

THEMENSCHWERPUNKT	Adressatenspezifisches Erzählen
PANELTITEL	Auftragserzählungen – von der Kasualdichtung bis zur Firmengeschichte
PANELLEITER/IN	PD Dr. Christian Klein (Wuppertal) und Lukas Werner, M.A. (Bonn)
REFERENTEN/INNEN	Ulrike Ackermann M.A.(Freiburg) Dr. Bernd Hartmann (Darmstadt) Dr. Julia Abel (Wuppertal) Dr. Ursula A. Schneider (Innsbruck) Dr. Annette Steinsiek (Innsbruck) Dr. Niels Penke (Göttingen)

PANELABSTRACT

Die Motivation zum alltäglichen, fiktionalen oder faktualen Erzählen geht zumeist auf den Erzählenden zurück, der aus eigenem Antrieb aktiv wird. Doch es gibt auch einen anderen Typus von Erzählungen, die nämlich aufgrund einer extrinsischen Motivation entstehen: die Auftragserzählungen. Darunter sollen solche Erzählungen verstanden werden, die anlassbezogen und meist aus kommerziellen Gründen (bzw. weil sich die Autoren anderweitige Vorteile versprechen) abgefertigt und mit der Erwartung in Auftrag gegeben werden, dass sie einem spezifischen Zweck dienen: Das Erzählte soll beispielsweise das Ansehen des Auftraggebers mehren oder allgemein ein bestimmtes Programm kommunizieren. Auftragserzählungen sind in besonderem Maße adressatenspezifisch, weil sie zumeist mit einer konkreten Vorstellung hinsichtlich der Rezipienten und deren Erwartungen eingefordert und verfasst werden.

Historisch ist dieser Erzählungstyp von der Antike bis in die Gegenwart verbreitet: man denke an die frühe Panegyrik, mittelalterliche Auftragsarbeiten, an die barocke Kasualdichtung, an Romanfortsetzungen, die auf Verlagsaufträge zurückgehen, oder in der Gegenwart an Autobiographien aus der Feder von Ghostwritern, an bestellte Firmen- oder Lebensgeschichten etc. Dabei sind die Versuche der Einflussnahme auf die Textgestaltung seitens der Auftraggeber ebenso vielfältig wie die Möglichkeiten der Auftragnehmer, diesen zu begegnen. Das Spektrum des Umgangs mit der Auftragsituation kann dabei auf beiden Seiten von Explizierung bis zur Verschleierung reichen.

VORTRAGSTITEL

Bernd Hartmann:

PR mit Entertainment: Strategische fiktionale Erzählungen im Rahmen der Unternehmenskommunikation

Ulrike Ackermann:

Narrative Strategien zur Positionierung von Wirtschaftsunternehmen: Über Auftragserzählungen von Mitarbeitern im Corporate Blog der Deutschen Telekom

Ursula Schneider, Annette Steinsiek:

„Verkaufte Heimat“ – Geschichtsbewältigung in Felix Mitterers Auftragswerk zum 50. Jahrestag der Südtiroler „Option“ (1989)

Niels Penke:

Nur „Kitsch“ und „verlorene Unschuld“? Ludwig Tieck und die ‚Romanfabrik‘ Rambach

Julia Abel:

In The Army Now: Will Eisners Militär-Auftragscomics