

Die Philosophie der Kommunikations-Strategen

«Air France hat die Passagierlisten veröffentlicht, was von vielen kritisiert wurde. Tschanz verteidigt diese Strategie.» – Das ist keine Strategie, sondern ein Vorgehen.

«Deutschland ist eine ungemein attraktive Destination.» – Touristiker vermarkten Destinationen. Touristen haben Reiseziele.

«Dieser Paradigmenwechsel tut der Befindlichkeit der Volksseele gut.» – Es geht um eine japanische Partei, die den Bedürftigen statt den Grossunternehmen zu dienen verspricht. Gewänne sie und hielte sich daran, so wärs für Politologen wohl ein Paradigmenwechsel. Vorerst sinds neue Töne, die die Volksseele laben.

«Kunst solle Erlebnis sein, so die Philosophie des Sammlers.» – Eine gar einfache Philosophie, vielleicht ist es nur seine Leitlinie oder Grundidee.

Leute, die etwas zu verkaufen haben und das professionell tun, verwenden gern hochgestochene Wörter für ihre Tätigkeit. Wir sollten ihnen nicht auf den Leim kriechen, wenn sie so «kommunizieren», womöglich noch «proaktiv». Oft sind die Wörter – oder die Verwendung, wie bei «Philosophie» – aus dem Englischen abgekupfert.

© Daniel Goldstein