

Buch-Tipp

„Storytelling für Journalisten“

Marie Lampert und Rolf Wespe, 2012

Wer kennt das nicht? Langweilige Berichte in Zeitungen oder trockene Pressemitteilungen, bei denen man als Leser schon nach wenigen Zeilen aussteigt und den Text zur Seite legt. Dabei ist der Grundgedanke doch ganz einfach: Menschen wollen sich beim Lesen mit anderen Menschen und mit Gefühlen beschäftigen und meistens nicht mit nackten Fakten oder puren Informationen.

Das ist jedenfalls der Grundgedanke des Buches „Storytelling für Journalisten“. Die Autoren wollen mit dem Band einen Werkzeugkasten anbieten, aus dem sich jeder bedienen kann, der mit dem Schreiben von Texten zu tun hat. Werkzeuge zum Schreiben von Geschichten, Werkzeuge zum Verwandeln von komplexen Themen in Erzählbares. Dabei gehen sie sehr systematisch vor und geben Hinweise zum Finden von Geschichten, zu deren Aufbau, Anfang, Form und Ende. Und es gibt Beispiele, an denen deutlich wird, was gute Geschichten sind und wie sie wirken.

Aus meiner Sicht ist das Schöne an dem Buch: Es ist nicht nur für Journalisten interessant, wie der Titel nahelegen könnte. Die Tipps und Tricks zum Texte verfassen gelten sowohl im Printbereich, als auch beim Schreiben für Video, Audio und für das Netz. Und sie sind auch für jeden wichtig, der im PR-Bereich arbeitet und beruflich Texte schreibt. Denn egal, ob Zeitungsartikel, Blogbeitrag oder Pressemeldung – da sollte mehr sein als nur Fakten, Fakten, Fakten.

„Storytelling für Journalisten“. Von Marie Lampert und Rolf Wespe. Erschienen im uvk-Verlag. Das Buch kostet 24,99 €.