

Raus aus der Ideen- und Schreibblockade

Wenn Journalisten nichts mehr einfällt, helfen bessere Planung und Organisation

Angst vor Themenkonferenzen, und dann ewig an einem Text sitzen: Viele Journalisten leiden regelmäßig an einer Ideen- und Schreibblockade. Das führt zu unnötigem Stress, Ärger mit Vorgesetzten bzw. Kunden und für Freiberufler zu Umsatzverlusten. Kreativität ist aber zu großen Teilen Handwerk. Bessere Planung und Organisation helfen. VON ATTILA ALBERT



G gelegentlich trifft man auch heute noch den Autoren oder Reporter, der sich beim Schreiben ein bisschen wie Ernest Hemingway empfindet: Langes Nachdenken über jeden Satz, bis er endlich perfekt sitzt. Notfalls muss der Verleger eben warten. Doch angesichts der ewig hungrigen „Kanäle“ eines modernen Newsrooms – bei immer kleineren Redaktionen – ist dieses Berufsverständnis selten geworden.

Schnelle, zumindest fristgerechte Lieferung ohne ständigen Stress zeichnet den Profi aus. Sie bewahrt den Arbeitgeber bzw. Kunden vor Verzögerungen in der Produktion, vor Imageschäden (wenn die Konkurrenz schneller war) und Umsatzverlusten. Für Freiberufler ist sie zudem eine unternehmerische Überlebensfrage. Wer nur 150 bis 250 Euro für einen langen Text erhält, kann nicht 20 Stunden dafür aufwenden, wenn sein Umsatz noch eine Existenzgrundlage darstellen soll. Zudem gilt: Wer immer zu spät abgeliefert, wird irgendwann nicht mehr beauftragt.

Was aber tun bei Ideen- und Schreibblockaden? Dazu nachfolgend einige praktische Empfehlungen, die sich auch für Konzepte und Präsentationen einsetzen lassen.

1. Inspiration: Ideen schnell notieren

Kreative Einfälle sind die Basis aller gelungenen Texte: Einzelne Ideen (z. B. für ein Thema, einen Interview-Ansatz), originelle Formulierungen, eine mögliche logische Struktur. Diese flüchtigen Einfälle kommen manchmal am Schreibtisch, häufiger aber unerwartet anderswo – in Bus oder Bahn, beim Essen oder Einkaufen, beim Lesen oder Musik hören. Notieren Sie sich direkt, was Ihnen einfällt, ehe es durch die nächste Ablenkung wieder vergessen ist. Damit haben Sie immer einen Grundstock an Ideen parat, auf den Sie bei Bedarf zugreifen können, und der Sie gedanklich beim Nachlesen weiter anregt.

Manche Journalisten haben immer ein Notizbüchlein oder einen Kalender mit freien Seiten für Notizen dabei. Wenn das für Sie gut funktioniert, ist das selbstverständlich weiterhin eine Möglichkeit. Mich

störten irgendwann die vielen Notizzettel mit eiligen Notizen, die ich später oft nicht mehr entziffern konnte. Ich habe mir daher ein Google-Dokument für Ideen angelegt und auf der Startseite meines Handys verlinkt. Darin notiere ich alles und kann es später direkt verwenden und weiter bearbeiten, ohne es erst abtippen zu müssen. Mit jeder cloudbasierten Textanwendung (z. B. auch Microsoft 365) geht das ähnlich.

2. Ausarbeitung: Notierte Ideen erweitern

Dann gibt es Phasen, in denen Sie selbst spüren, dass Ihnen wohl nicht viel Originelles einfallen wird. Dann grübeln Sie nicht weiter. Nutzen Sie sie, um Ihre notierten Ideen in Form zu bringen. Benötigte Fakten zu recherchieren, Zitate einzuholen, Tippfehler zu beseitigen, Sätze zu vervollständigen und logisch zu ordnen. Schritt für Schritt wächst so schon der größte Teil des Textes. Das ist keine kreative Arbeit, eher professionelle Disziplin. Sie nutzen damit die Zeiten produktiv, in denen Sie keine neue Idee haben. Mich motiviert ein Espresso, etwas Süßes und gute Musik, wenn ich „eigentlich keine Lust“ habe.

Halten Sie sich nicht ewig mit Textesteigen auf, wenn Ihnen spontan keine gute Idee kommt. So verlieren Sie unnötig viel Zeit. Schreiben Sie zuerst das Mittelstück, die 80 Prozent der benötigten Textlänge. Mehrere Zitate darin, wenn sinnvoll, machen einen Text nicht nur lebendiger und interessanter, sondern füllen auch bereits viel Platz. Einstieg und Abschluss lassen sich dann schnell ergänzen oder bei der späteren Überarbeitung hinzufügen bzw. verbessern. Vermeiden Sie ewiges Starren auf einen leeren Bildschirm. Tippen Sie etwas, auch wenn es Sie noch nicht überzeugt, verbessern Sie danach.

3. Erholung: Neue Kraft und Ideen sammeln

Schließlich gibt es für jeden Phasen, in denen er müde ist und weder Ideen noch Disziplin hat. Ärgern Sie sich nicht darüber, machen Sie sich auch keine Vorwürfe. Sehen Sie sie als Teil des Arbeitsprozesses: Ein Hinweis, dass jetzt Erholung nötig ist. Gehen Sie einmal aus dem Haus oder in die Kantine, nach Feierabend vielleicht spazieren, zum Sport, in ein Café oder zu einer Veranstaltung. Entscheidend: Etwas Neues sehen, lesen und hören. Setzen Sie sich regelmäßig anderen Ideen, Gedanken und Ansichten als Ihren eigenen aus. Nichts erfrischt mehr und verhindert effektiver, dass Sie kreativ oder intellektuell verarmen.

Mit etwas Lebenserfahrung sollten Sie selbst die Signale erkennen, dass Sie müde sind (z. B. zielloses Surfen im Internet, fruchtlose Online-Diskussionen). Finden Sie Alternativen, bei denen Sie sich tatsächlich erholen. Wichtig vor allem aber: Planen Sie Erholungszeiten überhaupt ein. Stellen Sie mit einem Blick auf Ihren Wochenkalender bzw. Ihren Arbeitstag fest, dass

Erholung bisher nicht vorgesehen ist, ändern Sie das. Eine einfache, wirksame Regel, von der Menschheit seit Jahrhunderten praktiziert: Ein komplett arbeitsfreier Tag pro Woche, an dem Sie also nicht einmal schnell E-Mails lesen oder etwas vorbereiten.

4. Lange Texte aufgliedern

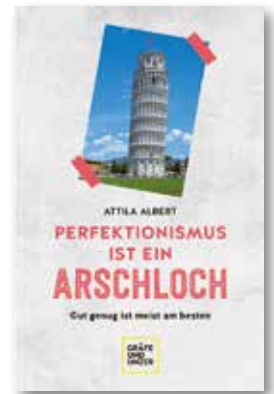
Wer normalerweise nur kurze, tagesaktuelle Texte schreibt, gerät bei langen Beiträgen oft zeitlich unter Druck und gefährdet damit manchmal die Abgabe. Das gilt für manche bereits bei einem längeren Artikel, umso mehr bei mehrseitigen Magazintexten oder gar einem Buchprojekt. Hier ist es sinnvoll, für sich einmal die Textmenge auf die Zeit bis zur Abgabe zu teilen (z. B. die Zahl der Buchkapitel durch verbleibende Wochen). Das gibt Ihnen zumindest eine grobe Orientierung, wie viel pro Tag bzw. Woche etwa geschrieben werden müsste. Wichtig: Eine zeitliche Reserve für Überarbeitungen und Korrekturen einplanen.

Gliedern Sie sehr lange Texte in einzelne thematische Blöcke, eventuell sogar in separaten Dateien. So behalten Sie leichter die Übersicht und müssen nicht ständig nach oben oder unten scrollen. Fällt Ihnen zu einem Aspekt einmal nichts ein, arbeiten Sie dann einfach an einem anderen und bleiben im Plan. In eine finale Datei lassen sich die einzelnen Textblöcke später schnell zusammenkopieren und die Übergänge beim Überarbeiten anpassen. Mit der Methode erhalten Sie Texte, die gut gegliedert, damit leichter zu lesen und zu verstehen sind.

5. Dem eigenen Rhythmus folgen

Im Laufe eines Berufslebens schält sich für jeden Medienprofi heraus, unter welchen Bedingungen er am besten arbeitet. Manche schreiben lieber allein und daher bevorzugt im Homeoffice oder in einem separat reservierten Raum. Andere haben gern Menschen um sich, weil ihnen schon das gelegentliche Aufblicken und Beobachten neue Ideen gibt. Manche lieber frühmorgens, andere abends oder gar in der Nacht. Folgen Sie, wenn immer es sich einrichten lässt, ihrem Rhythmus. Auch Kombinationen sind beliebt: Die erste Textvariante im turbulenten Newsroom, die konzentrierte Überarbeitung im Stillen.

Bei keiner Tätigkeit, freiberuflich oder angestellt, lässt sich vollständig den eigenen Vorlieben folgen, und nicht jedes beauftragte Thema wird Sie brennend interessieren. Manche Medienprofis werden sogar langsamer, wenn sie das Thema fesselt oder persönlich betrifft. Gleichwohl lässt sich mit guter Planung und Organisation langfristig ein Arbeitsstil einrichten, der zu Ihnen passt. Unabhängig davon kann es immer einmal dazu kommen, dass ein Themengebiet für Sie erschöpft ist, „auserzählt“. Auch das ist normal – und ein Hinweis, dass ein Ressort-, Redaktions- oder Ortswechsel fällig ist. ■



Aktuelles Buch:
„Perfektionismus ist ein Arschloch“ (192 Seiten, 16,99 Euro), erschienen bei GU.



Attila Albert (geb. 1972) ist Karriere-Coach für Medienprofis und wöchentlicher Kolumnist beim Branchendienst Kress. Er hat Betriebswirtschaft und Webentwicklung studiert, eine Coaching-Ausbildung in den USA absolviert und selbst mehr als 25 Jahre journalistisch gearbeitet, u.a. bei der Freien Presse, bei Axel Springer und Ringier.
www.media-dynamics.org