

Dieses Buch richtet sich weder nur an Berufseinsteiger noch an nostalgische Schreibtischtäter, welche die Zusammenarbeit mit anderen Medienspezialisten scheuen. Es arbeitet vielmehr mit der These, dass das Schreiben für die PR von derart grundlegender Bedeutung und gleichzeitig derart anspruchsvoll geworden ist, dass sich die Auseinandersetzung mit dem Thema für alle Profis immer wieder von Neuem lohnt – auch und gerade für jene, die sich im Beruf bereits auskennen und sich darin multimodal und multimedial bewegen. Von Interesse ist das Schreiben also nicht nur als alltägliche Routine, sondern auch – und vor allem – als Hebel der Strategie- und Qualitätsentwicklung, als entscheidendes Mittel für das Gelingen interdisziplinärer Zusammenarbeit und als roter Faden medienkonvergenter PR-Konzeption.

Zum einen sind die Aufgaben in Corporate Communications und PR in den letzten Jahren angewachsen, vielfältiger und anspruchsvoller geworden. Neue Medien, neue Themen wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, aber auch gestiegene Ansprüche an die Transparenz und Dialogfähigkeit der Unternehmenskommunikation haben das Tätigkeitsfeld verändert. Vielfältiger und anspruchsvoller sind damit auch die Schreibaufgaben geworden: Multimedial verwertbar müssen schriftliche Kommunikationsangebote der modernen PR sein, zudem so transparent und so anschlussfähig wie möglich. Gewohnheiten und

Routinen der Textproduktion werden entsprechend hinterfragt und wenn nötig neu ausgerichtet.

Zum anderen hat das Schreiben gerade durch die zunehmende multimediale Vermittlung von PR nochmals an Bedeutung gewonnen. Geschrieben werden müssen nicht nur die Beiträge für Printmedien, sondern auch die Hypertexte im Internet, die Storyboards für Videoproduktionen, die Über- und Unterschriften für Bildstrecken und die Vorlagen für mündliche Statements. Dazu kommt, dass Kommunikationsbeiträge für alle diese Kanäle arbeitsteilig konzipiert, koordiniert und evaluiert werden müssen – was massgeblich und typischerweise durch Schreiben geschieht.

Schreiben für die medienkonvergente PR, das heisst also nicht nur, einzelne Kommunikationsangebote zu planen, zu entwerfen und zu verbessern. Es heisst auch, die gesamte Kommunikationsarbeit in interdisziplinären Teams zu planen, zu koordinieren und zu verbessern. Das Schreiben verstehen wir deshalb als eine grundlegende Technik nicht nur für das Publizieren, sondern auch für das Organisieren von Kommunikationsangeboten in der PR-Arbeit.

Schreiben mit System richtet sich an Praktikerinnen und Praktiker der Öffentlichkeitsarbeit, ebenso an Studierende und Dozierende von Fachschulen und Hochschulen in der Aus- und in der Weiterbildung. Überall besteht das Bedürfnis nach einem schnellen Zugriff auf klare Definitionen, nach zusammenfassenden Darstellungen und sprechenden Beispielen. Solche Arbeits-, Lern- und Orientierungshilfen möchte das Buch vermitteln.

Mit Ausnahme einzelner hinzugezogener Spezialistinnen wirken alle beteiligten Autorinnen und Autoren – wie die Herausgeber selber – am Departement für Angewandte Linguistik der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW). Sie greifen auf ihren Gebieten auf gründliche Erfahrungen in Forschung, Lehre und Beratung zum Schreiben für die PR zurück. Sie haben sich mit Studierenden und Klienten nicht nur an Details von Formulierungen die Zähne ausgebissen, sondern sich immer wieder – und vor allem – mit der Frage auseinandergesetzt, wie Schreiben so organisiert und gesteuert werden kann, dass die Schlussredaktion eines Textes nicht zum qualvollen, konfliktträchtigen und letztlich wirkungslosen oder gar kontraproduktiven Prozess gerät.

Schreiben mit System zeichnet sich – wie wir als *Herausgeber* im ersten Teil zeigen – dadurch aus, dass es dank eines methodischen Vorgehens in mehreren Phasen den Anforderungen der Medienkonvergenz und der Arbeitsteilung gerecht zu werden vermag und dabei Kommunikationschancen systematisch zu nutzen, Risiken hingegen zu meiden und zu mindern weiss.

Der zweite Teil des Bandes ist den wichtigsten Schreibdomänen und ihren Besonderheiten gewidmet. Alle Kapitel in diesem Teil führen von den Grundlagen der Domäne zu zentralen Phasen des Schreibprozesses: Planen, Entwerfen

und Verbessern von Texten für die PR. *Nicole Rosenberger* behandelt das Schreiben von Konzepten für das strategische Identitätsmanagement von Unternehmen in seinen vielfältigen Anforderungen und Ausformungen. *Kaspar Silberschmidt* zeigt am Beispiel von Geschäftsberichten, welche besonderen Aufgaben die Wirtschaftskommunikation für das Schreiben in der PR-Arbeit mit sich bringt. *Peter Stücheli-Herlach* stellt das Schreiben für die politische Kommunikation als einen Prozess vor, in dem Politik mittels Worten gemacht, verteidigt und weiterentwickelt wird. *Helga Kessler* vermittelt einen Überblick über typische Probleme und zielführende Lösungen beim Schreiben für die Wissenschaftskommunikation. *Cathrin Christoph* sieht das Schreiben für die Medienarbeit in der doppelten Perspektive des Wirtschafts- und des Journalismussystems und zieht entsprechende Schlussfolgerungen für Medienmitteilungen. *Peter Stücheli-Herlach* und *Colette Schneider Stingelin* präsentieren Ansätze, mit denen Schreibende den kommunikationsstrategischen wie publizistischen Anforderungen von Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften gerecht werden können.

Der dritte Teil des Bandes behandelt schliesslich besondere Schreibaufgaben und Lösungsansätze. Alle Kapitel in diesem Teil führen von den Grundlagen zu den aufgabenspezifischen Funktionen und Mustern der PR-Texte und ihrer Produktion und von dort weiter zu ausgewählten Aspekten der Medialisierung, der Produktion und der Rezeption. *Guido Keel* charakterisiert die besonderen Formen und Möglichkeiten des Schreibens für das digitale Medium Internet. *Katharina Urbahn* entwirft eine Systematik der Textsorten, die Schreibenden helfen kann, ihre Textproduktion auf bestimmte Kommunikationsziele auszurichten. *Peter Stücheli-Herlach* und *André Schibli* zeigen Verfahrensweisen für das Schreiben von Reden und ihre mediale Vermittlung auf. *Ulla Kleinberger* stellt das Schreiben von E-Mails als ein Mittel innerbetrieblicher Zusammenarbeit vor. *Wibke Weber* präsentiert Anforderungen und Grundgesetze der Textgestaltung mit sprachlichen, typografischen und visuellen Mitteln. *Aleksandra Gnach* schliesslich zeichnet nach, wie den ganz individuellen Herausforderungen des Schreibprozesses in Schreibberatung und -coaching begegnet werden kann.

Glossar und Stichwortverzeichnis am Schluss des Buches erlauben es, sich über die wichtigsten Begriffe und Themen schnell zu orientieren und lesend Einträge in die einzelnen Beiträge zu finden.

Mit dem Fokus auf den Prozess des Schreibens für ein breites Spektrum an Aufgaben der PR, mit seiner Orientierung an Forschungsergebnissen und mit der gleichzeitigen Nähe zur Praxis soll *Schreiben mit System* eine Lücke schliessen. Da liegt erstens die deutschsprachige sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Einführungs- und Überblicksliteratur zur Öffentlichkeitsarbeit und PR vor, die das Schreiben entweder nicht oder nur am Rande behandelt (Piwinger/Zerfass 2007; Bentele et al. 2008; Lies 2008; Mast 2010; Röttger 2011 u. a.) beziehungsweise die

sich auf Texte und Textqualitäten konzentriert (Femers 2011; Liesem/Kränicke 2011). Da liegt zweitens eine forschungsgestützte Fachliteratur zum Schreiben an modernen, nichtjournalistischen Arbeitsplätzen vor, die sich der Breite spezifischer PR-Aufgaben nicht gesondert widmen kann (Jakobs et al. 2005; Perrin/Rosenberger 2008; Jakobs 2008; Jakobs et al. 2010 u. a.). Und es liegen drittens detaillierte Einzeldarstellungen zu Textgattungen und entsprechenden Schreibprozessen in den PR vor, die wiederum wenig Hilfestellungen für jeweils andere Schreibaufgaben bieten (Ebert 2004; Keller 2006; Falkenberg 2008; Christoph 2009; Bischl 2011 u. a.). Zudem existiert ein reiches Angebot an englischsprachiger Fachliteratur (Treadwell/Treadwell 2005; Smith 2008; Newsom/Haynes 2008; Zappala/Carden 2010 u. a.)

Zwischen die umfassende PR-, Text- und Schreib-Expertise einerseits und die detaillierten Anleitungen für bestimmte Textgattungen und Schreibaufgaben andererseits legen wir nun dieses deutschsprachige Buch. Es zeigt nicht nur auf, *dass* man sich Reputation und Vertrauen erschreiben kann, sondern auch, *wie* man das tut, und zwar in einem breiten Spektrum verschiedener Aufgaben, Medien und Situationen. Es möge, nach einem alten publizistischen Grundsatz, der Leserschaft gleichzeitig nützen und sie erfreuen.

Wir danken *Viola Falkenberg*, Bremen, für ihren Anstoss zu diesem Projekt. Wir danken allen Autorinnen und Autoren für ihre Bereitschaft, sich auf die besonderen Anforderungen dieser Publikation einzulassen und sie mit einem Beitrag zu unterstützen. Wir danken dem Verlag Springer VS und seiner Lektorin *Barbara Emig-Roller* für das Interesse an der Publikation und die unterstützende Begleitung bei der Realisierung. Wir danken *Nora Heinicke*, *Mirco Saner* und *Pascal Tanner* für die Mitwirkung in einzelnen Phasen der Konzeption, der Redaktion und der Korrektur. Gute Arbeit am Detail zur rechten Zeit – auch das ist Schreiben mit System.

Am Zürichsee, im Juni 2012

Peter Stücheli-Herlach und Daniel Perrin

Literatur

- Bentele, G./Fröhlich, R./Szyszka, P. (Hrsg.) (2008): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Mit Lexikon. 2., korr. und erw. Aufl. Wiesbaden.
- Bischl, K. (2011): Die professionelle Pressemitteilung. Ein Leitfaden für Unternehmen, Institutionen, Verbände und Vereine. Wiesbaden.
- Bivins, Th. H. (2008): Public Relations Writing. The Essentials of Style and Format. 6th Edition. Boston.
- Christoph, C. (2009): Textsorte Pressemitteilung. Zwischen Wirtschaft und Journalismus. Konstanz.
- Ebert, H. (2004): Geschäftsbericht und Public Relations. In: Knapp, K. et al. (Hrsg.): Angewandte Linguistik. Tübingen, Basel.
- Falkenberg, V. (2008): Pressemitteilungen schreiben. 6. Aufl. Frankfurt am Main.
- Femers, S. (2011): Textwissen für die Wirtschaftskommunikation. Stuttgart.
- Jakobs, E.-M./Lehnen, K./Schindler, K. (Hrsg.) (2005): Schreiben am Arbeitsplatz. Wiesbaden.
- Jakobs, E.-M. (2008): Textproduktion und Kontext: Domänenspezifisches Schreiben. In: Janich, N. (Hrsg.): Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen.
- Jakobs, E.-M./Lehnen, K./Schindler, K. (Hrsg.) (2010): Schreiben und Medien. Schule, Hochschule, Beruf. Frankfurt am Main.
- Keller, R. (2006): Der Geschäftsbericht. Wiesbaden.
- Lies, J. (Hrsg.) (2008): Public Relations. Ein Handbuch. Konstanz.
- Liesem, K./Kräncke, J. (2011): Professionelles Texten für die PR-Arbeit. Wiesbaden.
- Mast, C. (2010): Unternehmenskommunikation. 4., neu bearb. und erw. Aufl. Stuttgart.
- Newsom, D./Haynes, J. (2007): Public Relations Writing. Form and Style. Belmont.
- Perrin, D./Rosenberger, N. (2008): Schreiben im Beruf: Wirksame Texte durch effiziente Arbeitstechnik. 2. Aufl. Berlin.
- Piwinger, M./Zerfass, A. (Hrsg.) (2007): Handbuch Unternehmenskommunikation. 2., korr. Nachdruck. Wiesbaden.
- Röttger, U./Preusse, J./Schmitt, J. (2011): Grundlagen der Public Relations. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden.
- Smith, R. D. (2008): Becoming a Public Relations Writer. A Writing Process Guidebook for the Profession. New York, London.
- Treadwell, D./Treadwell, J. B. (2005): Public Relations Writing. Principles in Practice. Thousand Oaks.
- Zappala, J. M./Carden, A. R. (2010): Public Relations Writing Worktext. A Practical Guide for the Profession. 3rd Edition. New York, London.

Schreiben mit System

PR-Texte planen, entwerfen und verbessern

Stücheli-Herlach, P.; Perrin, D. (Hrsg.)

2013, XII, 236 S. 24 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-531-19620-6