GWPR-KOLUMNE

Trennt Euch. Vom Satzbaustein.

Kristina Faßler
General Manager Marketing & Commercial Sales WELT und Sendersprecherin

Kommunikationsprofis sollten ihre Worte stets hinterfragen und ***inflationär verwendete Begriffe*** *meiden, fordert* ***Kristina Faßler****, Mitglied von Global Women in PR (GWPR) Deutschland. Ein Plädoyer für eine* ***unverwechselbare Sprache****.*

Schöne Sprache verehre ich. Sie macht allerbeste Laune. Sätze, die so geschrieben sind, dass ich das Ende wirklich lesen muss und jeder Ansatz von Autovervollständigung grandios scheitert. Dass ich überrascht werde, begeistert über Formulierungen stolpere. Beschreibungen, die Bilder im Kopf erzeugen. Neue Bilder. Deshalb möchte ich ein Plädoyer für das Hinterfragen von Satzbausteinen halten, für das immer wieder neue Beschreiben des Bekannten. Eins gegen: „Das haben wir schon immer so formuliert."
Die Unternehmen, für die wir kommunizieren, die Ideen, die Produkte, die wir beschreiben, verdienen es zumeist, dass wir das, was wir dazu formulieren, immer wieder hinterfragen. Dass wir Lust darauf haben, es noch besser zu beschreiben. Vermutlich um Abstimmungsprozesse zu beschleunigen, um schnell zu sein, gibt es so eine Art Satzbausteine. Formulierungen, auf die man sich mal geeinigt hat.

Nun mögen die einen oder anderen erwidern, dass das Wiederholen auch einen Marketingeffekt habe und viele Menschen darauf lange herumdachten. Ja. Das mag für Begriffe stimmen. Absolut. Bei Satzbausteinen zweifle ich am Wert der Wiederholung. Jede Zielgruppe, jede Zeit, die sich verändernden Situationen und Perspektiven, verdienen aus meiner Sicht das Bemühen um die wirklich beste Formulierung im jeweiligen Moment. Manche Adjektive werden so inflationär benutzt, dass die Emotion, die wir uns davon versprechen, geradezu ins Gegenteil umschlägt.
Ein Beispiel ist das Adjektiv faszinierend. Faszination wird mir einfach zu oft versprochen. Und längst nicht alles, was vollkommen ok ist, fasziniert mich auch. Der Mehrwert ist eventuell nicht die Faszination. Faszinierend ist schnell geschrieben. Man muss sich nicht anstrengen. Es klingt auf den ersten Blick groß. Nur auf den ersten. Was genau fasziniert denn? Warum eigentlich? Wie fühlt sich das an? Lässt sich das eventuell mit völlig anderen Worten präziser beschreiben?

Ich möchte dazu ermutigen, die Sätze, die wir Kommunikator:innen oft so super schnell formulieren können, weil wir sie schon so oft gesagt und geschrieben haben, immer wieder zu hinterfragen. Gerade weil wir sie so sicher kennen, wissen wir, was wir wirklich meinen. Und das lässt sich noch viel präziser, bildhafter, unverwechselbarer sagen. Ab da wird es richtig gut.

Illustration: vectorplus/Adobe Stock