



# Storytelling und Authentizität

Geschichten aus der "inneren Erzählhaltung"  
heraus vielfältig einsetzen:  
für bessere Information, gestützt durch Emotion!

*Eine Lese- und Arbeitsmappe  
zur Erinnerung und Vertiefung  
für Teilnehmer meiner Seminare*

## *Inhaltsverzeichnis*

1. Geschichten sind nicht alles .....	3
2. "Telling" und "Authentizität" .....	4
3. Authentizität: Thesen und Tatsachen.....	5
4. Merkmale und Grundelemente "Storytelling" .....	6
5. Der Zweck von Storytelling.....	7
6. Wann man Storytelling bewusst einsetzen kann.....	8
7. Was man für's Erzählen üben sollte.....	9
8. Prinzipielles.....	10
9. Was meistens hilft .....	11
10. Klarheit und "erzählerische" Konzeption.....	12
11. "Analytische" Planung .....	15
12. Drei-Punkte-Technik.....	15
13. Dramaturgie und ein typischer Aufbau .....	16
14. Zutaten, Grundmuster und Rollenmuster in spannenden Stories.....	17
15. Wendepunkte, Anschaulichkeit und Fehlerquellen.....	18
16. Spannungsbögen konstruieren .....	19
17. Thema + Erzähler + Publikum lebendig verbinden .....	20
18. Erzählen statt Quälen! .....	21
19. Gespräche & Besprechungen .....	23
20. Wann wird's denn gut? .....	24
21. Qualitätskriterien.....	25
22. Allgemeine Regeln.....	26
23. Checkliste .....	27
24. Literaturhinweise.....	28

### *Copyright*

Diese Seminarunterlage sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte bleiben vorbehalten.

Kein Teil dieser Seminarunterlage darf ohne schriftliche Genehmigung des Autors

**Dr. Rolf Breuer ([www.tv-trainer.de](http://www.tv-trainer.de))**

vervielfältigt oder verbreitet werden.

Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM sowie die Verwendung und Vervielfältigung der Inhalte in Rundfunk und Fernsehen.

Eine Haftung für die Richtigkeit der in dieser Seminarunterlage enthaltenen Inhalte kann trotz sorgfältiger Ausarbeitung und Prüfung nicht übernommen werden.

## ***Die Geschichten sind nicht alles ...***

Es gibt in unserem Kulturkreis ja eine große Geschichten-Sammlung, die seit rund 2000 Jahren die Menschen bewegt hat: die Bibel. Nicht immer waren es positive Entwicklungen, für die die Stories der Bibel als Lehrstücke herhalten mussten. Aber für viele Menschen waren die "biblischen Geschichten" schon von frühester Jugend an eine wichtige Orientierung für ihr Leben, vor allem in ethischer und moralischer Hinsicht.

Fast jeder hat Erfahrungen mit diesen Geschichten, hat sie erzählt bekommen. Die Geschichten waren immer dieselben, aufgeschrieben in dem Buch Bibel. Aber die Wirkungen waren unterschiedlich.

Denn es macht einen riesigen Unterschied, wer die Geschichten wie erzählt: Die engagierte Mutter, die ihren Kindern die Inhalte kindgerecht übersetzt; der leblos predigende Pfarrer, der mit seiner steifen theologischen Sprache niemanden hinterm Ofen hervorlockt; der religiöse Sektierer oder Fundamentalist, der andere für seine Zwecke manipulieren will; der begeisternde Lehrer, der seine Schüler eintauchen lässt in die Szenerie damals vor 2000 Jahren!

Andere mit Geschichten bewegen und berühren, zum Nachdenken anregen, überzeugen, ihnen komplizierte Dinge einfach erklären: Dazu reichen die Geschichten alleine nicht aus - nötig ist auch eine engagierte, lebendige, glaubwürdige Präsentation der Geschichten. Man braucht Authentizität.

Die erreicht man vor allem dadurch, dass man die "innere Erzählhaltung des Alltags" einnimmt, eine Haltung, die wir alle tagtäglich und meist sehr erfolgreich benutzen und trainieren.

Sie sind ein untrennbares Paar: die guten Geschichten und das gute Erzählen!

***... erst mit Authentizität überzeugt man!***

**Story**

- Figuren
- Handlung
- Rahmen
- Botschaft

-

**Telling**

- Erzählhaltung
- Erzähllogik
- Erzählstimme
- Erzählsprache

**&**

**Authentizität**

- lebendig & glaubwürdig
- einfach & spannend

## ***"Telling" : innere und äußere Erzählhaltung***

### **Merkmale:**

- Die "innere Erzählhaltung" (in mir fühlt es sich an wie am Gartenzaun, beim Abendessen, im Café ...) beeinflusst ganz entscheidend die "äußere Erzählhaltung" (was andere von mir wahrnehmen).
- Zur "äußeren Erzählhaltung" gehören:
  - die Körperhaltung, Mimik und Gestik, die Stimme, die Sprache (Wortwahl, Satzbau) und die benutzte Logik
- Einzelne Elemente der "äußere Erzählhaltung" können allerdings auch helfen, die "innere Erzählhaltung" zu finden.

### **Formen :**

- aktiv: selbst erzählen
- passiv: zum Erzählen ermuntern

### **Tricks zum Erreichen :**

- die innere Alltags-Haltung einnehmen (wie am Gartenzaun, beim Abendessen, im Café ...)
- sich Personen (Freunde, Bekannte, Nachbarn, Kollegen, Kinder) u/o Situationen (zu Hause, in der Küche, im Bistro, am Arbeitsplatz) vorstellen, als Haltung aufbauen und einüben
- einzelne Elemente der äußeren Alltags-Haltung daraufhin überprüfen, ob sie helfen, authentisch zu werden (mehr gestikulieren, etwas in die Hand nehmen, lauter sprechen ...)
- Hilfen benutzen (reale Gegenstände, imaginierte Situationen oder Personen)

## ***"Authentizität" als kommunikatives Werkzeug***

Es ist ein ganz merkwürdiges Phänomen: Viele Menschen greifen in besonders schwierigen Kommunikations-Situationen auf Rollenmuster zurück, die sie kaum trainiert haben - und kommen dann prompt ins Schleudern. Denn sie verlieren ihre "private Rolle", ihre Natürlichkeit, ihre Authentizität, ihre normale Lebendigkeit - und damit auch das Vermögen, einfühlsam, kreativ und spontan auf überraschende Anforderungen zu reagieren. Das bezieht sich auf Auftritte vor Gruppen, vor Presse, Funk und Fernsehen genauso wie auf Präsentationen vorm Vorstand. Aber das Phänomen tritt auch auf bei Fernsehmoderatoren und Reportern, bei Politikern und Verbandsführern - und auch bei Pädagogen und Psychologen!

Das einfachste in schwierigen Situationen wäre eigentlich, das zu tun, was man am besten kann. Also so zu sein wie man es ein Leben lang tagtäglich geübt hat: Man selbst sein, normal zu sprechen, Emotionen zu zeigen, glaubwürdig sein - kurz: authentisch sein. Wir haben dabei gelernt, was wir tun müssen, damit unsere Informationen und Emotionen so beim Gegenüber ankommen, wie wir es wollten. Wir sind dann automatisch in einer Art "innerer Erzählhaltung" wie in der Familie, unter Freunden und Bekannten und im Beruf - eben wenn wir uns sicher fühlen. Wir wirken dann meist sehr verständlich, lebendig, glaubwürdig und spannend - mit einer natürlichen Logik, mit einer lebendigen Stimme, mit einfachen Worten, mit passender, überzeugender Mimik und Gestik.

Aber wehe, wir spüren hohe Erwartungen an uns, der Druck nimmt zu, es kommt jetzt wirklich darauf an, wir stehen vor ungewohnten Situationen! Dann verlieren viele ihre Sicherheit, ihre "innere Erzählhaltung", ihre "private Rolle". Sie nehmen eine künstliche "öffentliche Rolle" ein (und denken sogar oft noch, das sei die erwartete und passende "Profi-Rolle"). Dadurch werden sie förmlicher, steifer, begeistern nicht mehr, reden langweilig, abstrakt und kompliziert und wundern sich, dass der Kontakt zum Publikum oder zum Gegenüber abreißt. Leider ist der Wechsel zur Kunstrolle bei vielen Menschen sehr stabil. Der Hauptgrund: die schlechten Vorbilder im Beruf, in der Politik und im Fernsehen!

Um authentischer aufzutreten, muss man keine völlig neue Haltung lernen: Die "innere Erzählhaltung" des Alltags beherrscht jeder. Aber man braucht zum Beispiel mehr Mut, auch in Stress-Situationen diese Haltung zu bewahren und (wo es geht) Geschichten zu erzählen. Wer aus seiner "inneren Erzählhaltung" heraus die Kommunikation gestaltet, erzeugt neben mehr Anschaulichkeit auch mehr Authentizität, also Lebendigkeit und Glaubwürdigkeit. Und Authentizität ist nun mal ein sehr wichtiges Werkzeug für die Arbeit mit Menschen, für Kennenlernen, Konfliktlösung, für Denkanstöße, Ziele, Visionen und für vieles mehr!

# "Authentizität": Thesen und Tatsachen

## Merkmale

- "Authentisch" meint: echt sein, man selbst sein, zuverlässig sein, keine künstliche Rolle spielen.
- Die Hauptmerkmale von Authentizität sind:  
lebendig (nah am Leben, emotional, engagiert) und glaubwürdig (überzeugend, stimmig, seriös, zuverlässig vertrauensvoll)!
- Glaubwürdigkeit: Dieser Mensch hat die Würde, dass ich ihm glaube bzw. vertraue.
- Lebendigkeit: Ich sehe, höre und spüre, dass der andere mitten im Leben steht und das auch zeigt.

## Sinn und Zweck

- Authentizität ist wie ein gut geöltes Förderband,  
auf dem gewünschte Informationen oder Fragen gut zum Gegenüber transportiert werden.
- Je authentischer jemand ist, desto besser ist der Kontakt zum Gegenüber.  
Desto eher kann man den anderen bewegen, berühren und überzeugen.
- Wir alle haben ein gutes Gespür dafür, wann jemand authentisch ist  
(gelernt oder biologisch bedingt?).
- Das hilft uns, ihm zu vertrauen und/oder uns gleichberechtigt mit ihm/ihr auseinanderzusetzen.

## Vorteile

- begeistern; überzeugen; guter Kontakt
- Ausstrahlung; Ehrlichkeit; Offenheit
- Respekt für sich und die anderen
- kreativ sein; unterhaltsam sein; humorvoll sein
- Konflikte besser lösen
- andere zu dem allen ermuntern

## Hindernisse

- eigene Angst, Unsicherheit, wenig Selbstvertrauen
- (scheinbar) erfolgreiche Modelle aus privatem, beruflichem und öffentlichem Umfeld
- fehlendes Wissen, wie Authentizität wirkt und wie man sie erreichen kann

## How to do it

- Der Königsweg zur Authentizität ist die "innere Erzählhaltung" - also Erzählen wie im Alltag:  
mit Beispielen und Geschichten, mit erzählerischer Logik, Stimme, Sprache,  
Körperhaltung, Mimik und Gestik.
- Nebeneffekt: Dadurch werden die Informationen oder Fragen nicht nur lebendig und glaubwürdig, sondern meistens auch recht verständlich und spannend (interessant, emotional).
- Feedback einholen von Zeugen und Teilnehmern, dazu eigene Videokontrolle;  
Leitfragen: Kommt das meiner Alltagshaltung nahe? Wo nicht? Warum nicht?

## Vorsicht!

- Es gibt auch ein "Zuviel" Authentizität: Wer immer alles sagt, was ihm gerade durch den Kopf geht, kann andere damit schnell vor den Kopf stoßen. Also: Authentizität kontrollieren!
- Außerdem gibt es oft Situationen, in denen das Gespür für Authentizität versagt (oder unterdrückt wird): Dann vertraut man Menschen, die in dem Moment nicht authentisch sind. Zum Beispiel, weil man sie als gut, glaubwürdig ansehen will - auch wenn es genügend Anzeichen gibt, dass das nicht stimmt.
- Und es gibt auch Situationen, in denen Authentizität nicht so wichtig ist: Wenn das Interesse an einer Information oder einem Problem so groß ist, dass fast nur die Sachebene von Bedeutung ist.
- Vorsicht! Wenn jemand authentisch erscheint, heißt das nicht unbedingt: So ist der Mensch wirklich! Man kann "Authentizität" nämlich auch spielen bzw. ganz bewusst ("auf Knopfdruck") einsetzen - aus guter oder aus schlechter Absicht!
- Aber lieber mit guter Absicht gut Schauspielen  
als mit schlechter Absicht schlecht Sch-I-auspielen!

# *Merkmale und Grundelemente: Storytelling / "Geschichten erzählen"*

"Geschichten erzählen" ist die älteste, wichtigste und meistgebrauchte Kommunikationsform unter Menschen. Geschichten kann man jederzeit an jedem Ort erzählen.

**Der Begriff "Erzählen"** ist wissenschaftlich nicht genau definiert; er ist eher vieldeutig und wird unterschiedlich weit gefasst. Vor allem in der Literatur und im Bereich Theater und Spielfilm gibt es spezielle Auffassungen von "Erzählen".

**In diesem Seminar** werden die Begriffe "Geschichte" (Story) und "Erzählen" (Telling) eher so verstanden, wie sie im Alltag benutzt werden.

**Geschichten** haben immer einen klaren Anfang und (meist) ein klares Ende. Sie werden (meist) linear) erzählt, häufig aber auch vernetzt und assoziativ. Und fast immer sind sie an einen Zweck gebunden.

### **Die Haupteigenschaften:**

- konkret
- emotional
- beispielhaft
- nachvollziehbar

**Gute Geschichten** erzählen von einem "vordergründigen" Ereignis mit einem "hintergründigen" Sinn (Story mit "Tiefgang", "Botschaft", "Moral", "Subtext" usw.).

### **Was Geschichten spannend und nützlich macht:**

- Verständlichkeit (Alltagssprache)
- Lebendigkeit (Mimik, Gesten, lebendige Stimme, evt. Rollen)
- Glaubwürdigkeit (Echtheit, Stimmigkeit)
- Authentizität (Lebendigkeit und Glaubwürdigkeit)
- Emotion (nachvollziehbare Gefühle, "mich berührt es", Mitleid, Freude, Ärger usw.)
- Information (Überraschungen, Unerwartetes, Neues, mehr Wissen und Sichtweisen)
- ein enger Bezug zum Publikum (gestisch, mimisch, stimmlich, sprachlich, bildlich, sachlich und emotional)
- Klarheit in der Aussage (und auch in der Botschaft "dahinter")
- Klarheit im Aufbau und in der Gliederung (meist die Chronologie)
- ein roter Faden
- ein klarer Anfang und ein klarer Schluss
- Auf Unwesentliches wird verzichtet, außer wenn es dramaturgisch doch sinnvoll ist .

### **Formen:**

- Alltagserzählungen
- Berichte
- Beispiele
- Fallstudien
- Lehrbeispiele
- Prototypen
- (Promi-)Anekdoten
- Parabeln bzw. Gleichnisse
- Fabeln und Märchen
- Romane, Krimis
- Erzählungen

### - Novellen

- Nachrichten
- Theaterstücke
- Spielfilme, Kurzfilme, Dokumentarfilme
- Serien

### **Quellen:**

- Erfahrungen
- Erlebnisse
- Dichtung bzw. Fiktion
- Dokumente und Sammlungen (Märchen, Bibel, Literatur, Kino, Fernsehen)

# *Der Zweck von Storytelling bzw. Geschichtenerzählen*

## (in Alltag und Beruf)

### - Informationen weitergeben

"Das ist nämlich so ..."

"Pass mal auf ...!"

### - Neuigkeiten mitteilen

"Weißt Du schon ...?"

"Stell Dir mal vor ..."

"Hast Du schon gehört ...?"

### - sich besser kennenlernen

"Was machen Sie denn ...?"

"Wie ist das denn bei Ihnen ...?"

"Wo kommen Sie denn her ...?"

### - sich gegenseitig oder andere besser motivieren

"Das war vielleicht eine tolle Erfahrung ..."

"Weißt Du, wie wir das gemacht haben?"

"Das war vielleicht ein positives Erlebnis!"

### - sich miteinander verbunden fühlen (z.B. als Team)

"Das war ein gutes Zusammenspiel ..."

"Und dann haben alle plötzlich am gleichen Strang gezogen!"

"Plötzlich hat jeder für jeden geackert!"

### - etwas zum Thema machen / Themenwechsel

"Ich muss da mal eine Geschichte erzählen ..."

### - Regeln, Abläufe oder Muster verdeutlichen

"Um es mal an einem Beispiel zu zeigen ..."

"Bei uns geht das üblicherweise so ...")

### - Phantasie und Kreativität anstoßen

"Ich kann mir das so vorstellen ..."

"Ich spinne einfach mal vor mich in ..."

"Wenn ich einfach mal träume ...")

### - andere motivieren, Vorbilder geben

"Der XY hat das mal so gemacht ..."

"Damals ist das so gelaufen ..."

### - Thesen / Hypothesen aufstellen

"Ich denke, dass das so gelaufen ist ..."

"Vermutlich steckt dahinter ..."

"Bestimmt war damals ..."

### - Bewerten, Kommentieren, Lästern

"Für mich ist das wie wenn ..."

"Das ist, als ob ..."

"Das ist vielleicht ein Typ! Der hat doch glatt ..."

### - moralisch-ethische Vorstellungen vermitteln

"Ich erzähle dazu mal eine Geschichte ..."

"Da hat es mal jemanden gegeben .."

"Da gibt es die Geschichte von ..."

### - Ablenkung, Unterhaltung, Auflockerung

"Da ist mir vielleicht was passiert ..."

"Was dem/der passiert ist ..."

"Das war vielleicht eine Lachnummer ..."

### - Rituale

"Und jetzt die Gute-Nacht-Geschichte ..."

"Wie war's denn im Urlaub / beim Chef / beim Seminar ...?"

"Was war denn das Wichtigste ...?"

"Los, erzähl mal ...!")

### - emotionale Entlastung

"Ich muss was loswerden ..."

"Mir liegt da was schwer im Magen ..."

"Mir brennt da was auf den Nägeln ..."

### - Bündnispartner gewinnen

"Das ist doch wirklich unverschämt ..."

"Hat man so was schon gesehen?"

"Mir ist da vielleicht was passiert ..."

# *Wann man Storytelling bewusst einsetzen kann*

(auch hier im Sinne von: "konkrete Geschichten erzählen"; die "innere Erzählhaltung" ist dabei selbstverständlich)

## **Meetings / Teamsitzungen:**

- Grundaufforderung: "Erzähl doch mal" bzw. "Erzählen Sie doch mal!"
- "Kannst Du / können Sie mal ein Beispiel nennen?"
- als festes Element: "Gefreut - geärgert" (Geschichten über Positiv- und Negativ-Ereignisse)
- (typische) "Erlebnisse aus der letzten Zeit" (Tage, Woche, Monate, Jahre)
- Erfolgs-Stories / Misserfolgs-Stories
- Lehrbeispiele
- "eleganter" Themenwechsel
- Anekdoten, Fabeln, Märchen
- Fallstudien

## **Präsentationen:**

- Einstiegs-Geschichten und Ausstiegs-Geschichten (evt. auch als Fortsetzung)
- eine bestimmte Geschichte als roter Faden, auf den man immer wieder zurückkommt
- prototypische Beispiele zum Erklären von Abläufen, Neuerungen und Regeln
- Erfolgs-Stories / Misserfolgs-Stories
- Lehrbeispiele
- "eleganter" Themenwechsel
- Anekdoten, Fabeln, Märchen
- Fallstudien

## **Pressekonferenzen und -erklärungen:**

- wie Präsentationen

## **Visionen + Träume:**

- "Wenn alles optimal läuft, dann ..." (und dann diese Vision richtig ausmalen, tief einsteigen in das Bild)
- "In zehn Jahren ..." (o.ä.; und dann diese Vision richtig ausmalen, tief einsteigen in das Bild)
- "Wenn ich einfach mal träume .." (und dann diese Vision richtig ausmalen, tief einsteigen in das Bild)

## **kurz- und mittelfristige Ziele:**

- "In einem halben Jahr ..." (o.ä.)
- "Mal angenommen, es läuft total gut. Dann ..."
- "Ich stelle mir vor, dass es dann so und so geht!"

## **Konflikte und Probleme:**

- Prototyp: "Ich erzähle mal ein typisches Beispiel für den Konflikt / für das Problem."
- pauschale Version: "Ich habe das so und so erlebt ..." - "Und wie hast Du das erlebt / haben Sie das erlebt?"
- differenzierte Version:
  - Fakten: "Ich sehe die Fakten so und so ..." - "Und wie siehst Du / sehen Sie die Fakten?"
  - Gefühle: "Ich habe / hatte dabei die und die Gefühle ..." - "Und welche Gefühle hast Du / haben Sie dabei (gehabt)?"
  - Gedanken: "Ich habe dabei das und das gedacht ..." - "Und was hast Du / haben Sie dabei gedacht?"
    - "Ich sehe das so und so ..." - "Und wie sieht's Du / sehen Sie das?"
    - "Ich plane deshalb das und das ..." - "Und was planst Du / planen Sie?"
  - Aktionen: "Ich mache deshalb das und das ..." - "Und was machst Du / machen Sie jetzt?"

## **Wissen managen:**

- Erfahrungen für Abläufe, Problemlösungen u.ä. als "erzählte Geschichten" dokumentieren (ergänzend zu den bekannten schriftlichen Verfahren; Form: am leichtesten per Interview / Gespräch; durchaus als Tondokument oder Video; danach auch als Abschrift der mündlichen Erzählung)



## *Engagiert erzählen ist nicht immer einfach!*

### Denn manche Menschen erzählen ...

... lieblich wie eine Märchentante  
 ... unbeteiligt wie bei der Tagesschau  
 ... glitschig wie ein Regierungssprecher  
 ... bürokratisch wie eine EU-Verordnung  
 ... hemdsärmelig wie bei der Familienfeier  
 ... aufdringlich wie ein Marktschreier  
 ... engagiert wie am Küchentisch  
 ... künstlich wie eine Perücke  
 ... hochnäsiger wie Graf Cox  
 ... nett wie eine Konfirmandin  
 ... derbe wie beim Schützenfest  
 ... nervig wie ein Marktschreier  
 ... erhaben wie der liebe Gott  
 ... lustig wie ein Lachsack  
 ... präsent wie ein Zirkusdirektor  
 ... belehrend wie ein Schulmeister  
 ... tragisch wie bei einer Beerdigung  
 ... leiernd wie ein Bahnhofsvorsteher  
 ... bigott wie ein Priester  
 ... kühl wie ein Eisblock  
 ... pfiffig wie ein Lausbub  
 ... förmlich wie bei Staatsakt  
 ... bellend wie ein Feldwebel  
 ... witzig wie beim Männerstammtisch  
 ... kompliziert wie beim Uni-Kolloquium  
 ... richtig gut!

## *Was man fürs Erzählen üben sollte ...*

### **1. Die Selbstwahrnehmung verbessern**

bezogen auf: Glaubwürdigkeit, Lebendigkeit, Körper, Mimik, Gestik, Stimme, Sprache, Entspannung / Anspannung, Konzentration / Unkonzentriertheit, 'Fesselung' des Gegenübers / des Publikums, Irritationen, Wut etc.

### **2. Die Fremdwahrnehmung verbessern**

bezogen auf: Reaktionen (Körper, Mimik, Gestik, Stimme, Sprache), Rollen, Interessen, Gewohnheiten, Rituale etc. beim Gegenüber / beim Publikum und besonders auch bei zentralen Personen

### **3. Kritik und Selbstkritik in Worte fassen lernen**

gegenüber dem Publikum, der Gruppe, und Kollegen etc.

### **4. Echtheit bzw. Glaubwürdigkeit als hilfreich und nötig erkennen**

bezogen auf: die Inhalte der Geschichten, den Ablauf (Einführung, einzelne Abschnitte, Schluss) und die Präsentation

*“Echt” bzw. “glaubwürdig” heißt: Was ich dem Publikum vermittele und wie ich es tue - das passt zu mir, ist stimmig (Wortwahl, Stimme, Mimik, Gestik, Haltung) und vermittelt den Eindruck: Was ich ausdrücke (für andere wahrnehmbar) und was ich empfinde (von mir - hoffentlich - wahrgenommen), das ist eine Einheit.*

### 5. Einfachheit und Eleganz als handwerkliches Muss ansehen

bezogen auf: Inhalte, Ablauf, Präsentation sowie die benutzten "Stilmittel"

*"Einfach" heißt dabei: So gut wie alle Ansprechpartner verstehen das, was ich mitteilen möchte (manchmal vielleicht erst nach einer Rückfrage), ohne sich unterfordert zu fühlen. Regeln: konkret statt abstrakt, Beispiele statt Allgemeines, Alltagssprache statt Behördendeutsch.*

*"Elegant" heißt dabei: Was ich tue bzw. mitteile, das 'fließt' und 'schmeckt'. Es ist kurzweilig, spannend, holpert nicht vor sich hin, ist in Aufbau und Ablauf klar nachvollziehbar, bietet in sich kleine Höhepunkte, überfordert nicht die Aufmerksamkeit, lässt (Erholungs-)Pausen und hat einen klaren Schluss.*

### 6. Einen deutlichen Bezug zum Gegenüber bzw. zum Publikum herstellen

Leitfrage: Warum soll diese konkrete Person / dieses konkrete Publikum gerade diese Geschichte von mir interessant finden (abhängig von der Zusammensetzung, von besonderen Interessen, von Vorerfahrungen, von Wünschen)?

### 7. Lernen, Geschichten zu erzählen

Geschichten erzählt man/frau über Personen, Ereignisse oder Dinge, die eine wichtige Bedeutung für einzelne Menschen oder Menschengruppen hatten und/oder haben. Geschichten haben einen klaren Anfang (der schon 'Appetit macht') und einen deutlich spürbaren roten Faden. Sie bauen allmählich eine gewisse Spannung auf - das Publikum fragt sich 'lustvoll' bzw. "interessiert": "Wie geht es weiter?". An einem bestimmten Punkt wird die Spannung aufgelöst und mündet in einen deutlichen Schluss.

### 8. "Gewürze" sinnvoll einsetzen

Die richtige Gewürzmischung macht die Speise "Story" erst schmackhaft - in unserem Fall können das sein: Überraschungen, Gags, Experten, Musik, Spiele, Spielszenen, Humor, Witz, Absurdes, (Selbst-)Ironie, Mitbringsel aller Art, Speisen/Getränke etc.

## *Prinzipielles beim Erzählen*

Mit einer erzählerischen Haltung auftreten!  
 Ausstrahlung ist mehr als die halbe Miete!  
 Genau planen - geschickt improvisieren!  
 Engen Kontakt halten zum Publikum!  
 Das Thema mit den Menschen verbinden!  
 Durch Information und Emotion überzeugen!  
 Lieber konkrete Beispiele als abstrakte Theorien!  
 Lampenfieber? Nötig für die Betriebstemperatur!  
 Angst? Ist OK, schützt und spornt an!  
 Schwächen? Ausgleichen!  
 Stärken? Ausspielen!

# Erzählen

## *hilft nicht immer, aber meistens!*

1. Zum Beispiel, wenn das Thema und das Ziel noch nicht ganz klar sind: **Erzählen Sie es anderen**, so, wie Sie davon auch im Café oder beim Abendessen erzählen würden. Das hilft häufig recht gut, mehr Klarheit in die eigenen Gedanken zu bringen. Und oft entstehen durch Nachfragen bessere Ideen für das Vorhaben.
2. In welche **Schritte** und Geschichten - ganz präzise und erzählerisch ausformuliert - lässt sich das **Thema** zerlegen?
3. **“Liegenlassen”** solcher Entwürfe für ein, zwei Tage - und dann noch mal erzählen - bewirkt oft Wunder und schärft den eigenen Blick!
4. Bei jedem Teilaspekt sich fragen: Klappt das Ganze auch “ohne”? Dann kann es auf den **Müllhaufen** der Geschichte!
5. Wer eine gute Verbindung zum Gegenüber oder zum Publikum haben will, sollte möglichst intensiv die **Erzählsprache des Alltags** benutzen: Alle von uns sind tagtäglich in dieser Sprache trainiert und verstehen sie auf Anhieb. Die Informationen sind dabei dann nicht nur rein sachlich präsentiert, sondern mit überzeugenden Emotionen angereichert. Dagegen müssen Fachchinesisch und gestelztes Beamten- bzw. Wissenschaftler-Deutsch beim Zuhören regelrecht übersetzt werden. Das ist sehr anstrengend, führt leicht zu Missverständnissen und bringt Zuhörer immer wieder aus dem Zuhören raus.



## *Klarheit ist machbar, Herr Nachbar!*

- Gesichtspunkte für Gliederung, Planung und Präsentation -

Wer einen Fernseh-Beitrag plant und einer Redaktion vorschlagen will, braucht vor allem eines: **Klarheit**. Klarheit über Thema und Botschaft, die Kernaussagen, die Ziele, den Zuschauerbezug, die Spannung, die Bilder, Texte und Töne. Der spätere Film kann nur dann klar sein, wenn diese Fragen im Kopf des Autors auch klar sind. (Ein nützlicher Nebeneffekt übrigens: Die Präsentation des Themas - in einer Konferenz oder einzelnen RedakteurInnen gegenüber - ist dann meist erheblich überzeugender!)

Zwei Hauptwege können aus meiner Sicht einigermaßen erfolgreich zur "Klarheit" führen: zum einen ein ganzheitliches, "erzählerisches" Vorgehen - und zum anderen ein eher analytisches Abchecken wichtiger Einzelaspekte. In der Praxis wird man beide Wege gut und produktiv miteinander vermischen.

Der "erzählerische" Weg hat seine Hauptstärken sicher in der Kreativität (weil zusätzlich zum rationalen Denken auch die Intuition mitbenutzt wird), in der Einfachheit (eins nach dem anderen wie beim Erzählen im Alltag) und in einer quasi "natürlichen" Logik. Die "analytische" Checkliste dagegen hilft eher beim Argumentieren und dabei, nichts auszulassen, was wichtig ist. Beide Varianten münden am Ende in einen Filmplan (bzw. eine Art Drehbuch), was ja immer hilfreich ist (auch für sehr kurze Fernsehbeiträge!).

## *Erzählerische Konzeption - das geht!*

Bei allen folgenden Vorschlägen geht es darum, den eigenen großen Erfahrungsschatz mit "Erzählen" (aus Alltag und Beruf) nutzbar zu machen für die "erzählerische" Konzeption von Informationsfilmen im Fernsehen.

Am besten erzählt man dabei eher "aus dem Bauch heraus" (spontan, ohne lange nachzudenken), denn dann sind auch das Unterbewusstsein und die Intuition stärker beteiligt als beim eher analytisch-rationalen Vortrag. Außerdem ist es sinnvoll, mit einer realen Person (am Arbeitsplatz oder zu Hause) zu sprechen - dieser Mensch fragt ja dann auch nach, wenn er etwas nicht versteht!

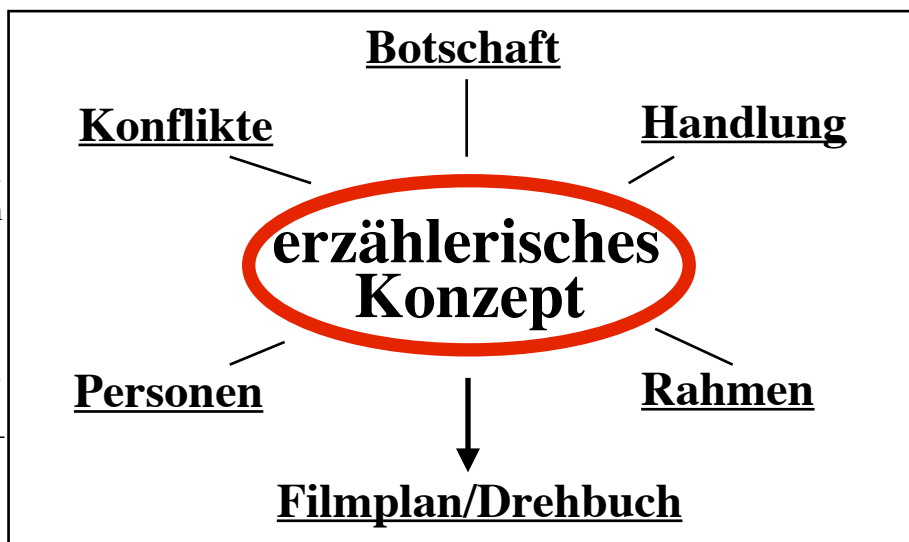
**Vielleicht kann diese Person hinterher auch**

**helfen, Inhalt, Aufbau und Struktur des Erzählten zu rekonstruieren und zu notieren genauso wie besondere Bilder, Blickwinkel, Geräusche, Orte, Effekte, Musik usw.!**

Gut geeignet ist die "erzählerische" Methode auch für Teams (und viele pflegen diese Art ja sowieso - meist nur nicht so bewusst!). Aber zur Not kann man die Geschichte auch sich selbst erzählen oder dem Diktiergerät - Hauptsache, man erzählt wirklich so wie im Alltag.

Klar ist natürlich, dass solche "erzählerische" Grundlagen-Arbeit und Fein-Justierung ganz entscheidend von äußeren Gegebenheiten abhängt (Budget, Zeit bis zur Sendung, Länge des Films, Recherche-Möglichkeiten usw.). Aber selbst unter Zeitdruck kann man die Geschichte wenigstens einmal "herunter erzählen" (siehe 3. "Handlung"): zum Beispiel dem Auftraggeber, einem Kollegen, dem Kameramann oder der Cutterin. Und wenn mehr Zeit ist, kann man mehr "Erzählen" ausprobieren! Welche der anderen Varianten man noch benutzt und mit welcher man anfängt, ist m. E. gleich. Man kann auch hin und her springen - solange nur Punkt 3 "Handlung" vorkommt!

**Und man wird spüren, dass jedes Erzählen ein Gewinn für den Film ist - an Klarheit, Verständlichkeit und Spannung!**



## 1. Kernaussagen und Botschaft

**Form: Man versetzt sich in einen Zuschauer und erzählt vom Film**

**"Optimal gelaufen (1)":** Man stellt sich vor: Der geplante Film ist optimal geworden und jetzt gerade gesendet worden. Ein Zuschauer aus der (sehr weit gefassten) Zielgruppe hat den Film gesehen und war ganz beeindruckt. Ein Angehöriger hat den Film nicht gesehen. Was erzählt jetzt der Zuschauer in zwei bis drei Sätzen der anderen Person? "Das war vielleicht interessant: ..." oder "Stell Dir mal vor, ..."

Im Blick auf Botschaft bzw. Moral: Man stellt Vergleiche an aus Märchen, Mythen und Sagen: z.B. "Das ist wie David und Goliath ..." oder "Wer hoch steigt, kann tief fallen!" oder "Wie Phoenix aus der Asche!" usw.

Auf diese Weise wird vor allem der Bezug zu einem großen Teil der Zuschauer deutlich, und über das Erzählen bekommt man mehr Klarheit und neue Ideen für Botschaften, Schwerpunkte und Kernaussagen.

## 2. Konflikte und Spannung

**Form: Man versetzt sich in einen Zuschauer und erzählt vom Film**

2.1. **"Optimal gelaufen (2)":** Man stellt sich wieder vor: Der geplante Film ist optimal geworden und jetzt gerade gesendet worden. Ein Zuschauer aus der (sehr weit gefassten) Zielgruppe hat den Film gesehen und war ganz beeindruckt. Ein Angehöriger hat den Film nicht gesehen. Was erzählt jetzt der Zuschauer der anderen Person zum Thema "Spannung" und "Konflikt"? Etwa mit der Einleitung "Spannend daran war ..." oder "Da ging's vielleicht zur Sache ..." oder "Das ist vielleicht unverschämt ..." oder "Der ist ja vielleicht betrogen / reingelegt worden ..." oder "Erst war es so, dann so!" (Wendepunkte). Und was hat den Zuschauer berührt, überrascht, fasziniert, empört, geärgert, gefreut usw.?

Auf diese Weise geht es noch stärker um den emotionalen Bezug zu einem großen Teil der Zuschauer, und über das Erzählen bekommt man mehr Klarheit und neue Ideen für Spannung, Spannungssteigerung, "Wendepunkte" sowie den zugrundeliegenden Konflikt.

**Form: Man erinnert sich zurück an die ersten Empfindungen beim Thema**

2.2 **"Eigene Faszination":** Im Laufe der Recherche verliert man häufig die Erinnerung daran, was man ganz am Anfang (beim ersten Kontakt mit dem Thema) gedacht und empfunden hat: Was war überraschend, faszinierend, ärgerlich, interessant, hat einen gefreut usw.? Das kann man gut einer anderen Person erzählen.

In der Erinnerung daran liegt eine große Chance: Vermutlich werden nämlich viele Zuschauer bei dem Thema auch so empfinden - und man bekommt mehr Klarheit in das, was man mitteilen möchte bzw. wie der Film angelegt sein muss.

## 3. Handlung (Ablauf), Aufbau und Gliederung

**Form: Der Autor erzählt einem anderen (nach dem akt. Recherche-Stand) vom Film**

3.1. **"Abends": Die Geschichte so erzählen wie beim Abendessen / diverse Blickwinkel**

"Stell Dir mal vor, ..." oder "Hast Du schon gehört, ..." oder "Mir ist da was passiert!"

Mit solchen Floskeln kann man sich gut in das "Abends"-Rollenspiel hineinfinden.

Wenn man noch nicht so recht zufrieden ist, versucht man eine weitere Erzählung mal aus einem anderen Blickwinkel: beginnt an einer anderen Stelle, stellt eine andere Person oder einen anderen Aspekt an den Anfang oder in den Mittelpunkt. Danach entscheidet man, welcher der Zugänge sich am besten "angefühlt" hat. Das ist bestimmt eine gute Vorlage für einen klaren, verständlichen Aufbau des geplanten Films!

Eine "verschärfte" Form bei sehr komplizierten Themen ist es, sich als Gegenüber ein etwa zwölfjähriges Kind vorzustellen oder einen sehr alten Menschen (den man aber wirklich kennt!).

3.2. **"Maus": Das Thema als Sachgeschichte für "Die Sendung mit der Maus" erzählen**

"Wir kennen jemanden, der ..." oder "Das ist der XY. Der ..." oder "Das ist ein ..." - mit solchen Floskeln kann man sich gut in das "Maus"-Rollenspiel hineinfinden. Diese Variante bringt meistens eine sehr einfache Gliederung, ein sehr klares "Eins-nach-dem-anderen" hervor. Auch hier kann man verschiedene Blickwinkel ausprobieren. Und oft bekommt man noch einige ganz witzige oder ironische Aspekte "frei Haus" geliefert!

### 3.3. "Boulevard": Die Geschichte als (übertriebene) Boulevard-Story erzählen

Wie würden eine Boulevard-Zeitung oder ein Boulevard-Magazin im Fernsehen über die Geschichte berichten? Wie würden sie die Emotionen anheizen, welche Informationen dabei verkaufen? Wo wäre es noch sachlich o.k., wann würde es falsch? Diese Variante kann helfen, sich das "Dramatische" (Schicksal, Zufall, Tragik, Komik, Glück, Pech, Freude, Angst, Absturz, Aufstieg usw.) an der Geschichte klarer zu machen: Wem passiert was warum mit welchen Emotionen? Auch hier kann man verschiedene Blickwinkel ausprobieren.

Mit diesen drei Verfahren kann man die eigentliche Handlung klarer bestimmen ("logisch und rund"), den möglichen Aufbau des Filmes (welche Episoden mit welchem Spannungsverlauf). Über das Erzählen bekommt man auch neue Ideen für packende Bilder und Blickwinkel, kraftvolle Formulierungen, passende Musik, optisch-akustische Effekte usw..

## 4. Personen, ihre Merkmale und Motive

### Form: Der Autor erzählt einem anderen, welche Personen im Film auftauchen

Hinweise auf die "nötigen" Personen hat man schon aus den Punkten 1. bis 3. Um noch mehr Klarheit über die beteiligten Akteure im Film zu bekommen, kann man z.B. so formulieren: "Es geht um die und die ..." oder "Die Hauptperson ist ..." bzw. "Die Hauptpersonen sind ..." oder "Eine Nebenfigur ist ..." bzw. "An Nebenfiguren sind wichtig ...".

Im Blick auf Merkmale von Personen kann man z.B. so formulieren: "Interessant ist: Der XY hat gemacht / ist gelernter .../ ist von Beruf / kann ...".

Motive der Beteiligten: "Das macht er, weil ..." oder "Das braucht er, weil ..." oder "Ohne das wäre er ...".

Ihre Charakterzüge: "Der XY ist eine schwierige / umgängliche / einfache / komplizierte / widersprüchliche / freundliche / ängstliche Person ...".

Eher analytisch kann man nach solchen Erzählungen dann überlegen: Wen brauche ich wirklich im Film, wen nicht? Welche Merkmale und Charakterzüge müssen bei den Hauptpersonen erwähnt, beschrieben bzw. herausgearbeitet werden? Welche Fragen kann oder muss ich ihnen als O-Ton-Partner deshalb stellen? (Gegentest: "Abends" oder "Optimal gelaufen")

Auf diese Weise werden die beteiligten Personen plastischer und ihre Konflikte bzw. "Dramen" nachvollziehbarer. Für einen großen Teil der Zuschauer entsteht dadurch die Möglichkeit zur Identifikation mit ihnen (oder zur Ablehnung).

## 5. Rahmen: Orte, Zeiten, Ausstattung und Effekte

### Form: Der Autor erzählt einem anderen über Orte, Ausstattung und Effekte

Die Hinweise aus Pkt. 1.-3. lassen sich jetzt noch genauer fassen: "Wir sind an dem und dem Ort, weil ..." oder "Typisch für ihn ist das Zimmer ... / der Ort soundso ..." oder "Das war vor x Jahren ..." oder "Er muss unbedingt das und das machen ..." oder "Er muss unbedingt die und die Kleidung tragen ..." oder "Der Gegenstand XY ist für ihn ganz wichtig, der taucht immer wieder auf ..." oder "Man muss ganz genau hören, wie ..." oder "Er springt immer wieder hin und her zwischen damals und heute ..." (also z.B. Überblendungen?).

Auf diese Weise wird klarer, an welchen Orten und zu welchen Zeiten der Film spielt, welche Ausstattung incl. Grafik benötigt wird, ob auch Spielszenen vorkommen und ob jetzt schon bestimmte optische oder musikalisch-akustische Effekte planbar sind.

## 6. Filmplan bzw. Drehbuch: Bild & Ton & Text (s.a. "Analytische Planung" Pkt. 8)

### Form: Der Autor erzählt einem anderen Passagen daraus

Hilfreich ist es, alle diese erzählerischen Vorarbeiten dann in einen Filmplan oder sogar eine Art Drehbuch einfließen zu lassen - natürlich je nach den Gegebenheiten. Nur im Notfall wird man die Geschichte ausschließlich "im Kopf" haben.

Sowohl beim Erstellen (Gliederung/Episoden, O-Ton-Partner, Bilder, Grafik, Spielszenen, Texte, Töne, Musik, Effekte usw.) als auch beim Korrigieren (z.B. mit dem Auftraggeber, einem Planer oder Chef vom Dienst) kann es aber auch wieder sehr nützlich sein, einzelne Passagen oder das Ganze "zu erzählen". Denn:

**Nur was sich gut erzählen lässt, kann auch gut  
bei vielen Zuschauern ankommen!**

# "Analytische" Planung und Konzeption

## Wer? Wie? Wo? Wann? Was?

### Was genau ist das Thema?

In einem ganz einfachen Alltags-Satz: Um was geht es?

Welche (drei) Hauptaspekte gehören dazu? Welche nicht?

Welche (drei) Unteraspekte gehören jeweils unbedingt zu den Haupt-Aspekten? Welche nicht?

### Und ganz konkret: Was ist das Ziel des Erzählens?

Was soll beim Gegenüber bzw. beim Publikum hinterher anders sein als vorher?

Was sollen die Betreffenden anschließend tun, denken, empfinden?

### Was macht die Spannung aus?

Wer gegen wen oder was? Warum? Wie geht es weiter? "Spannend daran ist, ..."

Welche Reihenfolge ist dramaturgisch sinnvoll, damit es bis zuletzt spannend bleibt?

### Was kennzeichnet den Gegenüber bzw. das Publikum? Wer gehört dazu?

Welche Vorlieben, Rituale und Gepflogenheiten sind bekannt?

Mit welchen Fettnäpfchen und Schwierigkeiten ist dabei zu rechnen?

### Zu welchem Zeitpunkt findet das Ganze sinnvollerweise statt?

Gibt es Alternativen? Was sind jeweils Vor- und Nachteile?

### An welchem Ort findet der Auftritt sinnvollerweise statt?

Gibt es Alternativen? Was sind jeweils Vor- und Nachteile?

### Was muss vorbereitet werden?

- Hilfsmittel, Requisiten
- Technik (Licht, Beschallung)
- Assistenten, Mitspieler, Helfer

### Welche Mitwirkenden sind geeignet?

Welche Rolle bzw. Aufgabe können sie gut ausfüllen?

Mit welchen Schwierigkeiten ist dabei zu rechnen?

In welcher Reihenfolge sollten sie auftreten?

Wie werden sie begrüßt bzw. vorgestellt?

## Die Drei-Punkte-Technik

hilft beim Planen, Gliedern und Proben!

### A. Ziele klären

### B. Konzept entwickeln

#### 1. *Einstieg* (Story?)

#### 2. *Hauptteil*

- Aussage 2.1 (Story?)

- Aussage 2.2 (Story?)

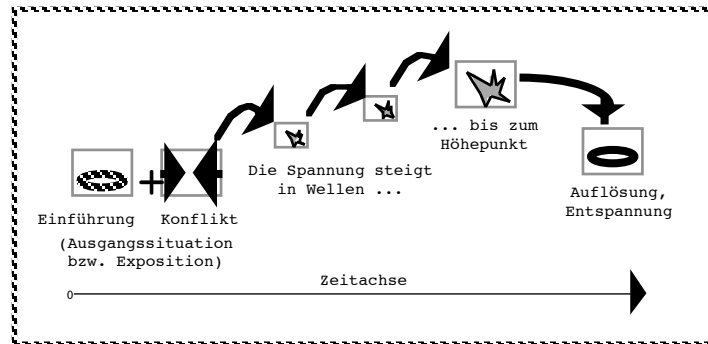
- Aussage 2.3 (Story?)

#### 3. *Schluss* (Story?)

### C. Proben und Korrigieren

# *Dramaturgie: die Kunst des Gestaltens*

Gutes Storytelling ist dramaturgisch vergleichbar mit der klassischen Spannungskurve des Theaters.



## *Ein typischer Aufbau einer guten Geschichte*

### 1. Einführung

- Die Hauptpersonen der Geschichte vorstellen.
- Das Thema erstmals zur Sprache zu bringen.
- Die Hauptperson so lebendig schildern, dass die Zuhörer sich mit ihr identifizieren kann
- Die Negativpersonen dem Hörer so "vermiesen", dass er sie ablehnt.

### 2. Konflikt, Konkretisierung des Problems

- Das, was in der Einleitung erzählt wurde, noch einmal zusammenfassen und konkretisieren.
- Das Thema verdeutlichen; das Problem, um das es geht, wird verschärft.

### 3. Die Spannung steigt: Krise - Hindernisse - Schwierigkeiten bei der Lösung!

- Die Lösung des Problems kommt in Sicht.
- Aber Hindernisse und Schwierigkeiten müssen erst überwunden werden ("retardierendes Moment").
- Bei Krimis kriegt der Detektiv an dieser Stelle erst mal einen Schlag auf den Hinterkopf!

### 4. Höhepunkt, Lösung, Wendepunkt

- Die letzten Hindernisse werden überwunden.
- Vor dem Höhepunkt die Spannung noch etwas dehnen.
- Der Höhepunkt: das Problem wird endlich gelöst (oder wird noch dramatischer)!
- Das Problem hat sich also radikal gewandelt: der Wendepunkt.

### 5. Auflösung, Entspannung, Ausklang

- Die Geschichte klingt langsam aus: Katharsis (Reinigung).



## *Storytelling: dramaturgische Zutaten*

- **die Figuren** (beteiligte Personen, ihr Charakter und ihre Rollen)
- **eine Handlung** (das, was passiert und wie es abläuft: der "Plot")
- **der Rahmen** (Ort, Zeit, Ambiente, Milieu, Gesellschaftszustand)
- **die Botschaft** (Thema, Fazit, Moral, Aussage, Subtext)

## *Grundmuster für's Geschichtenerzählen*

### **Die Chronologie**

Die Geschichte wird "eins nach dem anderen" aufbereitet, so, wie es sich nach dem chronologischen Ablauf ergibt. Es ist dies oft die einfachste und naheliegendste Lösung.

### **Der Zirkelschluss**

Am Anfang steht inhaltlich die gleiche Passage (These, Botschaft, Mitteilung) wie am Ende, dazwischen entwickeln sich die Hintergründe (z.B. chronologisch). Am Ende ist dann klar, wieso es zum anfangs Geschilderten kommen konnte. Es ist dies eine schon etwas kompliziertere Auflösung eines Themas.

### **Der dialektische Aufbau (Konflikte)**

Eine These und die entsprechende Antithese werden abwechselnd gegeneinander gestellt.

Am Ende steht dann häufig die Synthese. Je häufiger man zwischen These und Antithese hin- und herspringt, desto unruhiger und schwerer nachvollziehbar wird der Aufbau. Je weniger Zeit man hat, desto weniger Sprünge sind sinnvoll.

### **Die Episoden-Form**

Eine mehr oder weniger konkrete Gesamtaussage wird in einzelnen Episoden bzw. Teilaspekten dargestellt, die jeweils in sich abgeschlossen sind. Dieses Vorgehen eignet sich besonders für komplexe Themen, in die keine einfache Ordnung (zeitlich oder analytisch) hineinzubekommen ist.

## *Typische Rollenmuster in spannenden Stories*

- die Heldin und der Antiheld
- der Gute und die Böse
- der stille Kluge und der laute Dumme
- der Mutige und der Feige
- der gute Mitläufer und der schlechte Führer
- der selbsternannte Retter, der über seine Lügen stürzt
- der tapfere, listige kleine David und der unbeholfene, mächtige Riese
- der listige Lügner und der gutgläubige Dummkopf
- der schlaue Fuchs und die dumme Gans
- der arme Reiche und die reiche Arme
- der abstürzende Mächtige und der aufsteigende Untertan
- vom Tellerwäscher zum Millionär
- der schöne Retter und die hässliche Alte usw.
- und dann dazu alle Mischformen (um so interessanter wird's!)

## *Was sonst noch wichtig ist für gute Geschichten:*

### **Gut herausarbeiten: die Wendepunkte (Peripetien)**

Die Wendepunkte sind bei guten Geschichten (wie im Theater) die Momente, die das Ganze spannend machen, weil etwas dramatisch Unvorhergesehenes oder Überraschendes passiert. An diesen Stellen verändern sich die Emotionen der Zuschauer oder Zuhörer - wenn es gut präsentiert ist!

### **Wichtiger Trick: Anschaulich sein beim Erzählen!**

- durch Einzelheiten
- etwa den Raum schildern, in dem eine Szene spielt
- typische Grundzüge der handelnden Personen beschreiben
- von den Gefühlen der handelnden Personen sprechen  
(nicht als Tatsachen, sondern: wie die Personen diese Gefühle erleben.)
- Reden möglichst immer als direkte Reden wiedergeben
- die Reaktionen der Zuhörer in der Geschichte aufnehmen

### **Typische Fehlerquellen:**

- theoretisch-abstrakte Erklärungen in der Geschichte (falls nötig: vorher)
- zu viele Personen, zu viele Zeit- und Ortssprünge, Chronologie verlassen
- Ermahnungen und predigtartige Einschübe
- indirekte Reden

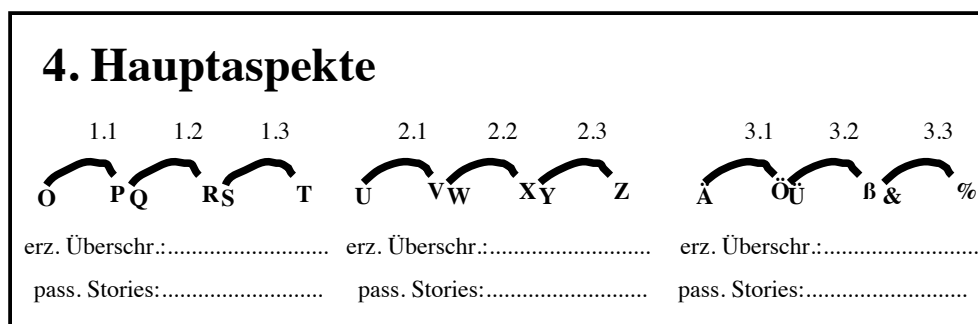
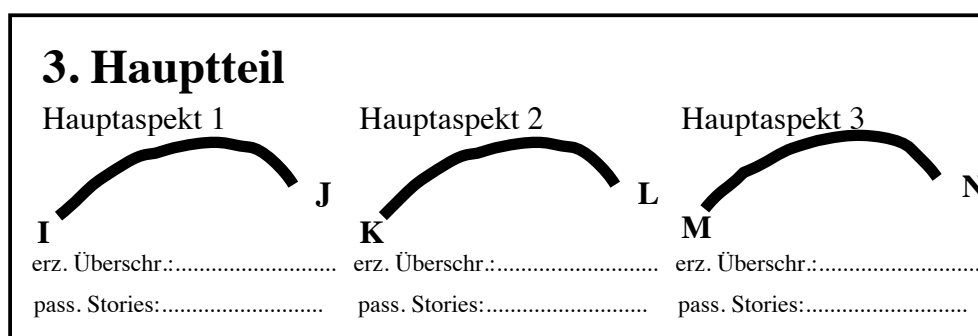
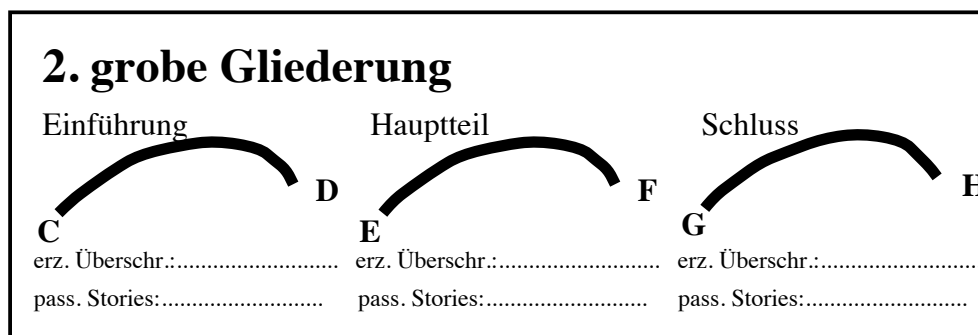
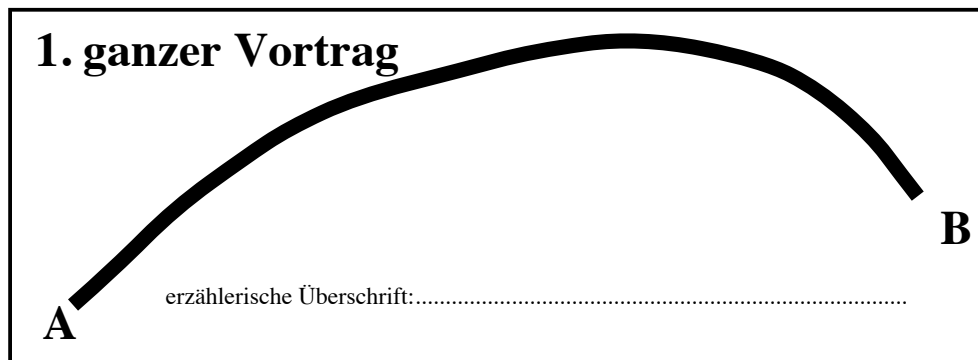
### ***Gute Kommunikation: Am Anfang ...***

- ...ist das Wort, zum Beispiel eine ganz klassische Begrüßung.  
Oder eine Überraschung oder Irritation.
- Vielleicht ein Rätsel, ein optischer oder akustischer Gag.  
Oder eine Geschichte oder Anekdote  
(selbst erlebt, von Promis oder Normalos).
- Oder ein ganz persönliches Erlebnis  
(natürlich in engem Zusammenhang mit dem Thema!).

### ***Am Ende ...***

- ...ist wieder das Wort (zum Beispiel als klassische Verabschiedung).
- Oder der Beginn der Diskussion oder auch eine Überraschung oder Irritation.
- Oder die Auflösung des Rätsels, ein neuer optischer oder akustischer Gag.  
Oder noch eine Anekdote (selbst erlebt oder von Promis).
- Oder noch ein ganz persönliches Erlebnis oder seine Fortsetzung.  
(natürlich in engem Zusammenhang mit dem Thema!)

# Spannungsbögen konstruieren



## Schema für ein komplettes Auftritts-Drehbuch

Sequenz	Titel	Länge	Text / Inhalt	Medien+Organisation
1.	Einführung		Story 1 + These / Frage /Thema	
2.	Hauptteil			
2.1	Hauptaspekt 1		Story 2 + Gedanken 1	
2.2	Hauptaspekt 2		Story 3 + Gedanken 2	
2.3	Hauptaspekt 3 (mit Höhepunkt)		Story 4 + Gedanken 3	
3.	Schluss		Story 5 + Auflösung	

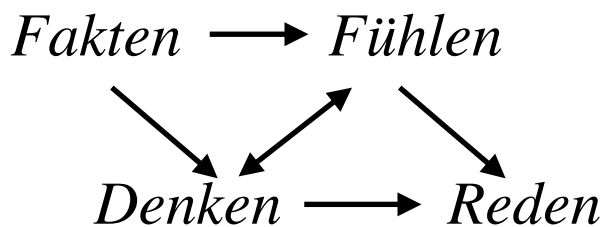
# Was bei Storytelling wichtig ist: Thema + Erzähler + Publikum lebendig miteinander verbinden!

## Prinzipien:

- enge **Verbindung zu Zuhörern** halten
  - Ansprechen
  - Erzählhaltung
  - Blick und Körper
  - Reagieren
- **gute Struktur** haben ( sichtbar & hörbar)
  - Appetitmacher (Story?)
  - drei Hauptaussagen (Geschichten, Beispiele)
  - Schluss (Story?)
- das **Publikum** (und sich!!) **nicht langweilen!**
- **Wechsel** von Verlesen / schriftliches Vortragen und Erzählen
- **Aussagen erzählerisch ergänzen** oder vorbereiten
- **konkret statt abstrakt**
- **keine Floskeln** bei Begrüßung, Verabschiedung usw.!

## Vorbereitung:

- **Thema schärfen:** in zwei Sätzen erzählen
- **Publikumsbezug** (Thema und Person 1) (Charakter des Publikums bestimmen) :
  - Was wollen die hören?
  - Was davon will ich bedienen?
  - Worauf sind die neugierig?
  - Teilgruppen?
  - Was wissen die meisten?
  - Was nur wenige?
- **eigener pers. Bezug** (Thema und Person 2):
  - Was alles ist es? Beispiele? Stories?
  - Information und Emotion
  - Wo ist das alles einbaubar?
  - Mit welcher Aussage und welchem Ziel?
- **Thema aufbereiten als "virtueller Dialog"**
  - Appetitmacher (Story)
  - drei Hauptthesen (Stories)
  - Schluss (Story)
- **Inhalte oft erzählen** (Kreativitätsquelle und Formulierungshilfe)
  - "beim Abendbrot erzählen"
  - "beim Familienfest"
  - "im Café"
- **"Runtererzählen" mit Notizen**



## Struktur:

- **Begrüßung** (ehrlich!)
- **Appetitmacher**
- **Hauptteil**    1.
- 2.
- 3.
- **Schluss**
- **Verabschiedung** (ehrlich!)

**“Ich stehe hinter allem,  
was ich sage!”**

## Gewürze:

- **Erlebnisse**
- **Eindrücke**
- **Zitate**
- **Reaktionen auf Publikum**
- **Anekdoten**
- **Medien**
- **Selbstironie**
- **Provokation**
- **Schweigen**
- **Ironie**

**“Ich rede vor allem für die Zuhörer  
- und nicht allein für mich!”**

*Die innere Haltung: ein "virtueller" Dialog mit dem Publikum!*

## *Erzählen statt Quälen!*

In vielen Bereichen müssen Menschen vor Publikum reden oder für Publikum Texte verfassen: in der Politik, in Firmen, Behörden und Verbänden, bei Zeitung, Radio und Fernsehen genauso wie in Vereinen oder bei privaten Anlässen. Die meisten sind dabei heftig aufgeregt und versuchen deshalb, wenigstens etwas Sicherheit zu erlangen: indem sie sich an bekannten Modellen aus Radio, Fernsehen und Zeitung orientieren. Effekt: Die Reden und Texte geraten fürchterlich kompliziert und steif - eben wie bei ihren (schlechten) Vorbildern. Die Zuhörer- bzw. Leserschaft versteht oft nur Bahnhof, wird allmählich gelangweilt - und klatscht im besten Fall am Ende höflich Beifall (weil's endlich vorbei ist!) Nur Bruchstücke der beab- Polizei das Leben rettete."

sichtigten Informationen kommen an - und das, obwohl die Beteiligten sich vorher meistens eine Mordsarbeit mit der Rede oder dem Text gemacht haben!

Dazu ein hübsches Polizeiberichts-Beispiel (taz vom 14.6.2002, Orte verfremdet):∞

**SCHWÜLZE** otz/taz "Donnerstag krachte es auf der B92, Abzweig Schwülze, als auf einen VW, der verkehrsbedingt halten musste, ein aus Richtung Hohenriesen folgender Opelfahrer auffuhr, weswegen der VW auf die Gegenfahrbahn geschoben wurde, wo ihn ein entgegenkommender BMW voll erwischte, wobei der VW-Fahrer noch Glück im Unglück hatte, denn sein Fahrzeug wurde bei dem Crash regelrecht zerlegt und er samt Sitz herauskatapultiert, sodass er sich neben dem Fahrzeug wiederfand, was ihm nach Schätzungen der

### **Vorbild: Erzählen im Alltag**

Wenn wir uns im Alltag gegenseitig etwas erzählen, dann ist das meistens einfach und logisch aufgebaut: Erst kommt das, dann jenes, dann dieses. Einzel-Informationen sind meistens in sich abgeschlossen. Hätte jemand im Alltag so erzählt wie in dem Beispiel aus der Zeitung, bekämen wir die Verbindungen zwischen den einzelnen Bausteinen der Gesamtinformation gar nicht mehr mit. Die Kapazität unseres Gehirnes reichte dafür nicht aus. Wir würden nachfragen - oder aus dem Gespräch aussteigen. Unsere Aufmerksamkeit wäre überfordert und wendete sich dann üblicherweise anderen Dingen zu. Das gilt in dem Schwülze-Beispiel für das Lesen - und erst recht für das Hören!

**Merkwürdigerweise gibt man sich oft selbst die Schuld, dass man nichts verstanden hat:**

"Nein, das interessiert mich nicht. Ich ver-uchen, warum Reden und Texte nicht oder nur teilweise zu verstehen sind.

stehe auch gar nichts davon." Oder: "Ich habe gar nicht richtig aufgepasst, und das war wohl auch zu schwer für mich. Bei so etwas komme ich sowieso nicht mit." Und manchmal denken wir: "Das war zu hoch für mich, so klug bin ich nicht!" In Wirklichkeit waren die anderen nicht klug genug, um einfach und klar zu formulieren!

Hinter komplizierten Wörtern und Formulierungen versteckt sich häufig **Un-Verständnis und Un-Wissen**. Statt das deutlich zu machen, gaukeln die Macherinnen und Macher ihrem Publikum vor, sie selbst hätten selbstverständlich alles verstanden. Auf diese Weise erscheinen sie sehr kompetent, wir dagegen kommen uns ganz klein vor - Halb-Wissen als Teil von Herrschafts-Wissen.

Aber es gibt noch eine Menge weiterer Ursa-

## Zugang zu den Inhalten

- Themen werden häufig viel **zu abstrakt** angegangen - losgelöst vom Alltag, von den Erfahrungen des Publikums. Wir können aber auch andere Zugänge wählen: konkret, greifbar, am Beispiel - lasst Menschen handeln, erzählen, etwas erleben!
- Häufig fehlt der **Bezug zum konkreten Publikum**: Warum soll ein Thema für diese Menschen interessant sein? Was geht die das an? Welche Fragen haben sie? Kommen die Leute selbst vor: als Handelnde, Betroffene, Zeugen...?
- Ereignisse brechen noch allzu oft **wie aus dem Nichts** über die Welt herein, statt die handelnden Personen zu benennen ("Es kam zu Unruhen ..." - durch wen? "Es fand ein Treffen statt..." - wer traf sich?). Aus konkreten menschlichen Handlungen werden abstrakte Naturereignisse - alles bleibt abgehoben vom Alltag und ist damit weniger interessant als in dem Fall, wenn Verantwortliche und Betroffene genannt werden.
- Nicht nur in Zeitungen, Radio und Fernsehen dominieren **Verlautbarungen**: Behörden, Ministerien, Parteien, Politiker, Verbandsvertreter und Vorstände dürfen sich selbst darstellen bis zum Gehtnichtmehr. Bei genauerer Betrachtung oft völlig inhaltsleer, Nichts sagend und keinem anderen Zweck dienend als der Machterhaltung und den Eigeninteressen. Weniger wäre mehr!
- An vielen Schaltstellen (nicht nur in den Medien) sitzen immer noch **'Regierungs-**

**Sprecher'**: in Schreib- bzw. Sprechstil, in Gestus, Mimik und Stimme erwecken sie den Eindruck des hochnot-peinlichen und öffentlichen Verkünders absoluter Wahrheiten. Kein Wunder, dass immer noch viele Leute den Tagesschau-Sprecher für den Regierungssprecher halten!

- Bei Verlautbarungen und anderen **Floskeln** stumpfen wir mit der Zeit ab. Entsprechende Aussagen bekommen den Stempel: "Weghören!" Tausendmal gehört, und tausendmal ist nichts passiert! Etwa so, wie wir alle daran gewöhnt sind, zum Abendessen frische Leichen auf dem Fernsehschirm serviert zu bekommen. Guten Appetit! Wir regen uns kaum noch darüber auf, obwohl das ursprünglich einmal die Absicht solcher Filme war. Eher nerven uns diese ewigen Bilder von Kriegsopfern und Verhungerten - Zapp! Wozu hat man schließlich eine Fernbedienung!

- In vielen Sendungen, Reden und Vorträgen wird viel **zu viel Fachwissen** vorausgesetzt: Es sind reine Insider-Informationen. "Wir sprechen / schreiben / senden ja auch nur für eine interessierte Minderheit": Das ist die meistgebrauchte Ausrede der Macherinnen und Macher, wenn sie die Mühe scheuen, einfach, verständlich und interessant zu texten. Nicht-Insider werden ausgeschlossen - keine Chance, dass sie plötzlich Lust bekommen, sich für etwas völlig Unbekanntes zu interessieren!

## Aufbau und Gliederung

- In Aufbau und Gliederung des Themas geht es meistens **wie Kraut und Rüben** durcheinander: örtlich, zeitlich, personell und im Blick auf die logische Abfolge der Einzel-Informationen.
- Oft spiegelt das **Chaos in der Gliederung** nur wider, wie wenig die Autorin oder der Autor die Sache selbst verstanden hat. Aber eigentlich - wenn da nicht die Eitelkeit wäre - könnten wir ja einfach sagen: "Verstanden"

habe ich bisher das und das - unklar ist mir aber noch dieses und jenes."

- Eine einfache, passende Gliederung lässt sich manchmal dadurch finden, dass wir einer anderen Person laut erzählen, was wir mitteilen möchten. Helfen kann beim Aufbau auch die Erinnerung daran, wie wir selbst mit einem bestimmten Thema in Kontakt kamen, wie bei uns selbst das Interesse geweckt wurde.

## Sätze

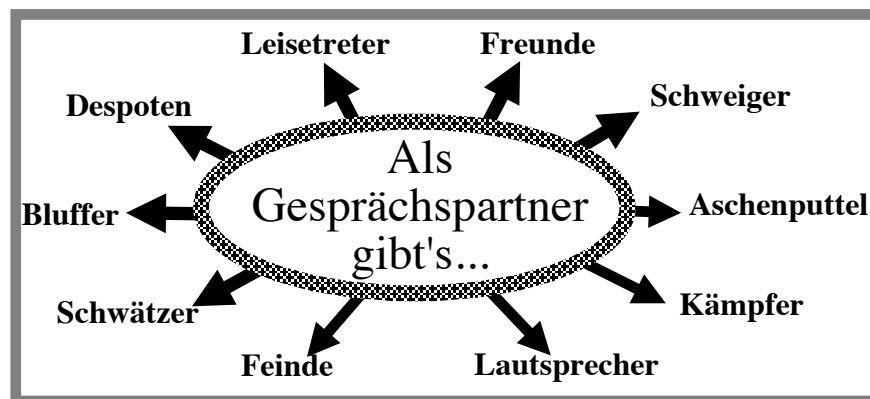
- Sätze werden nicht "erzählt", sondern im **Amtsdeutsch / Schriftdeutsch / Behördendeutsch** formuliert. Selbst beim Nach-Lesen brauchen wir oft mehr als eine halbe Minute, um solche Sätze zu verstehen.
- **Schachtelsätze**: Mehrere Informationen werden kompliziert ineinander verschachtelt

- wir können sie nur verstehen, wenn wir darin geübt sind (z.B. eine juristische Ausbildung haben).

### *Ironisches Kunst-Stück:*

"Der gestern ohne eindeutiges Resultat zu Ende gegangene und vorher aufgrund von Meinungsverschiedenheiten beinahe vorzeitig abgebrochene, aber nach Ansicht von

# *Erzählerische Gespräche: Thema und Person lebendig miteinander verbinden!*



## *Gespräche & Besprechungen* *gelingen besser, wenn:*

... der/die Fragende in einer **lebendigen Erzählsprache** ("wie im Alltag") die Fragen stellt, nachhakt, freundlich unterbricht, erstaunt ist usw.. Etwa 50 Prozent unserer Gesprächspartner lassen sich von uns führen: Wir geben die Ebene von Lebendigkeit und Einfachheit vor, auf die sich die Gesprächspartner dann einlassen. (25 Prozent sind immer gut, egal wie schlecht wir sind; 25 Prozent sind so aufgeregt, dass fast alle Kunst der Gesprächsführung versagt.)

... der/die Fragende das **Interesse** am Gesprächspartner nicht nur vorgaukelt, sondern beim Gespräch so stark wie möglich wirklich hat (selbst wenn der Inhalt der Aussagen mehr oder weniger bekannt ist). Ernsthaftes (und nicht nur floskelhaft betontes) Interesse macht es den Gästen meistens viel leicht, spannend zu antworten.

... der/die Fragende vorher die **Bedingungen** des Gesprächs klargemacht hat: Ziel, Wünsche, Dauer und Verwendung (unter vier Augen oder für andere bestimmt).

... es dem/der Fragenden gelingt, herauszubekommen, wo **Thema und Person verbunden** sind: Erinnerung an konkrete Erlebnisse, Gefühle (wie Wut, Ärger, Freude),

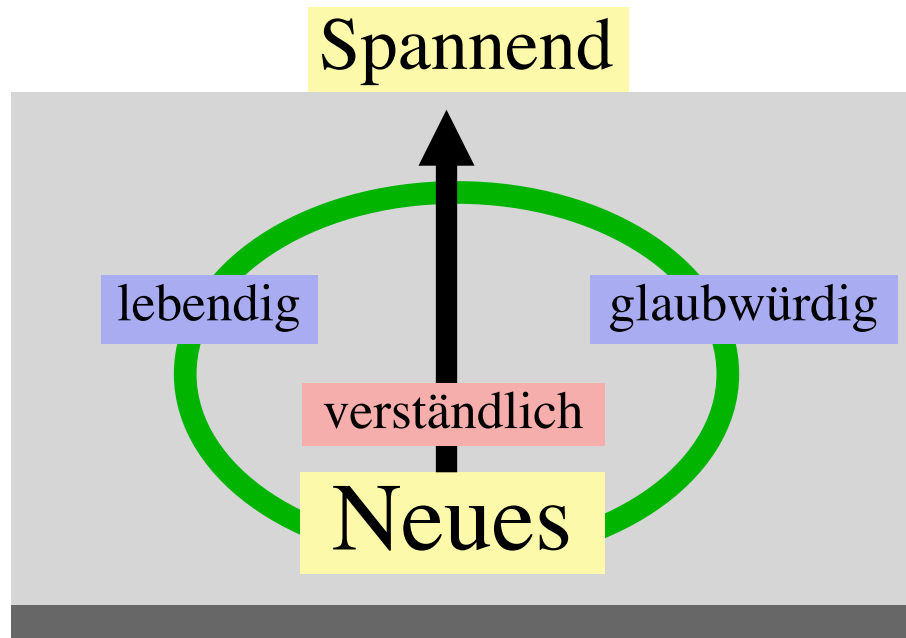
sich in bestimmte beispielhafte Situationen zurückversetzen, Beispiele finden - und was sie den Gesprächspartnern bedeuten. Auf diese Weise werden die Gesprächspartner nicht nur als Funktionsträger angesprochen, sondern als empfindende Menschen, die einerseits ein wichtiges Fachwissen haben - und andererseits eben "normal" sind.

... möglichst häufig **konkrete Beispiele** und konkrete Erlebnisse angesprochen werden. Die GesprächspartnerInnen können sich dann viel sicherer fühlen - abstraktes Reden ist meist viel anstrengender und unbefriedigender.

... bei **Unterbrechungen** oder Nachfragen spürbar wird, dass das im Interesse der Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit geschah - und nicht aus Unhöflichkeit, Konkurrenz oder Gemeinheit. Sicherlich sind manche GesprächspartnerInnen dabei empfindlicher als andere, aber wenn in mir als dem/der Fragenden die innere Haltung stimmt, dann ist das Risiko für eine peinliche Irritation nicht sehr groß.

# Wann wird's denn "gut"?

- Bemerkungen zu *Qualitätskriterien* beim Storytelling -



Um mit Geschichten etwas Neues "gut" zu vermitteln, muß es vor allem **verständlich** sein (also so einfach wie möglich).

Wenn das dann noch **lebendig** und **glaubwürdig** geschieht - dann wird es bestimmt ganz **spannend!**

## Was Geschichten gelingen lässt:

1. klares Thema, klares Ziel
2. deutlicher Bezug zum Publikum
3. klarer Aufbau, einfache Gliederung
4. erzählerische Präsentation samt Medien
5. einfache, kraftvolle, fließende Sprache
6. enge Verbindung Sprache/Präsentation/Medien
7. erzählerische, lebendige Rollen + Helfer



## *Qualitätskriterien für Storytelling*

Damit Geschichten beim Gegenüber bzw. beim Publikum auch so ankommen, wie sie gemeint sind, sollten sie die folgenden vier Qualitätsmerkmale haben:

1. **verständlich sein** (bzw.: einfach - unkompliziert - nachvollziehbar)
2. **lebendig sein** (bzw.: authentisch - 'echt' - offen - engagiert - nah am Leben)
3. **glaubwürdig sein** (bzw.: überzeugend - stimmig - passend - seriös)
4. **spannend sein** (bzw.: fesselnd - überraschend - interessant - nützlich)

Und dies jeweils auf den folgenden sieben Ebenen :

Qualitätsraster	verständlich	lebendig	glaubwürdig	spannend
Sachebene/Thema				
Bezug zum Gegenüber bzw. Publikum				
Aufbau und Gliederung				
ausgewählte Stories				
Präsentation und Medien-Gestaltung				
Sprach.Gestaltung				
Verbindung Sprache/Präs./Medien				

### 1. Sachebene/Thema

Themen-Auswahl; Eingrenzung; Auswahl der Teil-Aspekte; Neuigkeits-Wert; Grundidee der Umsetzung; Ziele

### 2. Bezug zum Gegenüber bzw. zum Publikum

erzählerische Haltung; Verbindung zum Publikum über Betroffenheit, ähnliche Erfahrungen, gemeinsames Vor-Wissen und Neugier; Verbindung zu besonders wichtigen Personen

### 3. Aufbau und Gliederung

Gesamt-Gliederung; Gliederung der Abschnitte; Gewichtung der Abschnitte; Anfang und Schluss; Appetit-Macher und Gewürze; Spannung; Rhythmus

### 4. ausgewählte Stories

Auswahl der einzelnen Stories; Einordnung in en Ablauf; Zuordnung zu Themen; Art (Erlebnis, Anekdote, Beispiel, Prototyp); Verbindung von Thema und Personen über die Stories

### 5. Präsentation und Medien-Gestaltung

äußeres Erscheinungsbild (Aussehen, Stimme, Mimik und Gestik, Kleidung); "Blickkontakt" mit dem Publikum; generelle Zuwendung zu Gästen; ggfs. Raumgestaltung; Bewegung im Raum; Medien-Einsatz; Medien-Gestaltung, Übergänge (Erzählung / Medien / Gespräch);

### 6. Sprach-Gestaltung

durchlaufende Erzähl-Sprache; angemessener Stil; Wortwahl; Satz-Konstruktionen; Gesamt-Text

### 7. Verbindung von Sprache, Präsentation und Medien

passende Abstimmung zwischen Sprache, Präsentation und den eingesetzten Medien; eins nach dem anderen; nie alles auf einmal; nur sinnvolle Doppler

## *Fazit: "Allgemeine Regeln"*

### 1. Die "innere Erzählhaltung" einnehmen!

Das Ziel ist, den Gegenüber bzw. das Publikum aus der Erzähl-Haltung heraus mit Geschichten für ein Thema und seine Aspekte zu interessieren und dabei zu überzeugen: im Aufbau (mit einem klaren roten Faden), in der Präsentation (Ausstrahlung) und im Sprachstil (Textgestaltung). Diese Haltung hat große Ähnlichkeit damit, wie man/frau im Alltag Ereignisse erzählt oder auf Ereignisse neugierig macht. Dabei gibt es immer ein Miteinander von Information und Emotion.

### 2. So einfach wie möglich!

Grundsätzlich gilt: Es kann nie einfach genug sein - in der Gesamt-Gliederung wie auch in der Gliederung der einzelnen Teile und Passagen. Wichtig ist, dass die Inhalte des Ganzen schrittweise "eins nach dem anderen" präsentiert werden: in einer einfachen nachvollziehbaren Logik. Auf Verschachtelungen und Exkurse sollte man möglichst verzichten, weil sie den einfachen Fortgang der Geschichte unterbrechen.

### 3. Aber trotzdem elegant und pfiffig!

Ohne Eleganz, Abrundungen, ohne einen pfiffigen Ein- und Ausstieg und ohne eine gewisse Selbstironie werden Geschichten oft langweilig, belehrend, zäh oder holpernd. Das Ganze muss "fließen", braucht "Gewürze" (um schmackhaft zu sein) und muss den Seiltanz zwischen Unterforderung und Überforderung des Publikums mit möglichst großer Brauour lösen.

### 4. Handwerkliche Fehler schlagen durch!

Die beabsichtigten Informationen kommen beim Publikum oft nur in Bruchstücken an, weil deren Aufmerksamkeit durch zu viele und zu komplizierte Reize auf einmal überfordert ist. Der Grund: zu viele handwerkliche Fehler:

- Zuviel Vorwissen wird vorausgesetzt.
- Geredet wird oft in steifem Behördendeutsch, garniert mit Fachchinesisch.

- Gesprächs-Partnern wird nicht geholfen, verständlich zu werden.
- Beim Reden und Vortragen lässt man sich nicht von der Erzählhaltung leiten.
- Im logischen Ablauf wird dauernd hin- und hergesprungen.
- Vieles bleibt abstrakt, ohne Engagement und Emotion: Wer macht was?
- Unsere Informations-Absichten werden nicht genügend "schmackhaft" angeboten.

### 5. Eine gute Verbindung zum Publikum herstellen!

Wenn jemand Geschichten erzählt, ist das nicht immer ein gutes "Schauspiel" - sondern viel mehr ein schlechtes "Schlausepiel": Nicht der Kontakt zum Publikum steht im Vordergrund (nämlich sie zu informieren, zu interessieren und anzuregen) - sondern eitles "Sich-zur-Schaustellen", gepaart mit dem Wunsch, sehr schlau und wissend zu erscheinen. Anscheinend hat jede(r) so ihre/seine Vorstellung von "perfekten" Auftritten - das Publikum kommt dabei leider oft nur am Rande vor.

### 6. Der Text muss sich sprechen lassen, einfach und elegant sein!

Es ist sicher nicht immer einfach, schwierige und komplizierte Informationen in einfache Stories und damit in eine leicht dahinfließende, spannende Sprache zu fassen. Aber es lohnt sich! Um zu spüren, ob ein schriftlicher Text einfach ist (also fließt) und sich gut sprechen lässt: beim Entwerfen immer laut und erzählerisch sprechen! Und zwar auswendig - denn wenn man dann hängenbleibt, ist das ein wichtiger Hinweis darauf, dass der Text vielleicht doch nicht erzählerisch genug ist. Das Dumme ist aber: Wenn man dann mal versucht, ganz einfache Texte zu entwerfen, dann klingt das anfangs wie im ersten Jahr Grundschule. Diesen Texten fehlt nämlich jegliche Eleganz. Das ist die hohe Kunst der erzählerischen Präsentation: gleichzeitig einfach und elegant zu sprechen. **Aber nur Mut: Es geht!**

## *Checkliste* für den Einsatz von Storytelling bei größeren Projekten

### Grundhaltungen:

**Engagement, Authentizität, Respekt, Offenheit, Achtung und Toleranz**

#### Planung

- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Um was geht es? (das <b>Hauptthema</b> in einem kurzen, klaren Satz)</li> <li>2. Warum gerade jetzt? (der <b>Anlass</b>, die Hintergründe und dringenden Bezüge)</li> <li>3. Welches sind die <b>Ziele</b> im Blick auf Gegenüber, Publikum und evt. Medien?</li> <li>4. Welches sind die <b>Grundideen</b> zur Umsetzung? (Form, Ort, Requisiten, Rollen)</li> <li>5. Welche <b>Story</b> zu welchen <b>Teilaspekten</b>?</li> <li>6. Worin besteht jeweils die <b>Spannung</b>? Welches sind die Pole bzw. Gegensätze im Thema? Wer mit wem gegen wen oder was?</li> <li>7. Welches ist der <b>einfachste Aufbau</b>?</li> <li>8. Welche <b>Medien</b> und "<b>Gewürze</b>" sind denkbar und / oder planbar?</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>9. Wie sieht das "<b>Drehbuch</b>" des Ganzen aus? Ist es akzeptabel?           <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Lieber kleine Geschichten mit Personen als abstrakt-akademische Erläuterungen!</i></li> <li>• <i>Lieber ein lebendiger Mensch sein als ein steifer Funktionsträger!</i></li> <li>• <i>Lieber konkrete Beispiele als abstrakte Mini-Diplomarbeiten!</i></li> <li>• <i>Lieber ein kleiner Ausschnitt aus einem Thema als "bei Adam und Eva" anfangen!</i></li> <li>• <i>Lieber weniger Effekte (Medieneinsatz) und mehr persönliche Ausstrahlung!</i></li> </ul> </li> </ol> |
|---|---|

#### Organisation

- |  |   |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ist nach den ersten Ideen und Proben eine <b>Rücksprache</b> mit Vorgesetzten oder Mitarbeitern nötig bzw. sinnvoll? Ist das vereinbarte Konzept realisierbar?</li> <li>2. Was klappt gut? Wo gibt es <b>Probleme</b>? Wer kann helfen, sie zu lösen?</li> <li>3. Muss etwas Grundsätzliches verändert werden?<br/><b>Wer macht was bis wann?</b></li> </ol> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Alle Teile des Ganzen sind kein Selbstzweck. Sie helfen, das angestrebte Ziel zu erreichen, zu begründen, es einzuordnen und zu verstehen!</i></li> <li>• <i>"Einfach" und "klar" ist nicht nur erlaubt, sondern meistens sogar erwünscht - und tausendmal besser als kompliziert!</i></li> </ul> |
|--|---|

#### Zwischen- und Endkontrolle

-mit Vertrauten, dem Team und/oder Vorgesetzten-

- |  |  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>erste Bewertung:</b> global - Stärken - Schwächen (zuerst der Erzähler)           <ol style="list-style-type: none"> <li>a) <b>global:</b> Wie bewerte ich die Teile - als "super", "gut", "o.k.", "geht grad noch", "ich bin ganz unsicher, ob es mir gefällt", "nicht machbar" o.ä.?</li> <li>b) <b>genauer:</b> Was sind <b>Stärken</b>, was <b>Schwächen</b>? Ist das Ganze verständlich, spannend, lebendig und glaubwürdig?</li> </ol> </li> <li>2. <b>Eingrenzung:</b> Wo fliegt man raus? Wo hakt es? Wann wird's langweilig? Welche Passage ist wohl zu schwierig geraten?</li> <li>3. Ist eine (<b>Fein-</b>)Analyse einzelner Passagen nötig?</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Wo liegen die Probleme genau?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Auf der Ebene "Thema, Ziel, Eingrenzung"?</li> <li>Auf der Ebene "Bezug zum Publikum"?</li> <li>Auf der Ebene "Aufbau und Gliederung"?</li> <li>Auf der Ebene "ausgewählte Stories"?</li> <li>Auf der Ebene "Medien-Gestaltung"?</li> <li>Auf der Ebene "Text-Gestaltung" (einfach und elegant)?</li> <li>Auf der Ebene "Verbindung von Stories und Medien"?</li> </ul> </li> <li>5. Welche dieser Probleme sind <b>noch zu lösen</b>? Wer kann / soll dabei <b>helfen</b>?</li> <li>6. <b>Entscheidungen:</b> "Alles bleibt" - "Änderungen" - "Neu-Überlegungen"</li> </ol> |
|--|--|

## *Literaturhinweise*

Im Zusammenhang mit "Storytelling" gibt es einige Bücher auf dem Markt, die meistens eine Menge Geschichten für alle möglichen Gelegenheiten und Lebenslagen anbieten. Jede einigermaßen gut sortierte Buchhandlung gibt da eine Menge Anregungen.

Groß in Mode sind gerade die "Chickensoup"-Bücher der Autoren Jack Canfield und Mark V. Hansen (deutsch: "Hühnersuppe für die Seele").

Noch interessanter finde ich allerdings im Internet die Sammlung "Der Geschichtenerzähler" ([www.zeitzuleben.de/tipps/geschichten.html](http://www.zeitzuleben.de/tipps/geschichten.html)). Da findet man Geschichten für fast alle Gelegenheiten, und laufend kommen neue Geschichten dazu.

Und natürlich gibt's ja auch die klassischen Sammlungen: die Bibel und ähnliche religiöse Werke, dazu die zahlreichen Märchen, Fabeln und Anekdoten aus vielen Ländern und Kulturen. Und nicht zu vergessen auch in der Literatur die vielen Kurzgeschichten, Novellen und Erzählungen (wie wäre es zum Beispiel mal wieder mit "Der kleine Prinz"?). Also einfach mal wieder rumstöbern: in der Bibliothek, in der Buchhandlung, im Internet und im eigenen Bücherschrank!

Interessante theoretische Hinweise finden sich im Internet: z.B. bei "[www.erzaehlen.de](http://www.erzaehlen.de)" (einige der Themen: Erzählen - Kunst oder Kleinigkeit? / Das Nürnberger Manifest / Gut getroffen! / Zitate aus Kunst und Literatur).

Einige theoretische Überlegungen und etliche Geschichten gibt es auch bei der Vielschreiberin Vera Birkenbihl in dem Taschenbuch "StoryPower". Birkenbihl-Fans können da sicher etwas mit anfangen.