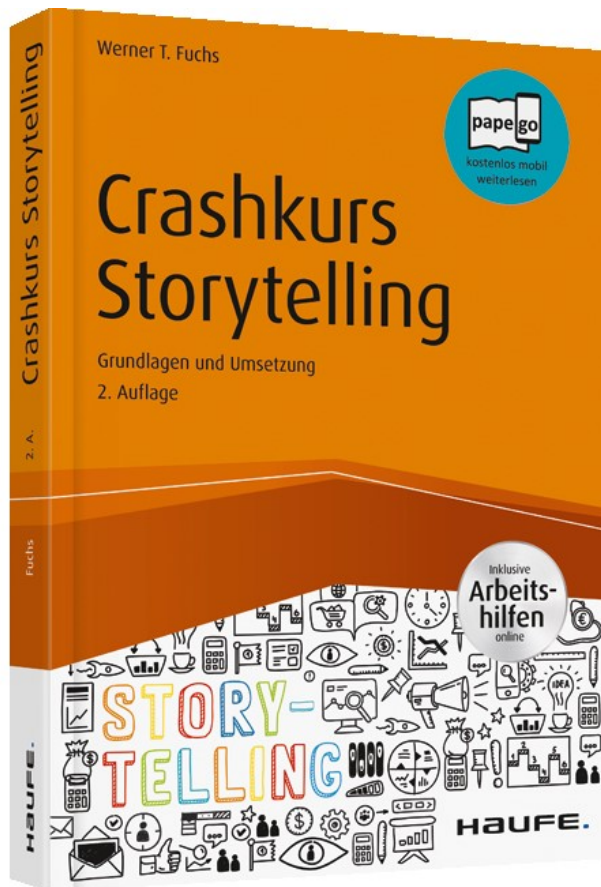


WHITEPAPER „10 HÄUFIGE MISSGESCHICKE BEIM STORYTELLING“

Das Whitepaper ist ein Auszug aus dem Marketingfachbuch von Werner T. Fuchs „Crashkurs Storytelling“.



Sie möchten mehr zum Thema erfahren?

[Jetzt im Haufe Shop informieren!](#)

Urheberrechtsinfo

Alle Inhalte dieser Leseprobe sind urheberrechtlich geschützt.
Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit
ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.

10 häufige Missverständnisse beim Storytelling

Im Folgenden geht es genau genommen nicht um Missverständnisse, sondern um hinderliche Glaubenssätze, falsche Behauptungen, unzweckmäßige Fantasien, überholte Lehrmeinungen oder schlicht Irrtümer. Aber weil unaufgeklärte Missverständnisse oft zu Konflikten führen, bleibe ich bei der gewählten Überschrift. Denn sie soll ja signalisieren, dass Geschichtenerfinder beim Publikum nicht fahrlässig für Verwirrung sorgen sollen, nur weil sie allzu praxisfremd vorgegangen sind.

Missverständnis 1: Spannung braucht Action

Ob der russische Instagrammer drewssik mit 17 Jahren von einem neunstöckigen Haus zu Tode stürzte, weil er das Wort Cliffhanger nicht richtig einordnen konnte, wissen wir nicht. Aber zu seiner Waghalsigkeit trug sicher der Glaube bei, dass Action mehr Klicks, mehr Likes und mehr Anerkennung bringt. Diese Meinung teilten offenbar auch einige der 70 Selbstporträtierer, die Selfies in blühenden Wiesen oder am Küchentisch langweilig fanden und deshalb von Klippen stürzten oder von herannahenden Zügen überrollt wurden. Gefahr erweckt Aufmerksamkeit. Dieses Ursache-Wirkung-Verhältnis ist in einem überzeitlichen Programm, das die Ziele Fortpflanzen, Anpassen und Überleben verfolgt, selbstredend festgeschrieben. Aber das heißt noch lange nicht, Action müsse zwingend ein Element des Story-Checks sein. Es sei denn, man assoziiere damit nicht länger spektakuläre Szenen, große Dramatik oder stimulierende Adrenalinkicks, sondern schlicht Handlung. Und die ist automatisch gegeben, wenn der Held beim Lösen eines Problems auf Widerstand stößt.

Im Zweifelsfall auf Action im Sinne explodierender Fahrzeuge, wilder Verfolgungsjagden, halsbrecherischer Stunts, wüster Schlägereien oder endloser Schießereien zu verzichten, drängt sich aus einem einfachen Grund auf: Der Einsatz dieses Stilmittels ist zu einfach und daher auch zu banal. Nur wer sich damit zufriedengibt, Vorlagen für B- und C-Movies zu liefern, wird der Versuchung erliegen. Spannung braucht keine außergewöhnliche Dramatik. Es genügt, Neugier und Teilnahme zu kombinieren, wie Robert McKee in

seinem Buch »Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens« festhält. Als Geschichtenerfinder habe ich es in der Hand, den Ausgang einer Szene hinauszuzögern, Zusammenhänge aufzudecken oder zu verheimlichen, Gefühle der Figuren preiszugeben und zu intensivieren, mit meinem Informationsvorsprung zu spielen, Dialoge abubrechen, Überraschungen einzubauen, Bedrohungen heraufzubeschwören und Sympathiepunkte zu verteilen.

Missverständnis 2: Vergleiche lieber vermeiden

Lebensratgeber, die Ihnen das Vergleichen verbieten oder madig machen wollen, sind mit äußerster Vorsicht zu genießen. Denn bei einem solchen Tipp ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass der Autor von einer Menschenart ausgeht, die gar nicht existiert. Der reale Mensch hat unter seiner Schädeldecke nämlich ein außerordentlich leistungsfähiges Differenzbereinigungssystem. Und das muss unter anderem die Aufgabe lösen, sinnvolle Antworten auf Fragen zu finden, die Ihnen bereits bekannt sein dürften. Sie lauten nämlich: Wer bin ich? Wer ist der andere? Wo ist mein Platz in dieser Welt? Sich mit anderen Menschen zu vergleichen, gehört daher zu den Strategien, die beim Erreichen der evolutionären Ziele unschätzbare Dienste leisten.

Aus diesem Befund nun zu schließen, man müsse als Geschichtenerfinder die Aufgabe des Publikums übernehmen und dauernd vergleichen, wäre allerdings ein Irrtum. Denn eine gute Geschichte soll ja nicht an Schulstunden erinnern, in denen es primär um die Unterscheidung von richtig und falsch ging. »Erzählen statt erklären« und »Zeigen, nicht sagen« lauten zwei Formeln, die ein Storyteller mit der Zeit verinnerlichen sollte. Wenn Sie die Elemente des Story-Checks beachten und gut einsetzen, ist das Publikum von sich aus bereit, verschiedene Charaktere, Verhaltensmuster und Wertvorstellungen miteinander zu vergleichen. Und wenn Sie als Autor eine ganz bestimmte Botschaft vermitteln wollen, liegt es an Ihnen, ungewollte, völlig falsche oder irreführende Vergleiche zu verhindern. Oder Sie können von Ihnen formulierte Vergleiche gezielt einsetzen, um bei Ihren Zuhörern oder Lesern Bilder zu wecken, die Sie später wieder in Abrede stellen. Zudem eignen sich Vergleiche hervorragend für das Stilmittel der Übertreibung.

Missverständnis 3: Geschichten sind kontextunabhängig

Ob ich das Gleichnis von den anvertrauten Talenten auf einem Kongress für Personalvermittler oder der Jahresversammlung der Numismatiker erzähle, spielt eine Rolle. Denn wer nicht bibelfest ist und sein Geld als Talentsucher verdient, wird etwas anderes oder gar nichts verstehen. Dieses Beispiel für Kontextabhängigkeit ist übrigens nicht auf meinem Mist gewachsen, sondern stammt in abgewandelter Form von einem Dozenten für Homiletik, wie die Predigtlehre bei den Theologen heißt. Lange bevor die Kommunikationswissenschaftler Begriffe wie »Framing« oder »Priming« in ihren Grundwortschatz aufnahmen, habe ich also verinnerlicht, dass jede Geschichte in ein Umfeld eingebettet ist, das deren Interpretation erheblich beeinflusst.

Jede Geschichte ist von Ereignissen, Deutungsrastern und situativen Interpretationsmustern eingerahmt, weshalb dieser wichtige Aspekt inzwischen oft Framing genannt wird. Das muss sich ein Geschichtenerzähler immer vergegenwärtigen, um unnötige Fehlinterpretationen zu vermeiden oder die Verarbeitung von Reizen gezielt beeinflussen zu können. Die Aktivierung gewollter Assoziationen durch das Andocken an unbewusst gespeicherte Vorerfahrung mit Inhalten, bezeichnen die Psychologen als Priming.

Unsere unbewusst arbeitenden Hirnareale sorgen in der Regel auch dafür, dass wir den Kontext automatisch berücksichtigen, sofern wir ihnen das Signal gegeben haben, nicht provozieren zu wollen. Daher müssen wir beim Finden, Erfinden und Verbreiten einer Geschichte nicht dauernd daran denken, wo und wie das Umfeld auf sie einwirkt. Wir können uns also auf die Frage konzentrieren, wie wir Framing und Priming gezielt einsetzen wollen.

Missverständnis 4: Ironie verstehen alle

»Der Vorwurf, Ironie sei angesichts der Weltlage verantwortungslos, ist berechtigt. »Das ist ironisch gemeint« ist die Ausrede der Denkfaulen und Gefühlskalten.« Zu dieser Behauptung versteigt sich der Schweizer Publizist und Literaturkritiker Stefan Howald. Doch weil ich seine Vorliebe für das Stilmittel »Ironie« schon während des gemeinsamen Studiums kennenlernte, war ich mir sicher, dass er bewusst vom eigentlich Gemeinten abweicht. A sagen und B meinen gehört zu den Kommunikationsformen, die sorgsam eingesetzt werden sollten. Vor allem im Umgang mit Kindern. Denn damit die Ironie Erwachsener funktioniert, müssen Kinder in der Lage sein,

Abweichungen von Gesagtem und Gemeintem zu erkennen. Und weil diese Fähigkeit noch immer notwendig ist, wenn sie längst groß geworden sind, dürfen Geschichtenerzähler nicht davon ausgehen, ihr Publikum könne alle ironischen Rätsel lösen.

Mein ehemaliger Mitstudent betont denn auch, dass wahrhaftige Ironie harte Arbeit ist. Denn wer dieses Stilmittel einsetzen will, muss sich in die Denk- und Werthaltungen seines Publikums einfühlen können, den Kampf für die richtige Distanz aufnehmen, die wichtigsten Ironiesignale kennen, eine scharfe Beobachtungsgabe haben und den Liebesentzug bei Unverständnis akzeptieren können. Wer dieses Anforderungsprofil nicht erfüllt, sollte vielleicht besser auf den Einsatz ironischer Elemente verzichten. Oder bei Schriftstellern wie Thomas Mann, Gottfried Keller, Theodor Fontane oder Robert Musil zuerst die ganze Bandbreite dieses Stilmittels kennenlernen. Empfehlenswert ist auch, sich in Selbstironie zu üben, da man damit nicht die anderen, sondern höchstens sich selber verletzt. Zudem gilt: Wahre Ironie ist ehrlich motiviert.

Missverständnis 5: Geschichten müssen kurz sein

Weniger Verkäufer, weniger Radiologen, weniger Postboten, weniger von allen Jobs, die auch von Software und Robotern erledigt werden können. Ob dieses »Weniger« 2025 tatsächlich ein Viertel betragen wird, wie das US-Beratungsunternehmen Boston Consulting Group prophezeit, wird sich zeigen. Fest steht nur, dass sich sogar Geschichtenerzähler nicht allzu sicher fühlen dürfen. Es sei denn, sie hätten die Metapher vom Schachspiel und damit den Story-Check verinnerlicht. Denn in Zukunft wird es noch stärker darum gehen, die besten Varianten eines Spiels zu finden, dessen Elemente inzwischen auch ihr neuer Feind KI, die »Künstliche Intelligenz«, kennt. Doch die Algorithmen, auf denen die Technik des »Predictive Writing« beruht, basieren noch mehrheitlich auf Daten, die situativen Einzelfällen wenig Beachtung schenken. Und daher glaubt ein Storyteller auch nicht daran, dass sein Publikum nur kurze Geschichten liebt, wie das inzwischen in jedem Ratgeber für Social-Media-Texte steht.

David Ogilvy, wohl der berühmteste Texter der Werbebranche, unterzog sich nie dem Primat der Kürze. Natürlich fand auch er kurze, prägnante Sätze und kurze Absätze sinnvoll. Aber wenn eine Geschichte nicht langweilt, findet

sie auch in einer längeren Version ihr Publikum. Bewiesen hat Ogilvy seine Behauptung mit zahlreichen Anzeigen für Unternehmen und Produkte aller Art. Sogar für eine Margarine. Seinen 1984 in »David Ogilvy über Werbung« geäußerten Rat gebe ich gerne weiter. Denn er lautet: »Formulieren Sie Ihren Text wie eine Geschichte.« Und seine berühmteste Headline verdient es sogar, im Original zitiert zu werden: »At 60 miles an hour the loudest noise in this new Rolls-Royce comes from the electric clock.«

Technologischer Fortschritt hinterlässt immer Spuren. So wird der »Roboterjournalismus« auch Inhalte und Menschen betreffen. Aber einem begnadeten Sport-Tickerer zu folgen, wenn der Lieblingsverein spielt, wird auch in Zukunft mehr Spaß machen, als computergenerierte Kurzzusammenfassungen zu lesen. Gute Live-Ticker zu kopieren, ist ebenfalls eine gute Übung auf dem Weg zum Meister.

Missverständnis 6: Sinnlücken sind zu vermeiden

»Am Thema vorbeigeschrieben!« gehört zu den Beurteilungen, mit denen ich als Gymnasiast einigermaßen leben konnte. Besonders wenn mich das Gefühl beschlich, mein Deutschlehrer wolle damit eigentlich ausdrücken, dass er anderer Meinung sei. Weniger hilfreich fand ich die Randbemerkung »Fehlender Anschluss«. Zumal diese Marginalie oft dort stand, wo ich bewusst eine kleine Sinnlücke setzte. Die, so fand ich schon damals, sind auch in einem so genannten Erörterungsaufsatz erlaubt, wenn sie eine Funktion haben. Und das haben sie, wenn damit das Verstehen durch Vorstellen angepeilt wird. Geschichten, die keine Bedienungsanleitungen oder Lehrveranstaltungen sind, müssen bildorientiert sein, Gefühle wecken, Erinnerungen auftauchen lassen. Aber das können sie nur, wenn wir den Erklärmodus gelegentlich verlassen, auf Detailtiefe verzichten und dem Gehirn die Zeit lassen, um Fragen wie »Was ist gemeint?« und »Was fühle ich dabei?« zu stellen.

Ein Storyteller muss sich vom Anspruch lösen, einen Text zu schreiben, den alle verstehen. Denn das ist schon allein wegen der verschiedenen Erfahrungswelten des Publikums unmöglich. Zudem kann ein Satz eine Dynamik entwickeln, die über ihn hinausgeht und vom Autor nicht mehr kontrolliert werden kann. Die Suche nach der richtigen Mischung zwischen sinnvoll und sinnlos gehört zu den anspruchsvollsten Aufgaben eines Geschichtenerfin-

ders. Lösen wird sie nur können, wer das Risiko eingeht, bei diesem Seiltanz auch mal abzustürzen. Daher ist es ratsam, vor dem Verlassen der sicheren Plattform ein nicht allzu grobmaschiges Fangnetz aufzuspannen, das von verlässlichen Sparringpartnern gehalten wird. Die würden zudem den Tipp geben, im Internet nach dem Begriff »Abstraktionsleiter« und deren Erfinder H.I. Hayakawa zu googeln. Denn unnötige Sinnlücken lassen sich auch vermeiden, indem man sein Publikum von unten nach oben führt und auf der mittleren Leitersprosse nicht feststecken lässt.

Missverständnis 7: Nur Menschen können sprechen

Als die britische Kinderbuchautorin Ursula M. Williams 1938 einem Spielzeugpferd mit Holzrädern den Namen »Rösslein Hü« gab, konnte sie natürlich nicht wissen, dass sie mit ihrem Buch meine Kindergartenzeit rettete. Denn ruhig sitzen bleiben konnte ein Zappelphilipp wie ich eigentlich nur, wenn uns die strenge »Gärtnerin« die neusten Abenteuer dieses sprechenden Holzpferdchens vorlas. Dass Lokomotiven, Bäume, Puppen oder Maikäfer sprechen können, ist für Kinder gar keine Frage. Doch offenbar ist diese Selbstverständlichkeit auf dem Weg zum Erwachsensein vielen abhandengekommen. Wer von diesem Verlust betroffen ist und es in der Kunst des Geschichtenerzählens zum Meister bringen will, muss sofort Gegensteuer geben. Der erste Schritt könnte darin bestehen, an all die Menschen zu denken, die Zwiesgespräche mit ihrem Computer oder Fahrzeug führen. Oder darin, die Kapitel über Helden, Helfer und Feinde nochmals zu lesen.

Unbelebten Dingen, Tieren, Naturgewalten und Göttern menschliche Eigenschaften zuzusprechen, ist keine psychische Erkrankung, sondern gehört zum Programm neuronaler Datenverarbeitung und ist damit das Normalste der Welt. Ich betone dies auch deshalb, weil der Wikipedia-Beitrag zu »Anthropomorphismus« suggeriert, das würde sich im Laufe der Zivilisation auswachsen. Der Verfasser des Artikels schreibt nämlich: »Viele Menschen schreiben noch heute unbelebten Objekten menschliche Eigenschaften zu.« Mit dieser leicht herablassenden Einstellung würden Geschichtenerzähler viel zu defensiv ans Werk gehen, wenn es darum geht, Dialoge zwischen der Welt und ihren Bewohnern zu kreieren. Für Storyteller gilt deshalb, was Robert McKee folgendermaßen formulierte: »Eine Figur ist genauso wenig ein menschliches Wesen, wie die Venus von Milo eine echte Frau ist. Eine Figur ist ein Kunstwerk, eine Metapher für die menschliche Natur.« Oder: Wir spre-

chen zu den Dingen und die Dinge sprechen zu uns. »Die lustigen Abenteuer des Rösslein Hü« sind seit 2015 zum Glück erhältlich. Fehlt nur noch ein Verleger, der »Rauschebart und Knorzel« von Hans Wilhelm Smolik neu auflegt.

Missverständnis 8: Eine Idee ist nicht zwingend notwendig

Als Heinrich von Kleist vor über hundert Jahren seinen Aufsatz »Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden« schrieb, nährte er damit wohl ungewollt das Missverständnis, die tragende Idee einer Geschichte würde sich im Laufe ihrer Entwicklung automatisch ergeben. Aber es ist kein Zufall, dass Kleists Argumentation auf wackligen Füßen steht. Denn jede gute Geschichte basiert auf einer starken Idee. Das heißt allerdings nicht, dass Ideen voll ausgereift sein müssen, bevor man sich an die Arbeit macht. Aber es sollte zumindest ein Funke da sein, an dem sich eine großartige, beherrschende Idee entzünden kann. Andernfalls ist die Wahrscheinlichkeit groß, eine Durchschnittsgeschichte zu schreiben, die niemanden so richtig begeistert und glücklich macht. Auch den Verfasser nicht. Linda Seger schreibt in »Das Geheimnis guter Drehbücher« dazu: »Irgendwo zwischen dem ersten Einfall und den ersten 120 Seiten eines Drehbuchs muss die Idee Gestalt annehmen. Die Geschichte muss geformt werden, angereichert mit Figuren, aufgebaut aus Bildern und Gefühlen.« Und der bereits erwähnte David Ogilvy ruft angehenden Werbetextern zu: »Selbst wenn Sie extrem fleißig sind, werden Sie niemals zu Ruhm und Ehre kommen, sollten Sie nicht zugleich »Big Ideas« haben.« Da solche Übertreibungen eher entmutigen als antreiben, möchte ich einfach Folgendes festhalten: Die Zeit, die Sie für die Suche nach einer guten Idee investieren, holen Sie im Laufe Ihrer Arbeit doppelt und dreifach wieder herein.

Für diese Suche liefert Ihnen der Story-Check mit den Elementen »Titel« und »Urthema« zwei bewährte Hilfsmittel. Die meisten professionellen Geschichtenerfinder beherzigen auch den Rat, ihre Ideen in einem Notizbuch oder sonst wo festzuhalten und vor Beginn ihrer Arbeit eine Ideenskizze zu verfertigen. Diese sollte allerdings nicht mehr als eine Seite umfassen und in der Gegenwartsform formuliert sein. Noch besser ist, wenn Sie Ihre gefundene Idee als Küchenzuruf formulieren können. Der bereits mehrfach erwähnte Robert McKee drängt seine Leser sogar dazu, sich auf einen Satz zu beschränken, der das Wie und Warum einer Veränderung enthält und aus

dem das Publikum schließen kann, weshalb es einer Geschichte seine Aufmerksamkeit schenken soll.

Missverständnis 9: Passivformen sind zu vermeiden

»Sobald Sie in Ihrem Text das Wort »Werden« erwischen, sollten die Alarmglocken klingeln.« Auf diesen Gefahrenhinweis stoßen Sie nicht nur im Buch »Einfach schreiben im Beruf«. Aber Hannes Kütz gehört zu den wenigen Ratgeberautoren, die ihren Lesern auch wertvolle Hinweise geben, wann das Passiv sinnvoll ist. »Verwende aktive Verben« ist für Storyteller jedenfalls keine goldene Regel, wie es in so vielen Workshops gelehrt wird. Roy Peter Clark bringt deshalb in »Die 50 Werkzeuge für gutes Schreiben« zahlreiche Beispiele berühmter Schriftsteller, in denen die Verwendung von Passivformen das Gesetz »Form follows function« erfüllt. Und wem im Deutschunterricht noch vermittelt wurde, dass »Leideform« die deutsche Übersetzung von »Passivverb« ist, hat Clarks Ausführungen eigentlich schon verstanden. Das Passiv ist ein Werkzeug, mit dem ich die Aufmerksamkeit mehr auf den Handelnden als auf die Handlung lenke. Diese Funktion ist äußerst nützlich, wenn ein Geschichtenerzähler seinem Publikum klarmachen will, wer in einer Handlung der Täter und wer das Opfer ist. Es ist eben nicht dasselbe, ob ich sage: »Der Crashkurs Storytelling konfrontiert Sie auch mit grammatischen Regeln« oder »In diesem Crashkurs werden Sie auch mit grammatischen Regeln konfrontiert.«

Das Kriterium für den Einsatz passiver Verben darf nicht nur Ästhetik sein. Ich kann mit einer bewussten Setzung des Passivs auch moralische Inhalte verstärken. Möchte ich zum Beispiel signalisieren, dass ein Politiker oder Manager korrupt ist und unangenehme Wahrheiten gerne verschleiert, sind konsequente Passivformen ein gutes Mittel. Vor allem wenn ich einen ehrlichen Gegenspieler habe, der Verantwortung übernimmt und deshalb immer aktiv spricht. Unnötig zu sagen, dass ein Storyteller auch die Verantwortung übernehmen muss, wie seine Geschichte vom Publikum aufgenommen wird.

Missverständnis 10: Kritik muss konstruktiv sein

»Anregungen und konstruktive Kritik sind immer willkommen.« Mit solchen Leerformeln soll übertüncht werden, dass Menschen nach Anerkennung streben und wenig für negative Beurteilungen übrighaben. Auch Mark Twain nicht, der zu diesem Thema meinte: »Ich habe kein Problem

mit Kritik, aber sie muss mir gefallen.« Der heutige Zwang zu konstruktiver Kritik hat dummerweise ungewollte Nebenwirkungen. Fällt uns nichts Konstruktives ein, verleitet er uns zum Schweigen. Und wer die Kritik nicht annehmen will, kann sie als nicht konstruktive leicht abwehren. Doch weil Fremdbeurteilungen wichtig sind, um nicht auf der Stelle zu treten, gebe ich folgende Empfehlung ab: Verteidigen Sie Ihre Arbeit nie gegen Kritik. Wenn Sie diesem natürlichen Reflex nachgeben, geraten Sie automatisch in die Rechtfertigungsfalle. Und so lange Sie darin gefangen sind, werden Sie kaum etwas erfahren, das Sie weiterbringt. Zumal schon der unbesiegbare Feind »Geschmacksfrage« dort sitzt, mit dem Sie ohnehin nicht vernünftig diskutieren können.

Besser ist es, wenn Sie eine Debatte in eine Unterhaltung verwandeln und Ihrem Gegenüber erklären, was Sie erreichen wollten und wie Sie dabei die verschiedenen Elemente des Story-Checks eingesetzt haben. Eine Reaktion dieser Art führt oft zu einem Gespräch, bei dem sowohl Sie als auch Ihre Kritiker etwas lernen können.