

Kollektive können keine Texte schreiben

Teamwork ist heute en vogue. Einzelspieler sind weniger gefragt als gute „Teampayer“. Wer mit dem Zeitgeist geht, betont die Leistung des Teams, nicht jedoch die Leistung einer einzelnen Person. Meine Erfahrung lehrt mich jedoch: Bei der Erstellung von guten Texten zählt kein Teamwork, sondern die Leistung eines Einzelnen.

Um gleich vorweg einen Einwand zu entkräften: Natürlich können Texte erheblich gewinnen, wenn sie von mehreren Personen gegengelesen und diskutiert werden. Sowohl Vorschläge und Kritik zum Inhalt wie auch zu einzelnen Formulierungen sind willkommen und können dazu beitragen, einen Text zu verbessern. Aber am Schluss sollte ein Einzelner, und zwar derjenige, der den Text verfasst hat, souverän entscheiden, welche Änderungs- und Ergänzungsvorschläge er aufnimmt und welche nicht.

Er darf nicht gezwungen werden, sich der Meinung eines Kollektivs anzupassen oder nach „Kompromissen“ zu suchen. Er allein muss entscheiden können, welche Vorschläge zur Verbesserung des Textes sinnvoll sind – und welche nicht.

Das Wichtigste an einem guten Text sind die innere Logik und Stringenz der Argumentation. Diese gehen jedoch oft verloren, wenn zu viele Schreiber an einem Text basteln. Der Text ist dann kein einheitliches Ganzes mehr, sondern ein Stückwerk, angereichert mit Versatzstücken einzelner Texter, von denen jeder etwas anderes für wichtig erachtet.

Meist werden Texte, bei denen zu viele mitreden können, nicht verbessert, sondern „verschlimmbessert“. Ein Beispiel dafür sind Pressemitteilungen von Unternehmen. Ich habe es schon erlebt, dass fünf oder sechs Geschäftsführer einen Text vorher „absegnen“ mussten.

Natürlich wollte jeder noch an irgendeiner Stelle dem Text seinen Stempel aufdrücken und seine eigene Botschaft unterbringen.

Nur wenige besitzen die Souveränität, einfach einen Haken an den Text zu machen und ihn ohne Änderungsvorschläge freizugeben. Vielleicht könnte sonst ja auch jemand auf den Gedanken kommen, der Betreffende habe gar nichts zu sagen und man könne sich sein Urteil auch sparen.

Noch niemals habe ich erlebt, dass ein Text besser wird, wenn er am Schluss das Werk eines Kollektivs ist. Haben Sie schon einmal von einem großen Roman bzw. von einem wichtigen Werk der Literatur gehört, das von einem Kollektiv verfasst wurde? Haben Sie schon einmal von einem guten Werbespot gehört, der von einem Team kreiert wurde?

Der große Werbefachmann David Ogilvy hat einmal gesagt: „Keine Anzeige, kein Fernsehspot und kein Image eines Produktes kann von einem Komitee geschaffen werden.“ Natürlich hat es „Vorteile“, wenn Komitees und nicht einzelne entscheiden. Der einzelne braucht dann keine Verantwortung zu übernehmen. Wenn der Text schlecht ankommt, dann ist ja nicht er schuld, sondern das Team, das den Text erstellt hat bzw. das Gremium, das den Text in dieser Form freigegeben hatte.

Je mehr Personen an einem Text herumfuschen, umso schlechter wird er in der Regel. Übergänge zwischen einzelnen Passagen passen nicht mehr so recht. Die innere Logik des Textes wird durch Einschübe und fremde Gedankengänge unterbrochen. Der Stil ist nicht mehr aus einem Guss, sondern es handelt sich um einen Flickenteppich unterschiedlicher Stilarten.



Dr. Rainer
Zitelmann

ist Inhaber der Dr.ZitelmannPB.GmbH, die führende deutsche Immobilienunternehmen in Fragen der strategischen Positionierung und der Kommunikation berät.

Dr.Rainer Zitelmann ist Verfasser des Buches „Die Macht der Positionierung“, das sich mit der Kommunikation für Immobilien-Produkte befasst.

www.zitelmann.com

Am schlimmsten ist es, wenn ganz sachfremde Gesichtspunkte hinzukommen.

Um dies am oben erwähnten Beispiel der Pressemitteilung zu verdeutlichen: Ein Geschäftsführer möchte aus Eitelkeit unbedingt, dass auch er in der Pressemitteilung mit einem Statement genannt wird. Gesichtspunkte des Prozesses und des Machtgleichgewichtes zwischen einzelnen Abteilungen einer Firma bekommen eine größere Bedeutung als die inhaltliche Aussage, die mit dem Text transportiert werden soll. Der Verfasser eines Textes, der gezwungen ist, darauf Rücksicht zu nehmen, hat am Schluss weder die zentrale Botschaft des Textes noch den Adressatenkreis im Auge, sondern die Befindlichkeiten und Empfindlichkeiten von Vorgesetzten und Kollegen.

Gute Texte verfassen können nur wenige Menschen. Ich schätze, höchstens einer von Tausend verfügt über diese Fähigkeit. Leider glauben jedoch auch die meisten der 999 weniger Begabten, sie seien in der Lage, gute Texte zu verfassen. Beim Schreiben von Texten ist es wie beim Fußball: Fast jeder glaubt, er verstünde etwas davon. Wie, denken Sie, würde ein Fußballspiel aussehen, bei dem jeder Fernsehzuschauer berufen wäre, dem Mannschaftskapitän oder dem Schiedsrichter Anweisungen zu geben?