

# „Storytelling spricht Gefühle an“

Wie erzählen Journalisten Geschichten? Was gilt es zu beachten? Daniel Perrin erklärt im Interview, wie gutes Storytelling gelingt.

## Herr Perrin, was macht gutes Storytelling aus?

Storytelling spricht Gefühle an. Es lenkt die Aufmerksamkeit in eine bestimmte Richtung. Es suggeriert Lösungen und bringt Leute zusammen.

## Wie können Journalisten das bewirken?

Journalistinnen und Journalisten gestalten Geschichten nicht alleine – das ist der große Irrtum. Geschichten entstehen in der Öffentlichkeit, in der sich Journalisten und ihre Adressaten befinden. Journalisten suggerieren die Geschichten, sie lassen sie anklingen im Kopf des Publikums, indem sie zum Beispiel Basic Narratives wie „David und Goliath“ einsetzen. Im Sinne der Narratologie liefern Journalisten die Exposition und die Komplikation, aber nicht die Lösung und die Coda – das denkt sich das Publikum im besten Fall dazu. Die Geschichten bleiben bei den Leuten am besten hängen, wenn sie diese selbst fertig erzählt haben.

## Entsteht dieses Zusammenspiel automatisch oder bewusst?

Man hat im Journalismus meist weder die Zeit noch den Raum, um ganze Geschichten zu erzählen. Und es passt auch nicht so sehr zu unserer Vorstellung von Journalismus, dass die Lösungen und die Moral von der Geschichte gleich mitpräsentiert werden. Storytelling suggeriert, dass man ganze Geschichten erzählt, sie entstehen aber kollaborativ im Zusammenspiel von Kommunikator und Anschlusskommunikation.

## Welche Rolle spielt das im Lokaljournalismus?

Im Lokaljournalismus kennen die Journalistinnen und Journalisten ihre Quellen sehr gut und müssen dafür sorgen, dass sie ihnen nicht auf die Füße treten. Daher ist es noch viel wichtiger, dass Geschichten, die für die Quellen negativ sind, vor allem zwischen den Zeilen stehen und die Leser dann die Schlüsse selbst ziehen können. Ich nenne das: Geschichten „anerkennen“ statt erzählen.

## Welche Bedeutung hat die Emotionalisierung der Leser?

Als Leser nehmen wir Emotionen stark auf und lassen uns von ihnen bewegen. Deshalb ist Emotionalisierung auch eine Stärke von Storytelling: Da entstehen Emotionen, die dann zur Meinungsbildung, zum Entscheiden, zum Handeln einladen. Sie wirken stärker als logisch durchdachte Argumente. Die Rolle der Emotionen ist im besten Fall eine lenkende und im schlechtesten Fall eine ablenkende. Geschichten können sehr gut von schwachen oder fehlenden Argumenten ablenken.

## Im Storytelling gibt es häufig einen Helden. Braucht es den für eine gute Story?

Es kommt drauf an, wie man diesen Helden schafft. Ein menschlicher Held ist nicht unbedingt nötig. Aber Geschichten und generell Texte leben davon, dass wir uns eine Vorstellung machen können von dem, was geschieht. Wir behalten nicht die Wörter, sondern das, was wir uns dabei vorstellen. Helden sind im übertragenen Sinne starke Figuren, die sich durch den Text ziehen. Das kann auch etwas Abstraktes sein – wie die Freiheit.

## Was sind denn typische Fehler, die Journalisten machen, wenn sie Geschichten anerkennen?

Dass sie die Leser unterschätzen, dass sie zu lange in der Einleitung verharren oder dass man zu narrativ bleibt am Anfang. Dass die Geschichte dramaturgisch nicht sauber durchgezählt ist, also dass es Brüche gibt. Oder dass die Substanz fehlt. Das sind Punkte, die ich in der Blattkritik oft höre oder beim Storytelling im Journalismus bemerke. Eine gute Geschichte ergänzt eine klare Analyse eines Gegenstandes und eine schlüssige Argumentation. Sie kann sie nicht ersetzen.

## Können Journalisten das denn lernen?

Wie alles in der Sprache kann man das ganz sicher lernen – und sei es durch Imitation. Man erzählt zum Beispiel kleinen Kindern Geschichten, damit sie lernen, wie ihre Kultur tickt. Um gute Geschichten zu schreiben, muss man gute Geschichten lesen. Das ist ziemlich einfach.

INTERVIEW: ROUVEN KÜHBAUCH

---

### Prof. Dr. Daniel Perrin



Daniel Perrin ist Professor für Angewandte Linguistik, hat als Journalist für alle Medien gearbeitet und coacht beruflich Schreibende.

---

**E-Mail** [Daniel.perrin@zhaw.ch](mailto:Daniel.perrin@zhaw.ch)

**Internet** [www.danielperrin.net](http://www.danielperrin.net)