

Interview mit Martina Cwojdzinski von Metamerie PR



Martina Cwojdzinski

In diesem Interview darf ich meine Kollegin und Kundin Martina Cwojdzinski begrüßen. Mit ihrer Agentur Metamerie PR ist sie Expertin für richtig gute Kommunikation. Vor einigen Jahren sind wir uns in mehreren Münsteraner Netzwerken begegnet und arbeiten seither in einigen Projekten zusammen: Dabei schreibt sie für ihre Kunden Texte der Unternehmenskommunikation, für deren finale Qualitätssicherung ich als Lektorin zuständig bin.

In unserem Gespräch erzählt Martina, warum auch sie diese Zusammenarbeit zwischen Textern und Lektoren sehr schätzt, wie sie selbst zum Texten gekommen ist und was sie an ihrer Arbeit begeistert.

Liebe Martina, vielen Dank, dass Du meiner Intervieweinladung gefolgt bist. Du arbeitest als Texterin und übernimmst für Deine Kundinnen und Kunden die Pressearbeit und Unternehmenskommunikation. Wie bist Du zu diesem Themengebiet gekommen? War es schon immer Dein Ziel oder hat es sich im Rahmen Deiner beruflichen Laufbahn erst entwickelt?

Danke, dass Du mich für Deinen Blog interviewst. Normalerweise ist das ja immer mein Job.
(lacht)

Ursprünglich wollte ich Grafikdesignerin werden, habe jedoch die Aufnahmeprüfung zur Kunstakademie damals nicht bestanden und mich dann für eine Ausbildung zur Mediengestalterin für Digital- und Printmedien entschieden. Dabei sind mir in allen Unternehmensmedien immer wieder die gänzlich fehlenden oder schlechten Texte aufgefallen. Deshalb habe ich dann Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Wirtschaftspolitik studiert – mit dem Ziel, irgendwann in der Unternehmenskommunikation zu arbeiten. Während diverser Praktika fiel meine gute Schreibe auf.

Was begeistert Dich an Deiner Arbeit besonders?

Mich immer wieder in neue Themen hineinzudenken und mit Worten zu spielen, ist einfach toll. Egal, ob Arbeitsmedizin oder Zerspanungstechnik. Bei meiner Arbeit habe ich es mit Menschen aus unterschiedlichen Branchen zu tun. Ich mag es, mich mit der Sprache in sie und wiederum ihre Zielgruppen hineinzusetzen.

Ich freue mich über jede gelungene Formulierung oder einen richtig guten Slogan. Wenn meine Kundinnen und Kunden sich gut getroffen fühlen oder ich etwas für sie auf den Punkt bringen konnte, ist das ein schönes Gefühl. Ein weiterer Nebeneffekt des Schreibens ist, dass ich dabei immer dazulerne. Leider bin ich aber auch sehr gut im Wieder-Verdrängen, sodass ich längst nicht alles behalte, worüber ich einmal geschrieben habe. Schade eigentlich *(lacht)*.

Du warst ja (wie ich) viele Jahre festangestellt. Was waren Deine Beweggründe, Dich selbstständig zu machen? Was liebst Du daran besonders?

Richtig. Ich war zuletzt Pressesprecherin bei einem Unternehmen in der IT-Branche. Mir wurde es kommunikativ zu einseitig, deshalb habe ich mich damals nebenberuflich selbstständig gemacht. Der Vorteil ist die Vielseitigkeit der Themen, die ich mir (inzwischen) selbst aussuchen kann. Ich habe mich in meiner Selbstständigkeit ganz bewusst nicht nur auf eine Branche spezialisiert. Das wäre mir zu langweilig.

Wie findest Du die Unternehmen, die Du gern bei ihrer Unternehmenskommunikation unterstützen und begleiten möchtest? Oder finden sie eher Dich?

Tatsächlich Letzteres. Anfangs brauchte es die ersten Menschen, die mir vertraut haben. Seitdem läuft es wie von selbst. *(klopft auf Holz)* Ich habe das Glück, dass ich sehr oft weiterempfohlen werde und Kunden mir lange treu bleiben oder auch nach Jahren wieder mit einem neuen Projekt zu mir kommen.

Eine Agentur ist sogar durch die Werbung auf einem Bulli auf mich aufmerksam geworden. Der Inhaber fand die Texte gut, und ich stand als Texterin im Impressum der dazugehörigen Website. Das ist inzwischen über ein Jahr her, und seitdem schreibe ich als freie Texterin regelmäßig für die Agentur. Ein Impressumseintrag ist also für die Kundenakquise nicht zu vernachlässigen.

Wie gehst Du vor, wenn Du Texte für Deine Kunden schreibst? Welche Informationen brauchst Du vorab? Wie lässt Du Dich briefen?

Das kommt immer auf den Kunden und den Auftrag an. Für eine Pressemitteilung werde ich z. B. nur kurz angerufen, und mir wird gesagt, was passiert ist oder wozu Stellung bezogen werden soll. Wenn es um ausführliche Produkttexte oder einen Geschäftsbericht geht, braucht es schon einige Infos mehr. Wichtig ist immer die kundenspezifische Sicht: Was ist ihm oder ihr wichtig – denn nur dann wird ein Text nicht austauschbar. Anfangs erfolgen

Briefings im persönlichen Gespräch; wenn ich den Kunden oder die Kundin besser kenne, reicht auch eine knappe E-Mail.

In einige Kundenprojekte bindest Du mich ja als Lektorin ein. Das bedeutet, dass ich Deine frisch geschriebenen Texte einer letzten Qualitätskontrolle unterziehe, meistens in puncto Rechtschreibung, Grammatik und Zeichensetzung, Vereinheitlichung von Schreibweisen sowie Verständlichkeit. Warum ist Dir ein zusätzliches Lektorat zu Deiner eigenen hervorragenden Schreibkompetenz wichtig?

Danke für die Blumen. (lacht)

Ganz einfach: Vier Augen lesen mehr als zwei. Ich empfinde es als unglaublich beruhigend, wenn du einen Fehler in meinem Text gefunden hast oder mir versicherst, dass alles gut ist, wie es ist. Gerade wenn viel zu tun ist und es schnell gehen muss, kann ich mich nicht davon freisprechen, mal ein Komma falsch zu setzen oder einen Buchstabendreher im Text zu haben. Toll finde ich auch, dass Du beim Lesen mitdenkst und mit Deinem frischen Blick auf ein Thema schnell merkst, wenn es irgendwo im Text noch hakt.

Warum empfiehlst Du auch Deinen Kundinnen und Kunden stets die Integration eines Lektorats, wenn sie selbst Texte verfassen oder Dich beauftragen?

Aus denselben Gründen. Man selbst ist oft zu tief im Thema und sieht einfach nicht, was noch optimiert werden kann. Natürlich sollte jeder Text fehlerfrei sein, aber gerade, wenn es um große Auflagen geht, z. B. eine Anzeige im Kundenmagazin eines großen Drogeriemarkts, darf dort auf keinen Fall ein Fehler drin sein. Online lassen sich Fehler schneller wieder korrigieren als auf einem Großplakat, das für zwei Wochen gebucht ist. Im Printbereich schmerzen Fehler mehr.

Diese Fehlerfreiheit hat natürlich ihren Preis, was erklärt, warum nicht jeder Text von mir von Dir lektoriert wird, wenngleich ich das selbst sehr begrüßen würde. Wo das Budget knapp ist, passt ein zusätzliches Lektorat nicht immer mit rein.

Was kann Deiner Erfahrung nach schlimmstenfalls passieren, falls mit Blick auf ein knappes Budget auf ein Lektorat verzichtet wird? Kannst Du Dich an ein besonders prägnantes Beispiel erinnern?

Da sehe ich leider immer wieder Katastrophen. Ich glaube allerdings, dass es häufig nicht nur am knappen Budget liegt, sondern dass viele Menschen glauben, dass auf einem Plakat nur zwei Wörter stehen und da ja nicht viel schiefgehen kann. Doch das kann es eben durchaus. Bestes Beispiel: Herzlich willkommen. Das sehe ich immer wieder falsch geschrieben. Im schlimmsten Fall kostet es richtig Geld, alles neu zu produzieren – die Kosten für ein Lektorat wären auf jeden Fall günstiger gewesen. Abgesehen davon, dass es auch ganz schön peinlich werden kann, je nach Fehler im Text.

Da sprichst Du mir natürlich total aus der Seele. Das sind leider oft auch meine Erfahrungen.

Für welche Kunden arbeitest Du am liebsten? Wie würdest Du Deine Wunschkundin oder Dein Wunschprojekt beschreiben?

Die Abwechslung macht es – vom bundesweiten Versicherungskonzern bis zum regionalen Familienmagazin. Seit einiger Zeit schreibe ich im Ghostwriting Blogtexte. Das ist total spannend, weil ich mich in die jeweilige Person hineindenke und aus ihrer Sicht über ein Thema schreibe. Irgendwann schreibe ich mal ein eigenes Buch – die Lektorin meines Vertrauens habe ich dafür schon gefunden. ;-)

Oh, ein Buch! Da hättest Du die erste Leserin (auch ohne vorherigen Auftrag) schon gewonnen.

Wie und wo finden Dich denn meine Leser, wenn sie Kontakt zu Dir aufnehmen möchten?

Über die Kontaktdaten auf meiner Website: www.metamerie-pr.de

Zum Schluss noch etwas Persönliches: Was machst Du, wenn Du keine Texte schreibst oder sie für Deine Kunden in die Öffentlichkeit bringst? Hast Du noch Zeit für Hobbys oder andere Leidenschaften?

Nein, aber die Zeit nehme ich mir! *(lacht)*

Ich laufe und habe bereits zehn Marathons gefinisht. Bei den zahlreichen Vorbereitungs-läufen kommen mir oft die besten Ideen. Nach wenigen Kilometern ist mein Kopf völlig frei, ich höre nur meinen Atem und die Natur um mich herum. Dann, ganz plötzlich, kommt mir eine Formulierung in den Sinn oder ich habe eine andere Idee, die ich nach dem Lauf direkt umsetzen kann. Frische Luft hilft!

Ganz herzlichen Dank für das informative Gespräch und Deine Zeit!

Ich wünsche Dir weiterhin viel Erfolg für Dein Unternehmen und freue mich außerdem sehr auf die weitere Zusammenarbeit mit Dir.

Wenn Du Dich als Texterin oder Texter für eine Zusammenarbeit mit mir als Lektorin interessierst, dann besuch gern meine Website <https://www.isabelle-romann.de> oder schreib mir eine E-Mail an: mail@isabelle-romann.de