

Liebe Bibliothekarinnen und Bibliothekare,

Schriftsteller, Romanautoren erzählen Geschichten – aber Journalisten auch. Und Werber, Und Missionare. Warum tun die das? berührt werden, bewegt werden, eine Verbindung zu ihrem eigenen Leben entdecken, ein Gefühl teilen oder eine Hoffnung. Das ist keine neue Erkenntnis, das wussten Jesus und die Evangelisten auch schon.

Es hat einfach so wenig Sinn, den Leuten schlicht und einfach zu erklären, wie wichtig es ist, zu vergeben und zu versöhnen, und von Ihnen wollen die nicht wissen, wie wichtig es ist, dass Kinder und Jugendliche lesen und in Bibliotheken gehen. Sie brauchen einen Anker – eine Geschichte. Weil sie Menschen berühren und erreichen wollen. Denn durch Berührung lassen sie sich leichter erreichen als durch Informationen.

Es gibt die Geschichten, die als solche mehr bewirken als jede Zahl und jedes Faktum, und es gibt Geschichten, die den Leser trickreich bei der Stange halten, bis er soweit ist, dass er auch die drögen Infos schluckt und am Ende vielleicht eine Überzeugung teilt.

Es ist gut, sich kurz zu fassen, wo doch die Informationsflut so groß ist – aber es ist auch gut, sich die Macht des Erzählens zu zunutze machen. Geschichten haben eine archaische Wucht, wenn sie groß sind, und sie erzielen immerhin ein Aufhorchen, wenn sie klein sind – aber gut. Dafür gab es im mündlichen Vortrag ein paar Beispiele.

Aber wie geht das jetzt? Wer keinen Roman schreiben will, kann man sich trotzdem an die kleinen Tricks der Schriftsteller halten. Die möchten ja auch nur eins: gelesen werden. Und Sie wollen, dass man liest, was Sie schreiben, drucken oder ins Netz stellen. Ich habe versucht, aus den Ratschlägen der Profi-Schreiber und aus meinen eigenen Erfahrungen ein paar Regeln zu destillieren.

1. Finden Sie den richtigen ersten Satz. Früher haben Journalisten gelernt, im ersten Absatz eines Artikels die berühmten W-Fragen zu beantworten. Wer? Was? Wann? Wo? Dann kann der Redakteur später einfach von hinten wegkürzen. Heute haben wir verstanden, dass es für viele Textsorten besser ist, die Neugier des Lesers zu wecken – und zwar schnell. Im ersten Satz.
2. Sehnsucht ist Ihr Thema! Erinnern Sie sich an das Grundmuster guter Geschichten: Jemand will etwas, und bekommt es nicht, er muss Hindernisse überwinden, bis er es

schließlich bekommt – oder auch nicht bekommt. Das gilt von Hamlet bis Holden Caulfield, von Madame Bovary bis zu den Desperate Housewives. Ein Moment von Sehnsucht kann man auch Sachtexten einimpfen.

3. Werden Sie konkret! Eine Bibliothek hat einen großen Bestand an fremdsprachiger Literatur. Schön und gut. Besser, man findet amerikanische Bestseller im O-Ton in den Regalen, kann seine Sprachkenntnisse mit italienischen Krimis aufbessern, und der türkische Kollege entdeckt Pamuks „Schnee“ in seiner Muttersprache.
4. Nicht erzählen – zeigen! Schreiben Sie nicht, dass es regnet, sondern lassen Sie den Leser das Gefühl erleben, klatschnass zu werden. Der Leser will Bilder haben, er will nichts mitgeteilt kriegen. „Wenn ich mit Lisa Auto fahre, merke ich, dass ihre Sätze mindestens fünf Kilometer lang sind.“ Ist doch besser, als wenn ich sage: Lisa redet viel!
5. Schreiben Sie verbal. Verwenden Sie weniger Substantive, mehr Verben. Streichen Sie möglichst viele Adjektive. Kurze Sätze sind im allgemeinen besser als lange. Abwechslung tut gut: Kurze und lange Sätze, vollständige und abgehackte. Schreiben Sie einfach. Vermeiden Sie Fremd- und Fachworte.
6. Sie wollen den Bogen schlagen vom Abstrakten ins Konkrete. Versuchen Sie es aber auch umgekehrt. Welche Geschichte, Anekdote, welche originelle Person könnte welches Thema illustrieren?
7. Denken Sie nicht zu viel an sich! Kalkulieren Sie die Wirkung, die Sie erzeugen.

Das Gefühl ist das Wichtigste beim Erzählen – das Gefühl des Lesers. Gefühle sind wichtig für das Verständnis. Das Vergnügen, das er beim Lesen empfindet, die Spannung, die sie in ihm erzeugen, die helfen ihm, Ihre Informationen zu verstehen und zu behalten. Der erzählerische Rahmen, den Sie in ihren Texten schaffen können, gibt den Fakten Farbe und Nachhaltigkeit. Sie setzen sich fest in seinem Bewusstsein.

Weder auf zwei Seiten noch in fünfzehn Minuten kann man ernsthaft vermitteln, wie sich Geschichten erzählen. Wer näher daran interessiert ist, findet viele Bücher darüber. Ich nenne hier mal keine „Richtig schreiben“-Titel oder Handbücher für PR-Leute, sondern solche von

Schriftstellern und Creative-Writing-Lehrern. Gut gefallen haben mir:

- Sol Stein: Über das Schreiben. Zweitausendeins. 8,90 Euro
- Elizabeth George: Wort für Wort oder Die Kunst, ein gutes Buch zu schreiben. Goldmann TB, München 2004. 12 Euro

Anne Buhrfeind, Journalistin, Hamburg und Frankfurt