



Zum Beruf des Texters und wie man einer wird und weshalb bereits eine Erläuterung nötig ist ...

Erich Brandenberger

SCRIPT

Schon die Überschrift zeigt, wie schwierig es ist, einen vernünftigen Text zu schreiben. Seit «man» als politisch unkorrekt denunziert wurde und Wortschöpfungen wie «TexterIn» aufsässig Eingang heischend die Wälle des eingebürgerten Sprachgebrauchs niederzureissen drohen, kann ich mir gar nicht mehr vorstellen, weshalb irgendwer überhaupt noch Texte machen will.

Die Texterwerdegang ist gleichwohl ein reizvolles, weil umstrittenes Thema. Da ich im Begriff bin, mich mit meiner Meinung dazu in die Nessel zu setzen und wir ziemlich viel Durchschuss miteinander überwinden müssen, schlage ich vor, dass wir uns zeitlich befristet duzen. Wir könnten uns zwar auch siezen, aber das wäre so unbequem wie beim Essen stehen. Ausserdem wurde die Schlagzeile so konstruiert, dass sie von arrivierten Textern (die man liebevoll alte Säcke nennt, das musst Du wissen, sonst lädt man Dich nie zu einer ADC-Veranstaltung ein) abgeklärt überflogen wird (raffiniert, nicht wahr?) und diese zum Weiterblättern veranlasst. Wir sind somit unter uns und können uns einen etwas intimeren Umgang miteinander leisten. Also: Wie wird man nun Texter? Ich kann 5 Möglichkeiten vorschlagen.

Zu Beginn eine Metapher, die unausgesprochen bleibt.

Aus berufenem Munde (also gut, Robert Stalder hat das gesagt) stammt das Axiom, Texten könne man lernen, aber nur beim Texten. Das ist einerseits beruhigend, denn Texten lässt man, und ohne Texter bestünde eine schmerzliche Angebotslücke. Wir wissen, dass Lücken gefüllt werden müssen, und wenn es aus Versehen mal keine gibt, dann schafft man welche, um sie hernach wieder zu füllen. Andererseits wirft das Axiom eine ernsthafte Frage auf. Wo kann man denn texten, um das Metier zu erlernen?

Jedenfalls auf den ersten Blick kaum bei einer Werbeagentur, denn die Kommunikationsbranche sucht gestandene Texter (um die 25 Jahre alt, mit 30jähriger Agenturerfahrung), denen man nicht zuerst alles vorkauen muss. Referenzen werden verlangt, und Arbeitsproben. Die aber erhält bzw. besitzt erst, wer bereits als Texter gearbeitet hat. Die dazugehörige Metapher können wir uns sparen. Die brauchen wir vielleicht später für den Ernstfall.

Es sieht also nicht gut aus. Aussichtslos ist es aber trotzdem nicht.

Texter sind Menschen, vereinfacht gesagt, welche fest an die Macht des Wortes glauben; in der Werbung beschreiben sie Produkte und Dienstleistungen so, dass diese dem potentiellen Käufer begehrenswert erscheinen. Wer also noch kein Texter ist, hingegen einer werden will, muss sich selbst so beschreiben können, dass er für den potentiellen Arbeitgeber begehrenswert erscheint. Hier gilt: Mehr Sein als Schein ist besser. Mogelpackungen werden rasch entlarvt. Auch wenn es eingedenk der veröffentlichten Werbetexte nicht immer so aussehen mag.

Dein Einstand, falls es nach mehr riechen sollte.

Deine eigene Schreibe hat Gewicht. Ob viel oder wenig, das entscheiden immer die anderen. Creative Directors mit grauen Schläfen oder grünen Ohrrückseiten oder roten Augen von übermässiger Playstationnutzung, zum Beispiel. Daran muss man sich gewöhnen. Jedenfalls wirst Du anhand Deiner Texte gewogen und gegebenenfalls für zu leicht befunden. Letztlich ist es doch immer der Text, der sich durchsetzt.

Angenommen nun, Deine Texte haben die nötigen Pfunde und selbst der Konjunktiv stimmt überall. Das Schreiben reizt Dich. Dann reize mit Schreiben. Überzeuge eine Werbeagentur mit einem raffinierten Bewerbungsbrief, dass es sich lohnt, Dich auf die Waage zu stellen. Schlage eine Schnupperlehre vor, während der Du Dein Talent aus dem Köcher holen kannst. Wenn Du nicht gerade arbeitslos bist, musst Du halt zwei Wochen Ferien opfern. Soviel Einstand muss Dir die Sache schon wert sein. Und ich will an meiner Hutkrempe nagen, wenn Dich die Agentur unter diesen Voraussetzungen schnöde abweist.

[Das ist also Möglichkeit Nr. 1, Texter zu werden: Aus dem Stand.](#)

SCRIPT

Dieser Berufseinstieg, wenn er gelingt, kann sehr dankbar sein, denn je nach Grösse der Werbeagentur, die es riskiert, auf Deine Offerte einzugehen, gibst du die Gelegenheit, mit erfahrenen Kollegen zusammenzuarbeiten. Schreiben ist gewöhnlich ein einsamer Vorgang, und jede Möglichkeit, an einem regen Gedankenaustausch teilzunehmen, Ideen an anderen auszutesten, verschiedene Ansätze zu einem ausgewogenen Ganzen zu verweben, ist eine beglückende Erfahrung. Ehrliche Kritik ist der einzige Gradmesser für die Schlagkraft eines Textes. Aber auch von Lob soll man sich nicht beirren lassen: Selbst wenn es auf Dich allseits herniederprasselt, heisst das noch gar nichts. Du musst mit Deinem Text leben können bis zum Hinschied, und das kann verdammt lang sein, erstens, weil der Texterberuf ja nicht sonderlich riskant ist, wenigstens vom versicherungstechnischen Standpunkt aus nicht, und zweitens, weil danebengeratene Texte peinlich lang an den exponiertesten Aussenwerbeflächen kleben bleiben. Nur Nichtstexten fällt weniger auf. Der sogenannte kreative Prozess ist nicht bloss eine Permutation von bekannten Elementen, sondern in der Tat ein eigenständiger Schöpfungsakt. Und der zehrt von der inneren Masse, die Du in die Waagschale wirfst. Mit Nonchalance wirfst, denke ich mir mal voreingenommen.

Wer bereits in einer Werbeagentur arbeitet, z.B. als Werbeassistent, hat es leichter, Texter zu werden, weil der Berufsalltag die Anforderungen ungemein verdeutlicht.

[Von innen her Texter werden: Das ist Möglichkeit Nr. 2.](#)

Ein anderer Weg.

Eine Variante dieser Direktissima führt zur Türklinke einer Public Relations-Agentur, wo ähnlich wie bei den Werbeagenturen ein ernsthafter Mangel an qualifizierten Tastaturartisten herrscht, und wo keinesfalls geringere Ansprüche an das Denkvermögen und die Eloquenz gestellt werden.

Im Public Relations-Bereich liegt vielleicht die Schnittstelle zum Journalismus einiges näher, dafür braucht es ein gerütteltes Mass an Identifikationspotential mit zuweilen recht komplexen Sachverhalten, bei denen die Optik des Journalisten mit der Seele einer Guerillas nicht immer opportun ist. Wie gesagt, die Nachfrage ist da: Du musst lediglich beweisen können, dass Du einen Text schreiben kannst. Eine Chance dazu dürfte sich unschwer aushandeln lassen. Die Agentur hat jedenfalls ausser der Zeit für ein Briefing nichts zu verlieren.

[Das ist Möglichkeit Nr. 3: Von der Öffentlichkeitsarbeit her.](#)

Wenn der Begriff Journalismus schon im Raum hängt, möchte ich noch loswerden, was ich von diesem Berufsstand halte und im gleichen Atemzug von den Schriftstellern. Zum Alltag jedes ernsthaften Texters gehört die Lektüre von Büchern, Zeitschriften und Zeitungen, weil Lesen erstens reich macht und weil zweitens der gepflegte Umgang mit der Sprache keinem bestimmten Medium vorbehalten ist – man findet ihn überall. Zudem kann sich niemand ungestraft von der Welt abkapseln, sonst gehen ihm die Allegorien aus. Und wer pragmatisch nichts draufhat, kann echt keinen Duktus durchziehen.

Dieser Abschweifer gibt zwei Konklusionen her: (1) Wem Lesen keinen Spass macht, sollte nicht schreiben wollen, und (2) wer so schreiben kann, dass sich Leser schon im Voraus freuen, sollte seine Begabung der Textergemeinschaft nicht vorenthalten und sofort den Eignungstest absolvieren, der weiter unten folgt. Konkret: Wortgewandten Journalisten und Schriftstellern fällt es leichter, Texter zu werden, als jenen Zeitgenossen, die ihre Feder noch nie gewetzt haben.

[Das wäre Möglichkeit Nr. 4: Vom Schreiben her.](#)

Lehr- und Wunderjahre

Es gibt eine weitere Route, die zum Texterberuf führen kann. Intime Branchenkenntnisse erlauben es theoretisch jedem, einen eigenen Kundenstamm in spezifischen Marktsegmenten aufzubauen. Bedenke weiter: Jeder Texter war einmal kein Texter. Das musste doch einmal, hier vorsorglich urheberrechtlich, gesagt werden.

Wenn sie dann aber tatsächlich Texter sind, die nämlich, die wie Du und ich vorher keine waren, erwartet man von ihnen, dass sie mit der Sprache respektvoll umgehen können, dass sie das Konsum-, Wahl- oder Lebensverhalten einer Zielgruppe zu beeinflussen vermögen und dass sie etwas wissen. Wortgewalt erkennt man nicht nur induktiv an den schlechten Texten, die unweigerlich einen Vertrauensschwund herbeiführen und den Umsätzen bzw. Wahlergebnissen schaden. Man erkennt sie vor allem auch an den guten, die das Gegenteil bewirken und deshalb zu Recht viel beliebter sind, aber auch seltener.

Das weiss jeder Werbetreibende, auch der Fabrikant in der Industriezone nebenan, der immerhin alle paar Jahre eine Broschüre über sein Unternehmen herausgibt, ab und zu inseriert, Stellen ausschreibt und seinen Kunden ein gutes neues Jahr wünscht, damit sie ja fleissig weiterbestellen mögen. Und sich, wenn er ein typischer ist, damit schwertut, und deshalb schon lange auf Dich wartet.



Ran ans Telefon

Wer noch kein Texter ist, aber das Zeug dazu hat, sollte sich durchaus an der Vorzimmerdame vorbeiarargumentieren können, um mit einem Wunschkunden einen Termin auszumachen. Ein selbstbewusstes Auftreten, vorzugsweise mit einigen ausgetexteten Vorschlägen, die zeigen, wie der Unternehmer seine Firma in ein günstigeres Licht rücken und seine Produkte interessanter beschreiben könnte, lässt ihn fast mit Gewissheit vergessen, sich über Deine bisherige berufliche Laufbahn zu erkundigen. Und schon ist er nicht mehr Wunschkunde, sondern Dein wunschlos glücklicher Kunde.

Eine Visitenkarte mit der Berufsbezeichnung «Texter» (oder «TexterIn», wenn Du unbedingt darauf bestehst) darf natürlich nicht fehlen. Verboten ist das ja nicht, und wenn Deine Texte tatsächlich gut sind, ist es auch nicht peinlich – selbst nicht für berühmte Texter, die es nicht besonders schätzen, wenn andere sich dieses Titels bedienen, ohne ihn redlich verdient zu haben. Architekt kann sich ja auch jeder nennen, habe ich mir sagen lassen.

[Das ist Möglichkeit Nr. 5: über selbstgemachte Kunden.](#)

Dieser Weg ist gangbar und führt nicht nur zu Referenzen, sondern auch zu Arbeitsproben. Damit kannst Du Dich wiederum bei einer Werbeagentur melden, wenn Du dann noch magst. So schliesst sich der Kreis. Und das sollte Dich nicht wundern. Das gehört zum Metier, das Kreiseschliessen.

Ein Verband verbindet, was denn sonst?

Das Herz von script schlägt seit Jahren für die Weiterbildung, für die Vermittlung eine Grundausbildung fehlt ihm jedoch die Infrastruktur. Deshalb wird script hier nicht als Möglichkeit Nr. 6 aufgeführt, sondern als sinnvolle Ergänzung zu allen bisher geschilderten Wegen – als Portal zur Welt des Textens sozusagen.

Für einen bescheidenen Obolus können sich Interessierte bei script vom Status eines gewöhnlichen Menschen in den Status eines script-Mitgliedes erheben lassen – ohne Berufserfahrung, Referenzen oder Arbeitsproben. Und ganz schön profitieren von Kontakten, Veranstaltungen und vielem anderen mehr. Der Weg dorthin beginnt bei www.scriptweb.ch.

[Eigentlich wäre nun damit die Sache erledigt, das Thema erschöpft. Wir wissen über die Texter-Genese Bescheid.](#)

Der Prämisse ins Maul geschaut.

Indessen ist vielleicht etwas aufgefallen: bis hierher sind alle Möglichkeiten davon ausgegangen, dass Du bereits umwerfende Texte schreiben kannst und Dir somit alle Wege offenstehen. Wenn diese Voraussetzung nicht erfüllt ist, musst Du einige Komplikationen in Kauf nehmen. Angenommen, es gäbe einen Konsens darüber, was ein guter Text ist. Angenommen ebenfalls, es gäbe eine Technik, die unweigerlich zu einem guten Text führt, oder zu einem Claim, der den Putz vor Ehrfurcht von den Wänden bröckeln lässt. Dann würdest Du hier, anstelle dieses einseitigen Dialogs, ein doppelseitiges Inserat mit einer Kontaktadresse und einer saftigen Kursgebühr vorfinden.

Wenn das Angebot hier stünde, wäre es mit Vorsicht zu geniessen, weil ein Texterkurs ebensowenig in der Lage ist, garantiert aus Dir einen Texter zu machen, wie eine Schlosserlehre unfehlbar einen Tinguely hervorbringt. Und hier sind wir beim Kern des Pudels angelangt. Ist, wer fernsieht, ein Fernseher, wer denkt, ein Denker, wer textet, ein Texter? Kann überhaupt irgendwer aus jemandem einen Texter machen, der noch keiner ist? Oder aus einem, der einer ist, einen besseren? Letzteres schon eher.

SCRIPT

Prüfe sich, wer kann.

Und deshalb – wie kaum anders zu erwarten bei einem solchen Thema – ist ein Eignungstest unumgänglich. Du brauchst lediglich jene Aussagen anzukreuzen, mit denen Du vorbehaltlos einverstanden bist, die Punkte zusammenzuzählen und dann unter „Auflösung« nachzuschauen, wie Du abgeschnitten hast.

- Ich will textliche Kleinode schaffen, anerkenne aber, dass es bei mir schon mal ordentlich gemeldet haben muss, will heissen, die Chromosomen müssen stimmen, damit meine innere Disposition der Sache nicht hinderlich, sondern dienlich ist. Wenn ich nicht gerne schreibe, werde ich auch kaum konsensmässig gut schreiben können. Dieser Punkt ist mir bewusst.
- Ich weiss, dass es der Kunde immer besser kann und auch selber machen würde, wenn er Zeit hätte. (Ich tue den meisten sicher Unrecht an, aber man soll ja nicht immer alles beschönigen. Es gibt zum Beispiel welche, die institutionell dem Semikolon und dem Gedankenstrich jegliches Existenzrecht aberkennen, und wer dort arbeitet, wird schon wissen, wer gemeint ist). Auch dieses Handicaps bin ich mir bewusst.
- Drittens sehe ich ein, dass man als Texter, um erfolgreich zu sein, denken können muss, und zwar originell und kohärent und vorzugsweise entweder mehr oder weniger linear oder eben bestechend quer, und auch in der Lage sein soll, künstliche, also pseudokausale Zusammenhänge zu konstruieren, weil sie manchmal der einzige Ausweg sind, ein lästiges Kommunikationsproblem zu lösen. Ich sollte, weisser geht's nicht, eine Ahnung haben, wie man klinisch reine Komparative als Superlative einsetzt, ausser im Notfall Litotes vermeiden, sparsam mit Ellipsen umgehen, und die Finger von Chiasmen lassen, weil sie veraltet sind und keinen Hund mehr vor den Ofen locken. Und vor allem soll ich die vermaledeiten Fremdwörter supprimieren, ausser bei Press Releases für Industry-Standard-Computer Workstations mit doppelten Backside-Caches, wo sie als chic gelten, und sich keiner traut, diesem Scheisskram endlich den Garaus zu machen.

Auflösung

Wenn Du alle drei Positionen mit unbeflecktem Gewissen angekreuzt hast, und nur dann, kannst Du Texter werden.

Du wirst alsbald einer Schneekanone gleich, wo immer es aper sein mag in der Kommunikationslandschaft, eine Piste der semantischen Glückseligkeit anlegen, auf welcher sich unfallfrei konsumfreudig zwischen den mit Marktleistungen überbordenden Regalen carven lässt.

Du wirst Minnesänger der preisleistungsverhältnisbewussten Kauflust sein, Interpret des zeitgenössischen In- und Out- und Geoutetseins. Du wirst mir ja nicht mit dem Begriff Bedarfslücke kommen, ohne Dir genau überlegt zu haben, was das heisst. Du wirst Booklets schreiben für Konkurrenzpräzis, welche die anderen Agenturen so aussehen lassen, als seien sie im falschen Film mit dem linken Bein in eine endlose Pause geraten.

Du wirst mühelos geistesblitzende Claims, Slogans und Payoffs kreieren können (und den Unterschied kennen), ebenso wie elektrisierende Reden, schlagfertige Argumentationskataloge, verkaufswirksame Broschüren, stichhaltige Konzepte, und raffinierte Strategien. Allerdings nicht unbedingt in dieser Reihenfolge.

Du wirst gesittete und wohlgefällige Below-the-line-Texte verfassen, die nicht zuviel versprechen und trotzdem so klingen, und Du wirst sie verlängern, verkürzen, verwerfen, kneten, massieren und auf ± 5 Anschläge genau trimmen, weil's der AD so will, weil das Layout schon gemacht wurde, bevor jemand zu denken begonnen hat.

Du wirst kurze Sätze machen.

Und die alten Säcke erfreuen.

Und Texter sein.