

## **Bericht**

### **Round Table Sprache zum Thema**

#### **„Tuning Tonality: Welchen Ton schlagen Sie an?“**

Referent: Harry Jeschke

Round-Table-Leitung: Martin Dunkl

4. Juni 2018, Haus der Industrie

Mit Digitalisierung und multisensorischem Marketing wird Text zunehmend „auditiv“: Er muss den Grundton des Unternehmens vermitteln und in den Ohren der Adressaten gut und „richtig“ klingen: Wortwahl, Stil und vor allem die Rhythmik der Interpunktionen sind am Wort.

Texter müssen Zusammenhänge darstellen, Chatbots können Informationen verknüpfen. Aber nur Texter können Informationen mit Emotionen zusammenbringen und so die Adressaten erreichen.

Information ist mehr als Wissensvermittlung

- Aufmerksamkeit
- Differenzierung
- Identifikation

40% der Zeit sollten für die Überprüfung verwendet werden: Bin ich verstanden worden?

Auf welchen Ebenen sendet Ihr Text Signale aus? Der Textanfang ist für die emotionale Lesesteuerung enorm wichtig. Wir etablieren ein Ich-Hier-Jetzt-system und stoßen Frames (Deutungsrahmen) bei den Lesenden an.

Auf der Blake-Mouton-Skala können Texte auf Ihre Beziehungsqualität und auf ihre Ergebnisorientierung hin angegeben werden, vom Predigerstil (maximale Beziehung, aber minimale Ergebnisorientierung) zu Keilerstil (maximale Ergebnisorientierung, aber minimale Beziehungsqualität.) Ideal wäre die genaue Ausgewogenheit.