

«Textqualität» im Geschäftsbericht

— WAS IST DAS?

Wer informiert seine Aktionäre am besten? Die Frage erhält 2020 eine neue Geschmacksnote: Textqualität. Beim Schweizer Geschäftsberichte-Rating wird sie erstmals mitbeurteilt. Nur: Was ist objektiv betrachtet überhaupt ein guter Reporting-Text?

Von Fabian Dieziger

Die Ausweitung der Benotung weitet auch den Anspruch an die Investor Relations respektive Kommunikationsverantwortlichen – erfolgreiche Berichterstattung muss sich neben dem Business auch mit Worten auskennen. Ein positives Rating ist dabei nur das Sahnehäubchen der Vorteile guter Texte: Zahlen überzeugen zwar Investoren, aber nur mit guten Worten gewinnen Sie wahre Fans.

Die Kriterien zur Bewertung der Textqualität bleiben erst mal Spekulation, da sich die Fachjury (noch) bedeckt hält. Mit den folgenden Grundregeln machen Sie aber garantiert schon vieles richtig.

Ist Ihr Text funktional, ästhetisch und inhaltlich angemessen?

Was macht aus einem formal fehlerfreien einen guten Text? Nach einem von der Uni Zürich entwickelten Raster zur Textbeurteilung geht es um die rhetorische *ars bene dicendi* – die Kunst, etwas nicht nur richtig, sondern auch gut zu sagen.

Die *funktionale Angemessenheit* erhält ein Text durch Verständlichkeit und den inhaltlichen Zusammenhang; mit einem logischen Aufbau, der stimmigen Gliederung durch Überschriften und Abschnitte und der Erklärung von Grafiken und Tabellen im

Text. Eine bewusste Dramaturgie mit Spannungsbogen packt den Leser und weckt Neugier. Stichwort Corporate Storytelling.

Ästhetisch begeistert ein guter Text durch Wortschatz, Satzbau, Register und Tonlage. Ein Finanzreport muss dabei vor allem die Gratwanderung zwischen standardisierter Terminologie und Leichtfüssigkeit im Wording meistern.

Inhaltlich angemessen wird ein Text nicht nur durch seine Informationsfunktion. Das Geschriebene soll ein bestimmtes Gefühl oder eine Handlung auslösen. Auf den Weg dahin nimmt ein

«
Ein guter Text ist spannend
aufgebaut, lebendig in der
Wortwahl. Und er überrascht.

guter Text den Leser mit – mit verständlichem, relevantem, überraschendem Inhalt. Und indem er wagt, was vom Bekannten abweicht. Wie die letztjährige Drittplatzierte Swisscom: Unter dem Motto «Menschen begeistern» verknüpfte sie technische Neuerungen sprachlich und grafisch mit Ereignissen aus 2018. So wurde Ultra HD am Beispiel der Fussball-WM nochmals erlebbar.

Diese Merkmale gelten für Textqualität im Allgemeinen. Unsere Prognose: Sie werden garantiert Bestandteil des Ratings 2020 sein. Wollen Sie künftig zu den «100 Besten» zählen, kommen Sie um hochwertige Reporting-Texte nicht herum. So lohnt es sich spätestens jetzt, in die Texterstellung zu investieren.



FABIAN DIEZIGER
ist Mitgründer und Managing Partner von Supertext und leitet das operative Geschäft in der Schweiz und in Deutschland.



Supertext macht Lesefreude. Mit Projekten für die Stadt Zürich, Migros oder Swiss Prime Site hat sich der Sprachdienstleister als Partner für mehrsprachiges Reporting einen Namen gemacht – mit Expertise vom Konzept über die Wahl der Linguisten bis zur Technik und Datensicherheit.