



# ZUKUNFT TEXTCHEF (CORPORATE PUBLISHING)

Umfrage Sommer 2020. Initiiert von Ulrich Hoffmann

---

## METHODIK

---

Um ein Meinungsbild zu erhalten, ob das Berufsbild des freien Textchefs eine belastbare Zukunft hat, wurde im Sommer 2020 eine nichtrepräsentative Onlineumfrage durchgeführt. Teilgenommen haben acht Entscheider aus unterschiedlichen CP-Redaktionen mittelgroßer bis großer Verlagshäuser und Unternehmen

---

## ZUSAMMENFASSUNG

---

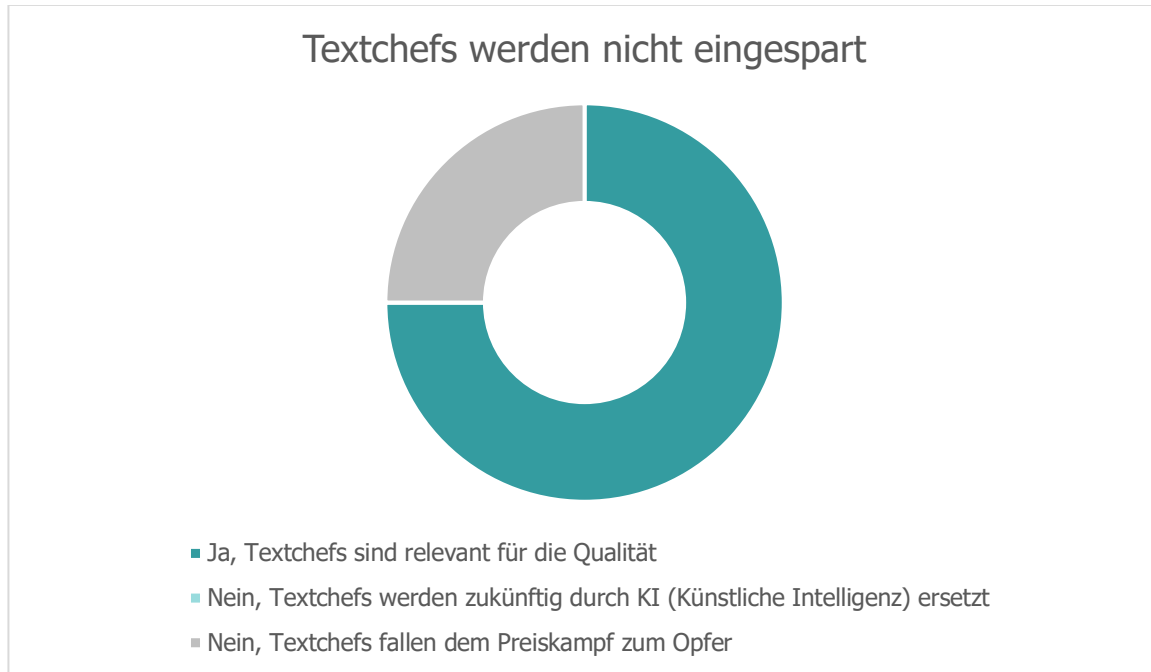
Profis anerkennen die qualitative Relevanz der Textchefarbeit, selbst wenn die direkten CP-Auftraggeber dies nur bedingt tun

Alle Befragten haben technisch positive Erfahrungen mit der Zusammenarbeit mit externen Textchefs

Da die Investitionsbereitschaft im um die Leserschaft konkurrierenden Bereich der Presse-Printprodukte abnimmt, wird die Textqualität zunehmend zu einem Distinktionsmerkmal im CP-Bereich werden

## ERGEBNISSE

### Frage 1: Wird es in 10 Jahren das Berufsbild des Textchefs noch geben?

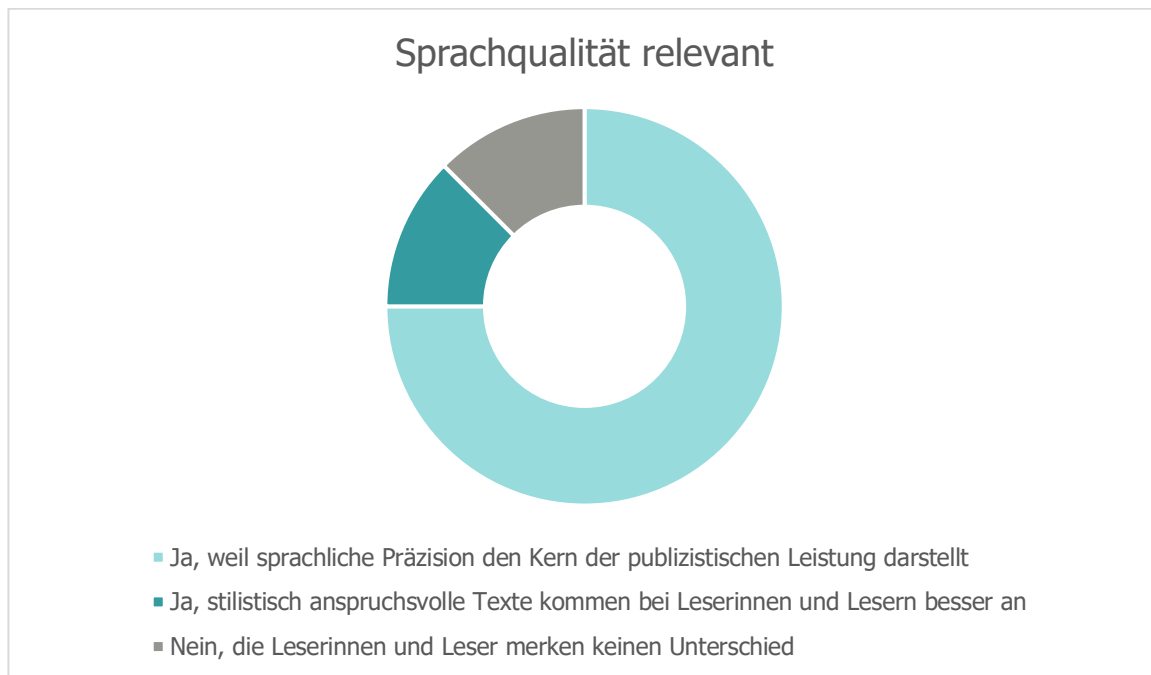


Während im Bereich der Presse (Print) 65% mit einer Einsparung der Position rechnen, halten im Corporate Publishing 75% der Befragten Textchefs aus qualitativen Erwägungen für relevant

Zwei Teilnehmer\*innen hinterließen allerdings kritische Anmerkungen:

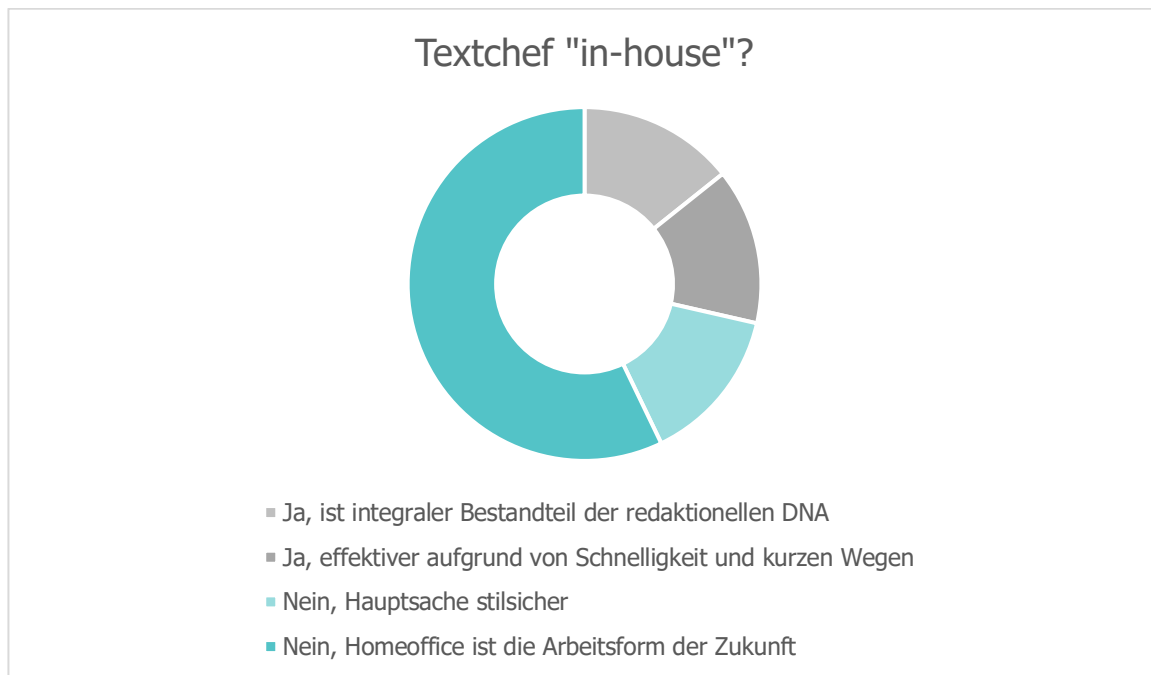
- „Bin mir nicht sicher, ob es Textchefs geben wird – das Problem ist, dass Texte in der Wahrnehmung vieler Kunden keinen hohen Stellenwert haben. Es wird zu sehr aufs Design geschaut, und die Bedeutung der Texte verkannt“
- „Ich denke, dass die Textqualität von der Redaktion und dem Schlussredakteur gewährleistet werden muss. KI sehe ich noch nicht am Horizont, dazu sind Konzerne mit ihren Abstimmungsschleifen nicht konsequent und kooperativ genug“

## Frage 2: Ist Textqualität für Leserinnen und Leser relevant?



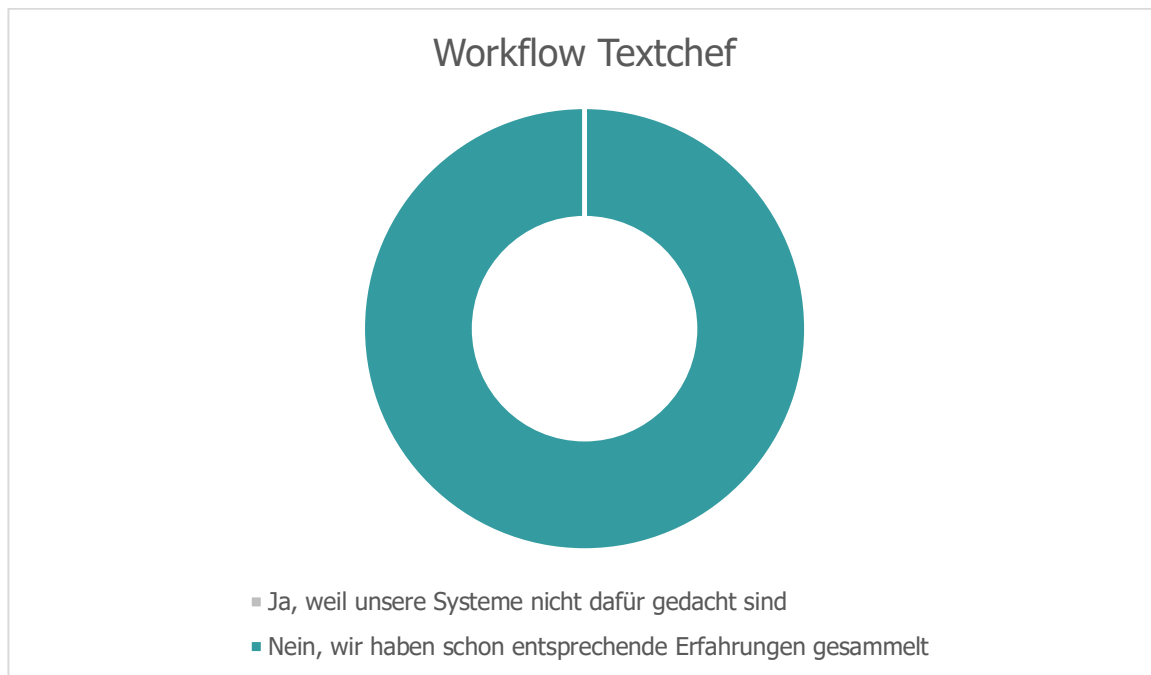
Der qualitative Nutzen von Textchefs wird allgemein anerkannt. Nur ein\*e Teilnehmer\*in (13%) glaubt, Leser\*innen würden eine geringere Textqualität nicht bemerken

### Frage 3: Muss ein Textchef zwingend "in-house" tätig sein?



Gut 71% der Teilnehmer\*innen halten es für nicht (mehr) wichtig, ob Textchefs vor Ort in der Redaktion oder extern arbeiten

**Frage 4: Ist der Workflow ein Argument gegen externe Textchefs?**



Dementsprechend haben 100% der Teilnehmer\*innen auch bereits positive Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit externen Textchefs gemacht, technisch ist diese gut möglich

**Frage 5: Wie wird sich redaktionelle Arbeit durch Automatisierung (KI etc.) verändern?**

- „automatische Themenfindung“
- „wenig“
- „Ja, im Bereich von Standards auf jeden Fall. Das kann aber auch eine Befreiung für die wirklich wichtigen, spannenden und anspruchsvoll verknüpften Themen sein.“
- „Meiner Ansicht nach wenig. KI kann einfach keine qualifizierten Texte schreiben – höchstens stupide Textbausteine zusammenleimen. Und das ist zu wenig.“

---

## FOLGERUNG

---

- Arbeitsmöglichkeiten für (freie) Textchefs im Bereich des Corporate Publishing könnten mittelfristig zunehmen
- Dabei ist zwar einerseits der Kostendruck zu berücksichtigen, andererseits die steigende Zahl von CP-Publikationen und der stetig zunehmende qualitative Anspruch an diese
- Der CP-Bereich ist dem klassischen Presse-Print-Sektor voraus, was die Offenheit für technische Innovationen und neue Arbeitsweisen angeht. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass CP häufig nicht (nur) an Verlagshäuser, sondern (auch) an Agenturen angegliedert ist
- Eine Übernahme anspruchsvoller Aufgaben durch KI wird nicht befürchtet

---

## KONTAKT

---

Ulrich Hoffmann, Heegbarg 13, 22391 Hamburg. [www.ulrichhoffmann.de](http://www.ulrichhoffmann.de). 0163/637 94 91.  
[mail@ulrichhoffmann.de](mailto:mail@ulrichhoffmann.de)

Ulrich Hoffmann ist mehrfacher Bestsellerautor (Sachbuch, Belletristik), arbeitet als freier Journalist, Ressortleiter und Textchef für die großen deutschen Verlage und übersetzt aus dem Englischen, Amerikanischen und Australischen. Er ist Philosoph sowie zertifizierter Meditationslehrer.

Hoffmann ist Mitglied der Organisation „[1% for the planet](#)“, d.h. er spendet nachweislich mind. ein Prozent seines Umsatzes an Umweltschutzorganisationen. 1%ftp wurde 2002 von „Patagonia“-Gründer Yves Chouinard ins Leben gerufen

