

Mit Sprache hoch hinaus

SCHWEIZERISCHE TEXT AKADEMIE

Forschungsstelle für Sprache in Medien,  
Wirtschaft und Corporate Publishing



## Einführung

Die Forschungsstelle der Schweizerischen Text Akademie ist 2004 gegründet worden: gemeinsam mit der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur und der Gemeinde Landschaft Davos. Die Forschungsstelle ist an der HTW in Chur angesiedelt. Als erste Forschungsstelle in der Schweiz befasst sie sich mit Sprache als Instrument der Medien und Unternehmenskommunikation sowie mit Corporate Publishing. Die Forschungsstelle übernimmt im Rahmen ihrer angewandten Forschung auch Beratungsmandate im In- und Ausland. Und sie begleitet Studenten bei ihren Abschlussarbeiten.  
[www.forschungsstelle.ch](http://www.forschungsstelle.ch)

Die Forschungsstelle wird unterstützt durch den Verein Wissensstadt Davos. «Wissensstadt» ist ein Verein der Gemeinde Landschaft Davos. Er hat zum Ziel, den Forschungs- und Bildungsplatz Davos zu stärken und auszubauen und damit einen Beitrag zum Forschungs- und Bildungsplatz Graubünden zu leisten. So unterstützen die Gemeinde Landschaft Davos und der Kanton Graubünden die Forschungsstelle sowie den Master-Abschluss in Writing & Corporate Publishing an der HTW Chur. Jedes Jahr verbringen über 150 Studenten der Schweizerischen Text Akademie drei bis vier Blocktage in Davos.  
[www.wissensstadt.ch](http://www.wissensstadt.ch)

Diese Broschüre informiert Sie über Personen, Tätigkeiten und Ziele der Forschungsstelle.

Universitätsprofessor Dr. Ivo Hajnal, Initiator / Gründer und wissenschaftlicher Leiter  
 Franco Item, Gründer und wissenschaftlicher Mitarbeiter



## Themen und Ziele

Die Forschungsstelle konzentriert ihre Arbeit auf zwei Kompetenz-Säulen: auf das Schreiben und das Publizieren. Die erste Säule «Schreiben in PR und Unternehmen» erforscht die Erscheinungsformen der deutschen Sprache. Ein wichtiges Forschungsfeld ist die Verständlichkeit von Texten. Zu diesem Thema haben Prof. Dr. Ivo Hajnal und Franco Item bereits 1996 eine umfassende Feldforschung durchgeführt und die Ergebnisse in ihrem ersten Fachbuch veröffentlicht: «Schreiben und Redigieren - auf den Punkt gebracht! Das Schreibtraining für Kommunikationsprofis.» Dieses Fachbuch gilt heute als Standardwerk.

Die zweite Säule «Publizieren in PR und Unternehmen» wirft den Blick über den Einzeltext hinaus auf die gesamte Publikation wie Unternehmensmagazine, Jahresberichte, Websites. Dabei steht die Mehrmedienkompetenz im Mittelpunkt: Wie gut können Texter, PR-Redaktoren und Publisher die steigenden Anforderungen erfüllen, die multimediale Erzeugnisse an sie stellen? Wie gelingt es, einen Mehrwert mit ihrer Arbeit zu erschaffen, wenn sich ihre traditionelle Arbeit zusehends mit Bild- und Video-Kompetenz vermischt? Und wie lässt sich der Mehrwert mit einem modernen Kommunikations-Controlling beweisen?

### Schreiben

Verwendung und Entwicklung der deutschen Sprache in Public Relations und Unternehmen:

- Verständlichkeitsforschung
- Textsortenforschung
- prozessorientierte Schreibforschung

### Publizieren

Rolle und Entwicklung der Unternehmenspublizistik in der Gesamtkommunikation:

- Aufbau und Dramaturgie
- Nutzung von neuen Medien
- Crossmediale Nutzung von Corporate-Publishing-Erzeugnissen

Seit 2004 untersucht die Forschungsstelle diese Entwicklungen. Dabei verknüpft sie ihre wissenschaftlichen Forschungsergebnisse mit den Erkenntnissen aus der Praxis. Dies mit dem Ziel, den Mehrwert, der in Kommunikationsabteilungen, Redaktionen und Agenturen geschaffen wird, zu sichern und zu steigern.



## Leitung



### **Ivo Hajnal**

Ivo Hajnal (1961) leitet die Forschungsstelle. Er ist Professor für Sprachwissenschaft an der Universität Innsbruck. Zuvor war er Ordinarius für Indogermanische Sprachwissenschaft an der Universität Münster sowie Gastprofessor am Institut für Deutsche Sprache der Humboldt-Universität zu Berlin. Er ist auch Jurymitglied beim Forum Corporate Publishing mit Sitz in München, das jährlich die viel beachteten Preise Best of Corporate Publishing verleiht. Ivo Hajnal ist Präsident des Stiftungsrats der Schweizerischen Text Akademie und zuständig für die wissenschaftliche Konzeption.



### **Franco Item**

Franco Item (1961) aus Davos ist staatl. dipl. PR-Berater. In der Forschungsstelle arbeitet er als wissenschaftlicher Mitarbeiter. Seine Laufbahn begann Franco Item in grossen Medienhäusern und PR-Agenturen. Heute arbeitet er als TV-Redaktor, PR-Berater und Hochschuldozent. Er konzipiert Studiengänge für Fachhochschulen und doziert an der HTW Chur. Er initiierte die Schweizerische Text Akademie, der er als Geschäftsführer vorsteht. Weiter engagiert er sich in der Bildungspolitik und ist Jurymitglied des Swiss Text Award. In der Text Akademie ist Franco Item für die Fächer PR und Werbung zuständig.



## Publikationen

Prof. Dr. Ivo Hajnal und Franco Item publizieren in Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Forschungsberichten oder im Internet. Immer steht die deutsche Sprache im Mittelpunkt. Und nicht zuletzt auch, wie die Sprache in modernen Unternehmen wirkungsvoll eingesetzt wird – Stichwort «Corporate Publishing».

Die Forschungsergebnisse fliessen in die Studiengänge der Schweizerischen Text Akademie ein. Die Forschungsstelle publiziert auf ihrer Website auszugsweise eine Auswahl von herausragenden Studien- und Abschlussarbeiten. Die vollständigen Arbeiten liegen in der Forschungsstelle in Chur zur Einsicht auf.

Erkenntnisse aus Forschung und Lehre bilden die Grundlage für mehrere Praxishandbücher von Ivo Hajnal und Franco Item. Als Standardwerk gilt mittlerweile das Buch «Schreiben und Redigieren – auf den Punkt gebracht» (Verlag Orell Füssli, 3. Auflage). In Vorbereitung ist das «Handbuch PR-Redaktor / PR-Redaktorin».





Name der Unternehmung	Tätigkeit	Jahr(e)
Ernst & Young	Modularer Lehrgang «Schreiben für Public Relations und Unternehmen»	2007–2008
Espas	Redaktionelle Mitarbeit bei der Marketing-Herbstaktion	2004
Fenaco	Seminar	2002
Infel AG	Seminar für Blattkritik für Mitarbeitende	2004
Bank Leu	Textanalyse Publikation «Perspektiven»	2007
Manpower	Mitarbeiterschulung Inserate texten	2006, 2008
Mercuri Urval AG	Ad-Training, Schreibcoaching Seminar texten von Stelleninseraten	2002 2007
Mummert & Partner	Fachreferat Sprachlosigkeit im Verkauf und im Marketing	2000
NbW Netzwerk für betriebswirtschaftliche Weiterbildung	Medienkonzept e-Learning, Ghostwriting	2002
PostFinance	Textseminar: «Textcheck»	2003
SMC Schweizerischer Marketing Club	Textseminar: «Marketing und Sprache: wie Worte wirken»	2001, 2003
SF Schweizer Fernsehen	Modulare Schreibwerkstatt für Jung-Journalisten «Grundlagen des Schreibens in Medien, PR und Unternehmen» für Mitarbeitende der Kommunikationsabteilung, des Kundendienstes und der tpc AG	seit 2002
SKO Schweizer Kaderorganisation	Beratung und CP-Produktion Fachartikel für SKO Leader	2002
SMC Schweizerischer Marketing Club	Medien- und Schreibseminar für SMC-Kadermitglieder	1999–2004
Swisslife	SwissLife «Life»: Gesamtkonzeption, Redaktion, Realisation Textexpertise	2004 2005
UBS	Projekt-Koordination, Redaktion, Korrektorat, UBS-Kundenmagazin «UBS Card News» (11 Ausgaben) Analyse CP-Erzeugnisse Jugendmarketing	2002–2003 2007
UBS AG, Marketing Wealth Management Switzerland	Modulares Textseminar für Mitarbeitende der Redaktion des Magazins «Wealth Management»	2005
Vetropack	Schreiben, recherchieren und redigieren für das Magazin «Vetotime»	2000–2001
Werner Wilhelm AG für Kaderselektion	Textseminar	2006



## Aus der Forschung in die Bildung

Die Hochschule für Wirtschaft und Technik Chur bietet seit 2008 den modularen Weg zum MAS in Writing and Corporate Publishing an. Die inhaltliche Verantwortung für die Lehrgänge trägt die Schweizerische Text Akademie. Den Studenten ist es freigestellt, in welcher Reihenfolge sie die einzelnen CAS besuchen.

Master-Stufe	MAS in Writing and Corporate Publishing (60–70 ECTS) Master Thesis			
Diplomstufe	DAS in Professional Writing (30 ECTS) DAS Thesis		DAS in Professional Publishing (30 ECTS) DAS Thesis	
Zertifikatsstufe	CAS PR-Redaktor (20 ECTS)	CAS Texter/in (10 ECTS)	CAS Corporate Publisher (20 ECTS)	CAS Digital Publisher (10 ECTS)
Kernkompetenz	Schreiben		Publizieren	

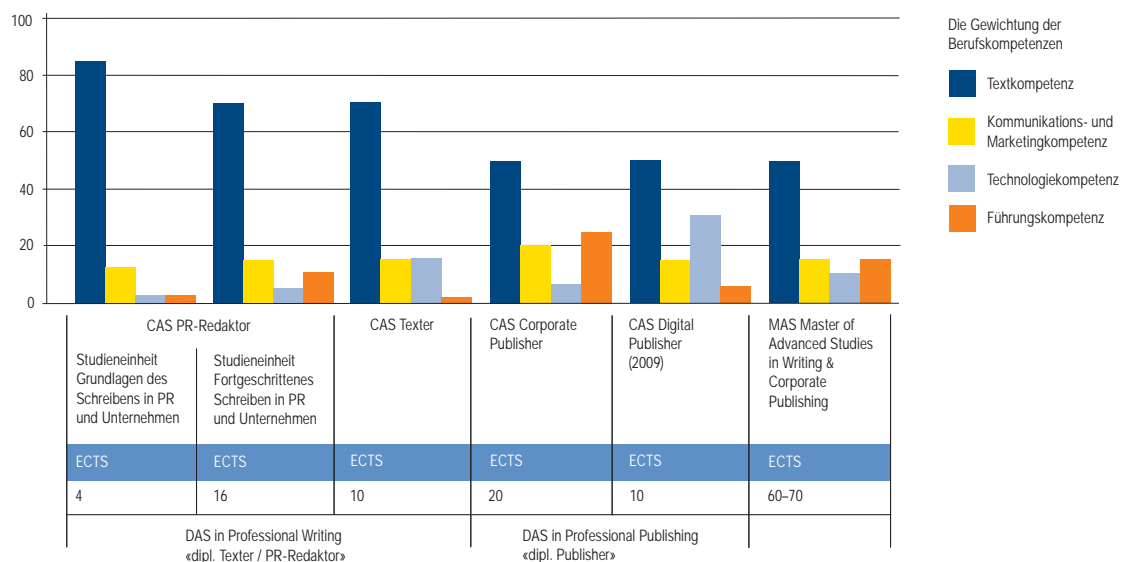
Die CAS-Lehrgänge werden mit Partnern durchgeführt. CAS Texter und CAS Digital Publisher mit der HTW Chur. CAS PR-Redaktor und CAS Corporate Publisher gemeinsam mit dem SPRI Schweizerisches Public Relations Institut; diese Abschlüsse sind von der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich akkreditiert.

## E-Learning

In den Lehrgängen der Schweizerischen Text Akademie spielt das E-Learning seit über zehn Jahren eine wichtige Rolle. Die Forschungsstelle untersucht Möglichkeiten von elektronischen Unterrichtsformen – Blended Learning – in der Sprachausbildung. Sie nutzt die Erfahrungen aus dem virtuellen Klassenzimmer.

## Textkompetenz steht im Zentrum

Der Anteil der Textkompetenz variiert je nach Lehrgang. Er beträgt jedoch in jedem Lehrgang mindestens 50 Prozent und übersteigt damit den Anteil der restlichen Kompetenzen. Sämtliche CAS\*-Lehrgänge sind zudem kombinierbar – und lassen sich letztlich mit einem Hochschul-Master MAS\* abschliessen. Möglich sind auch Abschlüsse mit DAS\*-Diplomen.



\*CAS: Certificate of Advanced Studies – mindestens 10 Kreditpunkte (ECTS)

\*DAS: Diploma of Advanced Studies – mindestens 30 Kreditpunkte (ECTS)

\*MAS: Master of Advanced Studies – mindestens 60 Kreditpunkte (ECTS)

\*DAS-Thesis: 8 Kreditpunkte (ECTS)

\*Master-Thesis: 12 Kreditpunkte (ECTS)

## Schreiben und Publizieren

Die Studiengänge der Schweizerischen Text Akademie lassen sich grundsätzlich in zwei Säulen darstellen: in das professionelle Schreiben und in das professionelle Publizieren. Dabei ist der Übergang vom Schreiben zum Publizieren fließend. Oft werden gute Schreiberinnen und Schreiber im Laufe ihrer Karriere mehr und mehr zu Publizisten. Diesem Trend trägt die Text Akademie in ihrem Ausbildungskonzept Rechnung.



## Forschungsprojekte

### **Feldversuch Schreibkompetenz**

Von 1996 bis 1998 haben Ivo Hajnal und Franco Item einen Feldversuch durchgeführt, der über die Schreibkompetenz von PR-Profis Aufschluss gibt. Untersucht haben sie die Texte von 70 professionellen Schreibern. Daraus entstand das Fachbuch «Schreiben und Redigieren – auf den Punkt gebracht» (Verlag Orell Füssli).

### **CAS PR-Redaktor: Studienarbeit Grammatik**

Im Rahmen ihrer Ausbildung zum CAS PR-Redaktor, zur CAS PR-Redaktorin schreiben die Studentinnen und Studenten eine Studienarbeit über den Stand der Rechtschreibreform. Dabei untersuchen sie, wie weit die Reform in der Praxis umgesetzt wird. Ihr Augenmerk gilt den Abweichungen und deren Begründung.

### **CAS Corporate Publishing: Abschlussarbeiten**

Die Absolventen des CAS Corporate Publisher verfassen neben zwei Studienarbeiten eine Abschlussarbeit. Diese Arbeit erfüllt wissenschaftliche Ansprüche und behandelt ein Thema entweder mit praktischem oder mit theoretischem Schwerpunkt. Dabei stützen sich die Absolventen auf die eigene Berufspraxis.

### **HTW Chur Vertiefung Corporate Communications: Abschlussarbeiten**

Mitarbeiter der Forschungsstelle begleiten Studenten verschiedenster Vertiefungsrichtungen bei ihren Abschlussarbeiten. Die Einzel- und Gruppendiplomarbeiten beschäftigen sich unter anderem mit den Themen Kommunikation, Public Relations, Redaktion, Corporate Publishing bis hin zum Standortmarketing.

### **Texten für Human Resources**

Unsere Lesegewohnheiten haben sich grundlegend verändert. Der heutige Leser ist vom «Durchleser» zum «Anleser» geworden. Dies muss beim Texten von Stelleninseraten berücksichtigt werden. Darüber haben Ivo Hajnal und Franco Item das Fachbuch «Verständlich schreiben – und Ihr Inserat macht einen guten Job!» im Auftrag der Tamedia AG geschrieben.



## Arbeiten

### **Konzept für Kult&Chur, Diplomarbeit von Ronnie Nussio, 2005**

Der Autor entwickelt ein neues Trendmagazin für die Stadt Chur. Nach einer fundierten Situationsanalyse entwickelt er ein redaktionelles Inhaltskonzept: «Konkret will Kult&Chur Geschichten so farbig erzählen, wie sie von den Churern gelebt werden.» Ronnie Nussio definiert Ziele, Zielgruppen, Inhalte sowie Mediendesign und Erscheinungsweise. Den Weg in die praktische Umsetzung beschreibt er, indem er die Organisation festlegt und strategische Kooperationen mit lokalen Partnern aufzeigt. Budget und Finanzierung legt er detailgenau dar. Er plant, das Magazin über Anzeigen kostendeckend zu refinanzieren.

### **Begreifen. Austragen. Loslassen, Diplomarbeit von Sabine Hunziker Schmid, 2007**

Details entstehen durch Ausdifferenzierung. Dabei ist es eine Kunst, Details mit dem Blick für das Ganze zu inszenieren. Die Autorin widmet sich dem Klassiker des Corporate Publishing: dem Kundenmagazin. Zuerst beleuchtet sie – als Brainstorming («Begreifen») – die Erfolgsfaktoren des Kundenmagazins. Diese Faktoren wendet sie im zweiten Teil in der Konzeptstudie direkt an. «Schlaumeier» heisst das verkaufsorientierte Kundenmagazin einer Detailhandelskette. Dieses soll Kunden mit Tipps für den Kulinarik-Alltag versorgen. Sie fügt der Arbeit einen vollständigen Dummy an, der dem Konzept Leben einhaucht.

### **Getrennt oder zusammenschreiben? Studienarbeit von Kathrin Hellwig, 2008**

Die Autorin widmet sich der Getrennt-/Zusammenschreibung im Zusammenhang mit der Rechtschreibreform. Sie untersucht die Umsetzung des Regelwerks im Magazin GEO. Hierbei stützt sie sich auf zahlreiche Belege, die sie sorgfältig untersucht. Das Fazit fällt differenziert aus: GEO handhabt die Regeln in einer konsistenten, sehr lesefreundlichen Art. Wo beide Schreibweisen erlaubt sind, benutzt der Verlag vorwiegend die althergebrachte Zusammenschreibung, um den Leser nicht unnötig zu irritieren. Die Autorin eröffnet Einblick in die professionelle Handhabung des neuen Regelwerks in einer Qualitätszeitschrift.

## Adressen

Forschungsstelle für Sprache in Medien, Wirtschaft und Corporate Publishing,  
HTW Chur, Ringstrasse / Pulvermühlestrasse 5, 7004 Chur, [www.forschungsstelle.ch](http://www.forschungsstelle.ch)

Schweizerische Text Akademie, Technopark, Technoparkstrasse 1, 8005 Zürich, [www.textakademie.ch](http://www.textakademie.ch)

## Partner der Forschungsstelle

### **Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur**

Die HTW Chur ist Teil der Fachhochschule Ostschweiz (FHO) und beherbergt sieben Institute. Die Forschungsstelle der Schweizerischen Text Akademie ist an der HTW angesiedelt. Die HTW bietet Master- und Diplomstudien an – in Wirtschaft, Tourismus und Technik, – und sie ist das E-Learning-Kompetenzzentrum der FHO.

### **Forum Corporate Publishing München**

Das Forum Corporate Publishing ist Europas grösste Vereinigung von CP-Dienstleistern. Die Forschungsstelle ist im wissenschaftlichen Beirat vertreten und arbeitet an Branchenerhebungen und in der Jury Best of Corporate Publishing. Mit der Text Akademie startet es 2009 den ersten CAS Corporate Publisher für Deutschland.

### **Wissensstadt Davos**

Der Verein Wissensstadt Davos existiert seit Sommer 2004 und hat zum Ziel, den Forschungs- und Bildungsplatz Davos zu stärken und auszubauen und damit einen Beitrag zum Forschungs- und Bildungsplatz Graubünden zu leisten. Die Forschungsstelle wird durch den Verein Wissensstadt Davos unterstützt.