

## Gute Geschichten verzaubern

Von Dr. Michael Loebbert und Werner Beda Meier

**«J'aime les nuages ... les nuages qui passent ...  
là-bas ... là-bas ... les merveilleux nuages!»  
(Charles Baudelaire, 1821–1867)**

**Zaubergeschichten vermitteln Vergängliches, Wolkiges,  
ja Unfassbares und Geheimnisvolles; darin verbirgt  
sich ihre Zauberkraft. Lesen Sie, was den Zauber von  
Geschichten ausmacht, warum dieser heute wichtiger ist  
denn je und wie Sie sie erzählen können.**

Eben hat das Basler Theater zu Weihnachten das Märchen «Die Brüder Löwenherz» von Astrid Lindgren zur Verzauberung von Jung und Alt aufgeführt. Die Geschichte ist in einer Zeit vor der unsrigen angesiedelt – mit schnaubenden Drachen, Brieftauben, eben in einer Zeit voll von Zauberdingen. Vermag denn unsere Zeit nicht mehr zu verzaubern? Ist es Zufall, dass die meisten Zaubergeschichten im vortechnischen Zeitalter oder in einer kitschigen Sciencefiction-Zukunft spielen? Harry Potter, Star Wars, Herr der Ringe, die Geschichten von Alessandro Baricco feiern Publikumserfolge. Selbst die Simpsons sind in einem fiktiven Springfield zu Hause, entrückt in eine Welt, wo sämtliche Träume und Visionen gleichwertig und scheinbar widerspruchsfrei angesiedelt werden können.

Hier ist eine Geschichte über Geschichten, eine Meta-Metapher quasi, zu lesen wie ein langer Aphorismus. Lassen Sie sich verzaubern! In Selbstreflexion eingebettet wie in einen Spiegelsaal, kommen Sie sich aus vielen

Blickwinkeln heraus selbst auf die Schliche, um irgendwo, irgendwie auch Interferenzen und Begegnungen mit Ihren eigenen Geschichten zu erleben. Durch die beschworenen Wechselwirkungen bereichern Sie Ihre Geschichten und würzen Sie zum Zwecke lustvoller Verzauberung, erquickender und regenerierender Kraftschöpfung. Es ist eine Geschichte, welche sich selbst als Genre zum Inhalt hat. Möglicherweise ist diese Geschichte nämlich in der Lage, die im Dornröschenschlaf versunkene Fama wieder zu neuem Leben zu erwecken, nachdem die Zauberverwerkzeuge verloren gingen. Sie wurden vor langer Zeit in einem Prozesskästchen zu Grabe getragen oder auf die Altäre betriebökonomischer Bewunderung erhoben

Indem wir die Erzählung über Geschichten nicht bis zum Ende führen, bleibt dem Leser Raum für eigene Assoziationen und Gedankenspiele. Endgültige Antworten würden den Zauber zunichte machen. Darin gleichen sich alle guten Geschichten. Der kreative Geist schöpft aus den aufsteigenden, «emergierenden», Möglichkeitsräumen. Nur Geschichten, welche verzaubern, sind in der Lage, den bösen Zauber zum Guten zu wenden. Lassen Sie uns deshalb auf die Suche gehen und herausfinden, wie Sie Geschichten finden und erzählen, die Ihr Publikum bezaubern können.

### **Was den Zauber von Geschichten ausmacht**

Wir leben alle von, mit und durch Geschichten. Ihr Zauber entsteht in der Spannung von Poesie und Wirklichkeit, von subjektivem Erleben und objektiver Realität. Wir sind gefesselt von der Erzählung einer Welt, die zugleich anders ist und dieselbe scheint. Verzauberung und Entzauberung sind das dialektische Zwillingsspaar, welches Geschichten entstehen lässt. Hier spannt sich die Brücke zwischen Erzähler und Hörer, von mir zum anderen, der gemeinsame Raum des Erzählens. Das ist die diskursive Basis und das Leitmotiv, um Geschichten schlussendlich als Sinnfahrten zu neuen semantischen Ufern auf die Reise zu schicken. Indem Geschichten unsere Welt verzaubern, entstehen die neuen Bedeutungen einer zukünftigen Welt.

Geschichten erzählen sich immer weiter fort auf dem verschlungenen Weg der Verzaube-

rung und Entzauberung. Die ureigene Bestimmung von Geschichten ist es, sich weiter zu «evoluierten» auf ihrem historischen Pfad als sinnstiftende Begleiter von uns Menschen. Sie treten immer wieder in Erscheinung als Anreiz, Bannspruch, Kitzel, Anfechtung oder Traum, um unsere eigene Geschichte in den unterschiedlichen Lebenssituationen facettenreich zu erzählen und als persönliche Erinnerung zu bewahren. Alle Selbstverständigung über Handeln, was und warum wir etwas tun, bedarf des analogen Bezugs zu magischen Ritualen und der Anwendung von Zauberformeln in der Ausprägung von guten Geschichten.

Geschichten machen Sinn; Sinn wird in Geschichten verfertigt. Ohne den Zauber der poetischen Entrückung unserer Wirklichkeit befinden wir uns in einem Sinnvakuum. Es fehlen uns die Metaphern; wir haben einfach kein Vokabular, keine Sprache. Wir können nicht sagen, wie gut uns das Essen schmeckt oder wen wir lieben. Noch können wir sagen, was wir wollen, oder wozu das gut ist. Wir können nicht einmal sagen, ob und welchen Wert etwas für uns hat: Leistungen, Produkte und Lebensformen sind gleichgültig ohne den Zauber der Geschichten, welcher ihnen Leben einhaucht und ihnen Glanz und Bedeutung verleiht. Handeln und Verhandeln stirbt ab ohne Poesie; nur noch als Automaten von externen Reizen gesteuert, bewegen sich dann die Menschenleiber. Bleibt nur die rationale Logik der Prozesse. Wir sind eingespannt in die Zeitstruktur der effizienten Produktion, dem unbarmherzigen Wahnsinn des Verbrauchens. Ohne Sinn gibt es keinen Genuss, kein Gefühl und keine Freiheit.

### Was Geschichten, die verzaubern, brauchen

Geschichten müssen nicht wahr, sie müssen aber gut sein! Geschichten, die das Leben schrieb, kümmern sich nicht um Wahrheit. Ganz im Sinne der Darwinschen Lehre gilt auch für Geschichten das Motto «Survival of the fittest». Die passendste Geschichte, d.h. die authentischste und glaubwürdigste, macht ihre Inhalte attraktiv und erhält sie auf lange Zeit überlebensfähig. Die bessere Geschichte gewinnt. Sie konzentriert Aufmerksamkeit, sie liefert die Vorlagen und Muster für unser Erleben und Handeln besser, als dies andere tun.

Geschichten geben den Menschen, die sie erzählen und hören, eine Bedeutung. Eine gute Geschichte gibt meinem Leben Bedeutung, bedeutet etwas für mein Leben. Für welches Versicherungsunternehmen würden Sie lieber arbeiten, eines, das auf peinlichste Vertragserfüllung achtet, oder eines, das sich als Lebensbegleiter seiner Kunden versteht? «Leider war die Versicherungspolice mit dem Beginn der Rentenzahlung abgelaufen. Der Unfall passierte drei Tage später. Wir haben einen grossen Teil der Kosten übernommen. Wir lassen unsere Kunden nicht im Stich. Sonst wäre die Frau doch nur noch auf die staatliche Fürsorge angewiesen gewesen.»

Dafür brauchen Sie Glaubwürdigkeit und Authentizität. Die Authentizität des Erzählers, dem ich vertraue, dass er etwas zu sagen hat. Die innere Glaubwürdigkeit der Geschichte, ihre Konsistenz, ihre poetische Kraft. Erst im Zuhörer entsteht die Bedeutung, die eine Geschichte hat. Nämlich die Verschmelzung mit seiner eigenen Geschichte, mit seinen Wünschen und Vorstellungen; hier findet die Verzauberung statt. Geschichten, die verzaubern, fangen mit dem Hören an. Und Hören braucht Vertrauen.

Gute Geschichten leben vom Moment der Überraschung, haben Witz. Sie machen einen Unterschied zu den Sinngewohnheiten der Rezipienten. Erst das Neue macht neuen Sinn, das Überraschende weckt den poetischen Geist. «Nicht Bill Gates hat das Internet erfunden. Er hielt es zunächst nicht für wichtig. Das Überraschende war, dass ein «unbedeutender» Mitarbeiter von Microsoft gegen die Meinung des Chefs eine innerbetriebliche Kampagne starten konnte, Microsoft mit dem Internet zu verbinden.»

Geschichten überschreiten Grenzen. Sie enthalten den Freipass des Hofnarren, dürfen provozieren und polarisieren. Tabus verlieren den Nimbus heiliger Kühe. Selbst Absurdes wird denkbar. Der Surrealismus – von Hugo Ball bis André Breton, von Alfred Jarry bis Eugène Ionesco, von Hans Arp bis Samuel Beckett war eine Erfolgsgeschichte. Benetton hat den Bogen vielleicht zu weit gespannt: Auch bei der Überschreitung muss die Grenze deutlich bleiben. Der Übertritt, das Unerhörte, das nie Gehörte fängt unsere Aufmerksamkeit, «zwingt» und verzaubert uns zur Phantasie.

Geschichten werden erst dann zur Zauberformel, wenn sie als dynamische Reflexionsmedien gepflegt und weitergeschrieben werden können. Vielen Produkten und Marken scheint aber heute die Luft auszugehen. Sie behaupten bloss noch Wahrheiten von gestern, statt sich weiterzuentwickeln. Tote Geschichten, welche aufgrund aufgenötigter Dogmatik aus dem geschichtlichen Prozess der Evolution entfernt und auf Eis gelegt wurden, haben jegliche Zauberkraft eingebüsst. Sie sind zu Zombies mutiert, und wirken toxisch und lähmend, wo immer sie in Erscheinung treten. Dagegen helfen «Fliegende Spaghettimonster» – schauen Sie selbst bei Google.

Geschichten verbinden Wunsch und Wirklichkeit. Geschichten, die verzaubern, ist immer gemeinsam: Sie bewegen sich in einer emotional erleb- baren Sinnenwelt und attackieren die Menschen nicht rational. Sie lassen sich multisinnlich und multikulturell tauglich wirksam inszenieren – es gibt etwas zu hören und zu sehen. Stringente logische Prinzipien können ausgeschaltet oder überhöht werden – Träume sind so wirklich wie Fakten.

Sie müssen nicht unbedingt Ihren Traum einer friedlichen Menschheit wie Martin Luther King, Geschichten gewaltloser Siege über einen mächtigen Besatzer (Mahatma Gandhi) oder von der Auferstehung Christi, vom Sieg über den irdischen Tod, wie die Apostel erzählen. Vielleicht werden Ihre Geschichten nicht die ganze Welt bewegen; möglicherweise können Sie aber einen Anstoss geben: Ihrem Kind erzählen Sie die Geschichte des kleinen Däumlings, was er alles erleben durfte, bevor er erwachsen wurde; Ihrer Frau ..., Ihrem Freund ..., Ihrer Geschäftspartnerin ..., Ihrem Kunden ...; wen wollen Sie bewegen? – Gute Geschichten bewegen.

### Wie Geschichten zauberhaft erzählt werden

Das Inszenieren von Geschichten ist eine Zaubervorstellung. Die Situation ist Ihre Bühne. Ihre Gesprächspartner sind das Publikum. Wie bei einer Zaubervorstellung kommt es darauf an, die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen und zu lenken. Sie sollen nicht die Spiegel sehen, sondern die zersägte Jungfrau. Entscheidend ist, was ankommt. Auch höchst Bedeutsames

wird nur vermittelt durch Unterhaltung. Infotainment, die Zauberformel für zeitgeistig adäquate Geschichteninszenierungen, obschon durch ein meist negatives Image diskreditiert, ersetzt den Hokuspokus.

Durch die szenische Interpretation werden Geschichten immer wieder zur eigenen Zeitgeschichte; sie füllt quasi alten Wein in neue Schläuche. Die Geschichte erfindet sich durch die aktualisierte, zeitgemässe Interpretation immer wieder neu. Durch das Erzählen werden unsere Erinnerungen immer wieder jetztzeitgeistlich modifiziert und damit neu erlebbar gemacht.

Gewinnen Sie Aufmerksamkeit. Aber bitte keinen Witz erzählen. Das wird übel genommen, jedenfalls in ernsthaften Situationen. Erzählen Sie eine Geschichte über die Probleme des Publikums, oder benennen Sie die Herausforderung, die es zu bewältigen gilt. Aufmerksamkeit ist ein kostbares Gut. Wir geben sie nur, wenn wir daran glauben, dass sich die Investition auch lohnt. Also was macht es lohnend für Ihre Zuhörer?

Rituale spielen eine grosse Rolle. Als Erzähler sind Sie zugleich ein Schauspieler. Das Ritual, das Sie inszenieren, ermöglicht Ihren Zuhörern in die Welt der Geschichte einzutauchen. Nutzen Sie ungewöhnliche Körpersprache, grosse Gesten, stellen Sie sich an einen exponierten Ort. Im Zwiegespräch am Tisch, wechseln Sie die Stimm- lage oder rutschen Sie Ihren Stuhl zurück. Wenn Sie ein Schiff verkaufen wollen, holen Sie ein kleines Modellschiff aus der Tasche. Wenn Sie über Kooperation verhandeln, vergessen Sie nicht das berühmte indianische Pfeilbündel bei sich zu führen: was im Bündel zusammenhält, kann nicht zerbrochen werden.

Spannung: Nur was spannend ist, kann die Aufmerksamkeit über eine kürzere oder längere Zeit fesseln. Eine unbeantwortete Frage, die für den Zuhörer grosse Bedeutung hat, die Aussicht auf eine Lösung, ein Hindernis, das schwer zu bewältigen scheint. Erzählen sie das Ende nicht am Anfang. Legen Sie Pausen ein. Treiben Sie die Spannung noch ein klein wenig weiter. Oder sollte das schon alles gewesen sein? – Zwei Absätze gibt es noch.

Verbesserung: Der Kern jeder Geschichte ist eine bestimmte Veränderung. Es geht um die Transformation von Vorstellungen, Haltungen, Einstellungen, Gefühlen, Wertvorstellungen, Gewohnheiten. Aus der Veränderung resultiert Verbesserung. Eine Veränderung steht im Mittelpunkt: out-of-the-box gedacht, die Grenze zwischen Entwicklung und Verkauf überschritten, Selbstüberwindung und Mut, Lösung durch Kommunikation. «Wollen Sie weiter süßen Sprudel verkaufen oder die Welt verändern?» Larry Page sagte das, als er den Verkaufschef von Pepsi für Google abwarb.

Humor und Ironie: Ohne diese beiden sind Geschichten – insbesondere wenn sie kontrovers diskutierte Themen zum Inhalt haben – oft unerträglich. Sie funktionieren als Überdruckventil und Notausgang, wenn das Mass an provokativen Zauberkomponenten überschritten wird, was selbstverständlich wiederum von der leserperspektivischen Toleranz abhängig ist. Ohne Humor und Ironie kommt eine Geschichte schnell in den Verruf, dogmatisch verbrämt und ideologisch eingefärbt zu sein; auch der Autor wird dann schnell im Verdacht stehen, populistisch meinungsmachender Rhetorik anheimgefallen zu sein. Erwähnt sei hier die Erfolgsgeschichte vom Fliegenden Spaghettimonster und die von Bobby Henderson gegründete Spassreligion als Reaktion auf und Diskursbeitrag zu den Themen Darwinismus, Kreativismus, Intelligent Design. Auch Kriminalromane sind oft unerträglich (zu viel Elend und Morde!), wenn nicht ein gutes Quäntchen Schalk und Humor mit im Spiel ist und man immer wieder auf den Stockzähnen lachen kann; als Beispiele seien hier Autoren wie Andrea Camilleri oder Manuel Vázquez Montalbán erwähnt.

Humor ist die Zugabe und das Schmiermittel. Er ist ernst, aber nicht tierisch ernst, das menschliche Mass für das Bewusstsein, dass es auch ganz anderes gibt. Das Zauberkunststück kann auch danebengehen. Ein wenig Schein und Trug gehört zum Spiel. Gute Erzähler schmunzeln, da die Geschichte auch anders erzählt werden kann. Wann haben Sie das letzte Mal über sich selbst gelacht?

## Wozu der ganze Zauber?

Wenn wir den Inszenierungen der Weihnachtsgeschichte in unseren Dörfern und Städten in dieser Jahreszeit Auge und Ohr leihen, verstehen wir intuitiv, wo unsere Herzen schlagen; wie diese Quintessenz, komponiert aus Glitzer, Glimmer, Kunstschnee und Nussknacker-Musik, sich doch alle Jahre wieder in alchimistischer Gründlichkeit und irrationaler Verwegenheit unserer Herzen bemächtigt und uns in einen Taumel weltvergessener und schenckfreudiger Entrücktheit versetzt. Und wozu das alles: weil Geschichtenzauber letztlich uns selbst zu Magiern macht und uns damit etwas von der Lust, die nach Ewigkeit strebt, in unserem Innersten ahnen zu lassen. So lassen Sie uns doch dieses kurze Essay über den Geschichtenzauber wieder mit Baudelaire beschliessen:

«N'importe où! n'importe où! pourvu que ce soit hors de ce monde!»

(N'importe où hors du monde, Charles Baudelaire, 1821–1867)

## Die Autoren

*Dr. Michael Loebbert*

*Story Scout und Autor von Fachbüchern, Schopfheim (D)  
Michael Loebbert ist spezialisiert auf das Entziffern und Verändern der kulturellen Muster von Unternehmen und ihrer Produkte. Kultur ist die Summe der Geschichten, die erzählt werden: Metaphern, Mythen, Erfolgsgeschichten und Virusgeschichten sind die Zutaten zum wirksamen «Story Management».*

*Werner Beda Meier*

*Inhaber der Agentur Information Solutions, Basel  
Werner Beda Meier ist ein passionierter Geschichtenliebhaber. Er ist davon überzeugt, dass es allein darum geht, die guten Geschichten für sämtliche Marktleistungen – seien dies Produkte oder Dienstleistungen – zu finden und weiterzuverbreiten. Diese «Guten Geschichten» gilt es rituell adäquat, multisinnlich begreifbar und unterstützt durch multimediale Informationstechnologie so zu inszenieren, dass die Botschaft von den Adressaten verstanden werden kann.*



