

mehr Details erzählt werden, umso einzigartiger ist sie. Mit ihnen zurückzuhalten, bis der Gast vor Ort ist, ist verschenktes Potenzial. Das Problem dabei: Es ist zeitaufwendig, einen Text zu schreiben, der eine Geschichte erzählt und mit historischen oder regionalen Details unterhält. Ein solcher Text benötigt mehr Recherche, mehr Vorarbeit, mehr Textentwürfe. Eine Arbeit allerdings, die sich lohnt. Denn ein Text, der Alltägliches, historische Quellen, Architektur oder Bräuche in spannende Geschichten verpackt, ist wirkungsvoller als ein Text, den man so oder so ähnlich schon zigmal gelesen hat. Oder wie es auf www.austriatourism.at heißt: „Was wirkt noch stärker als die schönsten Bilder? Geschichten von Menschen über beglückend Erlebtes, vorgetragen mit Inspiration und Leidenschaft.“

6.1 | Was ist eine Geschichte – und was nicht?

Die alleinige Aufzählung von Ereignissen ist noch keine Geschichte. Auch das Erzählen über die Historie und wie ereignisreich sie war, ist kein Storywriting. So wird im folgenden Beispiel über die Schätze der Erinnerungen geschrieben, doch die „Erinnerungsstücke“ werden nicht lebendig, nicht in die Geschichte eingewoben. Die soll der Leser vor Ort erleben, beim Lesen jedenfalls erlebt er erst einmal nichts:



Bremerhaven ist eine Schatzkiste, von der Geschichte gefüllt mit maritimen Erinnerungsstücken. Es sind riesige Stücke darunter. Die berühmten Schiffe im Museumshafen zum Beispiel oder die sagenumwobene Hansekogge im Deutschen Schiffahrtsmuseum. Nicht weniger kostbar sind aber die maritimen Schätze im Historischen Museum (Morgenstern-Museum). Und ständig werden noch weitere Schätze gesammelt, gehoben oder auch ausgegraben – so wie jetzt das historische Lloyd-Dock, wo im 20. Jahrhundert die legendären Passagierliner des Norddeutschen Lloyd für die schnelle Reise über den Atlantik fit gemacht worden sind. Die Konturen des Docks haben wir freigelegt und als Grüngebiet sichtbar und begehbar gemacht.

Auch eine Handlung, die zwar logisch aufgebaut ist, jedoch ohne inneren Zusammenhang daherkommt, ist noch keine Geschichte, wie das folgende Beispiel zeigt:

In den 1930er-Jahren finden sich die Anfänge: Damals wurde der „Stockgang“ oder „Stocklauf“ im Sommer und Herbst in das Training von Skilangläufern integriert, damit sie dann im Winter fit an den Start gehen konnten. Heute liegt Nordic Walking voll im Trend.



Fritz Gelsing nennt in seinem Buch „Kreativ schreiben. Handwerk und Technik des Erzählens“ ein einfaches Beispiel, wie sich eine Handlung von einer Geschichte unterscheidet:

Der König starb, und dann starb die Königin.



Das ist keine Geschichte, sondern lediglich die Reihenfolge von zwei Ereignissen. Eine Geschichte wird daraus erst, wenn es heißt:

Der König starb, und dann starb die Königin aus Kummer.



Hier beziehen sich die beiden Ereignisse ursächlich aufeinander: als Grund und Folge, als Ursache und Wirkung. Und genau das macht eine Geschichte aus. Und sei sie nur eine Zeile lang.

Zurück zum „Stockgang“. Die kleine Erzählung hätte eine Geschichte werden können, wenn der Verfasser die Ereignisse deutlicher aufeinander bezogen und klar gezeigt hätte, dass sie voneinander abhängen. Dann hätte der Text womöglich so geklungen:

Im Sommer und Herbst weit und breit kein Schnee. Harte Zeiten für Skilangläufer, denn bis zum nächsten Winter ist der Trainingseffekt dahin. Was tun, fragten sich in den 30er-Jahren Skilangläufer. Ihre kuriose Idee: Trockenübungen mit dem Stock. Der „Stockgang“ oder „Stocklauf“ war geboren und bringt heute als Nordic Walking Millionen auf Trab.



6.2 | Drama bitte: der Aufbau einer Geschichte

Damit aus einer Handlung eine Geschichte wird, ist also ein Mindestmaß an Dramaturgie notwendig, ein dramaturgischer Bogen, der eine Spannung erzeugt. Erreicht wird diese Spannung mit Elementen, die sich in ähnlicher Form in nahezu jeder Geschichte wiederfinden: Das ist zum einen das auslösende Ereignis, an dem ein Protagonist beteiligt ist. Das ist idealerweise eine Person, kann aber auch ein Gegenstand oder ein Naturereignis sein. Am Ende steht das Ergebnis, das sich von der Ausgangssituation unterscheidet. Denn dazwischen geschieht eine Veränderung, die in der Regel durch einen Konflikt, den der Hauptdarsteller zu bewältigen hat, hervorgerufen wurde.

Die Elemente einer Geschichte

1. Der Auslöser

Ohne Auslöser keine Geschichte. Der Auslöser ist die Basis oder die Initialzündung einer Geschichte. Egal wie kurz oder lang die Geschichte ist: Es gibt ein auslösendes Ereignis, worauf alles Folgende beruht. Ob das der Vulkanausbruch ist, die Idee für ein neues Gericht oder die Hüttenwirtin, die seit 30 Jahren kein Telefon und keinen Fernseher benutzt. Je ungewöhnlicher das auslösende Ereignis, umso interessanter die Geschichte, umso leichter lässt sie sich merken und desto lieber wird sie weitererzählt.

2. Die Charaktere

Welche Folgen das auslösende Ereignis hat, kommt auf die Protagonisten und ihre Charaktere an. Während sie im Roman erfunden werden, sind sie im Tourismus-Storytelling dank reicher Historie in der Regel schon vorhanden, brauchen also nicht erarbeitet und mit stimmigen Charaktermerkmalen ausgestattet zu werden. Wichtig ist hier vielmehr, dass sie eine zentrale Rolle spielen. Denn Geschichten werden erst lebendig durch die Menschen, die sie bevölkern, die aufeinander reagieren und handeln. Das kön-

nen mehrere Personen sein oder nur eine, deren Gegenspieler die äußeren Umstände sind.

3. Der Konflikt

Der Konflikt ist der emotionalste Teil der Geschichte. Er ist der Dreh- und Angelpunkt und wird ausgelöst, wenn zwei Charaktere etwas Gegensätzliches wollen, sie unterschiedlich stark sind oder ein Handelnder auf ein Hindernis stößt, das es zu bewältigen gilt. Wichtig ist hier: die Konzentration auf einen Hauptkonflikt, der sofort erfasst wird und in dem es um etwas Wichtiges geht. Nicht auf zig Nebenschauplätzen verzetteln. Eine Gefahr, die vor allem bei historischen Geschichten gegeben ist. Denn die sind oft verwirrend komplex und bestehen selten aus nur einem zentralen Ereignis. Deshalb hier unbedingt selektieren. Es kommt nicht auf historische Vollständigkeit an, sondern darauf, einen interessanten oder kuriosen Aspekt herauszugreifen und ihn spannend zu erzählen.

4. Das Ergebnis

Hat der Held der Geschichte gesiegt oder haben ihn die Umstände oder seine Gegner niedergeworfen? Das Ergebnis oder die Konsequenz des Konfliktes ist der Schlusspunkt der eigentlichen Geschichte. In Hollywood enden Geschichten meist mit einem Happy End – so aussichtslos es auch während der gesamten Geschichte aussah. Im wirklichen Leben ist es nicht immer so einfach. Hier enden Geschichten auch einmal mit einer Niederlage. Die Historie ist voll davon.

5. Der Bezug zum Leser

Was hat die Geschichte mit dem Leser zu tun? Lassen sich vor Ort Stationen der Geschichte besichtigen oder gibt es Erlebnisse, die die Geschichte vor Ort lebendig werden lassen? Mit diesem Hinweis leitet die Geschichte in die Jetztzeit über, in die Gegenwart der Leser bzw. der Gäste.

Schaut man sich die fünf Bestandteile einer Geschichte an, kann man leicht auf die Idee kommen: Wenn man all diese Punkte abarbeitet, hat man im Nu einen halben Roman geschrieben. Keineswegs. Alle fünf Elemente lassen sich in Geschichten aufgreifen, die nur wenige Zeilen lang sind, wie das folgende Beispiel beweist, das einen Landausflug nach Nova Scotia in Kanada bewirbt:



Es heißt, die Halifaxer nehmen es nicht so genau mit der Zeit. (Auslöser) Was schon Herzog Edward ärgerte. (Charaktere und Konflikt) Das Ergebnis: der Uhrturm, der am Fuße der sternförmigen Zitadelle zur Pünktlichkeit mahnt. (Ergebnis) Vergessen Sie Zeit und Uhrturm und folgen Sie der Lighthouse-Route nach Peggy's Cove. ... (Bezug zum Leser)

| Chronologisch oder kreuz und quer

Dass die einzelnen Elemente nicht in festgefügter Reihenfolge auftauchen müssen, zeigt nicht nur der folgende Text. Auch viele spannende Romane pfeifen auf die Chronologie und fangen vom Ende her an. Oder noch spannender: kurz vor dem Ende. Denn jetzt will der Leser wissen, wie der Held in diese Situation geraten ist und was genau passiert ist, damit es so weit kommen konnte. Die Chronologie vom Ende her aufzurollen, wirkt meist spannender als die Reihenfolge Auslöser–Konflikt–Ergebnis. Denn so wird der Leser zum Miträtseln motiviert und fragt sich: Warum reagieren die Protagonisten so? Was ist passiert?



Das Jahr 1315. Überrascht vom wehrhaften Brückenturm, spannt sich die neue Steinbrücke über die Lahn. Pferdekarrn rumpeln heran, auf dem Weg von Antwerpen nach Byzanz. Hochbeladen zahlen sie ihren Zoll. (Charaktere) Und hoffen, dass sie wenige Meter weiter nicht stecken bleiben. (Konflikt) Bereits in Köln wurden sie gewarnt: vor der engsten Durchfahrtsstelle auf dem 1000 km langen Handelsweg. (Ereignis) Mitten in Limburg. Bis heute ist der Engpass dort zu finden. In der Fahrgasse ist er zu besichtigen. Wer die Augen schließt, kann das Pferdegetrappel vielleicht noch hören. (Bezug zum Leser)

Dass ein Ereignis, das viel Potenzial für eine interessante Geschichte hat, auch langweilig erzählt werden kann, zeigt die Geschichte von der Erfindung des Strandkorbes:

Sogar der Strandkorb wurde hier erfunden. Das erste Modell fertigte 1882 der Korbmacher Wilhelm Bartel für eine gewisse Elfriede von Maltzahn. Seitdem zählen die geflochtenen Windschützer ... zu den Markenzeichen der Ostseebäder.



Eine kurze Recherche auf der Webseite der Firma Bartelmann (nicht Bartel wie im Text erwähnt) ergibt, dass Elfriede von Maltzahn anscheinend eine eigenwillige Dame war, die sich von ihrem Strandkorb auch nicht durch den Spott ihrer Zeitgenossen hat abbringen lassen. Ein schönes Detail, das aus dem Ereignis eine Geschichte macht, denn jetzt kommt ein Konflikt hinzu:

Sogar der Strandkorb wurde hier erfunden. Als „aufrecht stehenden Wäschekorb“ musste Elfriede von Maltzahn ihre Sitzgelegenheit verspotten lassen. (Konflikt) 1882 war die rheumaleidende Dame (Charakter) beim Korbmacher Wilhelm Bartelmann erschienen und hatte einen Schutz vor allzu viel Sonne und Wind bestellt. (Auslöser) Trotz anfänglicher Skepsis fand ihr Korbgestell bald Nachahmer und heute ist ein Ostseebad ohne die geflochtenen Windschützer undenkbar. (Ergebnis und Bezug zum Leser)



Die zentrale Figur muss keine Person, sondern kann auch ein Naturereignis sein. Im nächsten Textbeispiel wird das Meer zum Protagonisten, der mit widrigen Herausforderungen zu kämpfen hat. Darüber hinaus ist der Text ein wunderbares Beispiel dafür, wie man ein Sujet, das hundertmal beschrieben wurde, neu beleben kann. Mit ungewöhnlichen Bildern, Vergleichen und genauer Beobachtung.

Im Herbst und Frühjahr inszeniert die Ostsee gern eine Rhapsodie in Grau. Wie flüssiges Blei liegt das Wasser dann da. Matt und stumpf. Zu keiner größeren Woge fähig. (Charakter) Fahl senken sich wallende Nebel und schwere Wolken herab.



Wenn die Tage kürzer werden, gerät die See regelmäßig in Ekstase. (Ereignis) Meist bringt ein atlantischer Tiefausläufer sie zur Weißglut. Dann schaukelt sie sich düster auf und bläst zum Angriff auf die Küste. (Konflikt) Mit Schaum vor den Wogen stürzen in immer kürzeren Abständen meterhohe Wasserberge donnernd auf das Ufer. (Ergebnis) (Mecklenburg-Vorpommern.)

| Drüberlesen oder einsteigen

Vor allem die Historie steckt voller Geschichten, skurriler Charaktere und folgenschwerer Ereignisse. Doch gerade hier ist es nicht damit getan, die historischen Gegebenheiten chronologisch abzuhandeln. Denn der Erinnerungswert solcher Schilderungen ist gleich null. Wer soll sich all die Erbauungsdaten, Zerstörungsjahre und Stilelemente der unzähligen Kirchen, Klöster, Burgen und Schlösser merken, für die geworben wird. Zudem stellt sich die Frage: Ist das Jahr der Erbauung wirklich so interessant? Vielleicht ist der Erbauer viel spannender. Weil er eine seltsame Leidenschaft pflegte oder in einen hartnäckigen Konflikt verwickelt war. Dass sich Geschichte so und so erzählen lässt, zeigen die beiden folgenden Textvergleiche:

Klassische Beschreibung	Modernes Storytelling
<p>Pfalzgrafenstein</p> <p>Eine der nie zerstörten Burgen am Rhein. Im Gegensatz zu den meisten anderen Burgen und Schlössern am Rhein wurde der Pfalzgrafenstein bei Kaub aus rein wirtschaftlichen Gründen errichtet: Er diente immer als Zollstation. Mitten im Rhein, auf einer Insel liegend, wird diese Funktion auch an der Lage deutlich.</p> <p>1327 begannen die Pfalzgrafen, die aus der Familie der Wittelsba-</p>	<p>Ein Schiff aus Stein</p> <p>Auf reichlich Ärger stößt 1326 der Bau der Pfalzgrafenstein, heute kurz Pfalz genannt. Mitten in den Rhein hat Ludwig der Baier einen Turm gestellt, natürlich der Zölle wegen. Damit aber kommt er den Erzbischöfen von Mainz, Trier und Köln in die Quere, die unter anderem in Koblenz und Bingen die Hand aufhalten. Sogar Papst Johannes XXII. mischt sich ein. Er will den Turm zerstören lassen,</p>

Klassische Beschreibung	Modernes Storytelling
<p>cher stammten und an die der Löwe und die weiß-blauen Rauten erinnern, mit dem Bau der Burg. Der Papst protestierte, denn die Kirche selbst war an den Zolleinnahmen interessiert – jedoch ohne Erfolg. Bis in das 18. Jahrhundert wurde die Zollstation immer weiter ausgebaut. Erst 1866, als mit dem Herzogtum Nassau auch Kaub und der Pfalzgrafenstein preußisch wurden, verließen die Zollbeamten endgültig die Burg. Die Geschichte der Zollstation war damit zu Ende.</p>	<p>was Ludwig zu weiteren Baumaßnahmen treibt. 1340 lässt er die sechseckige Ringmauer errichten, die 12 Meter hoch über den Rhein ragt, sodass selbst die kleinste Schaluppe nicht ungesehen passieren kann. Wer an Kaub vorbeizugibt muss zahlen. Zu erreichen ist die Pfalz mit einem Boot von Kaub aus.</p>
<p>Clemenskapelle Die ehemalige Pfarrkirche St. Clemens liegt malerisch am Rheinufer. Die spätromanische Pfeilerbasilika stammt aus der Zeit um 1220/1230. Sie ist das geografisch am weitesten südlich gelegene, vollständig erhaltene Beispiel der niederrheinischen Architektur, erkennbar unter anderem an der lebhaften Farbfassung, den Kleeblattfenstern und der Blendrosette im Westgiebel. Neben der alten Pfarrkirche steht die St. Michaelskapelle, das ehemalige Beinhaus der Gemeinde aus der ersten Hälfte des 15. Jahrhunderts.</p>	<p>Der Mann ohne Kopf Auf eine schauerliche Sage gehen die Ursprünge der Clemenskapelle zurück: Bei der Zerstörung von Reichenstein und Sooneck 1282 durch König Rudolf von Habsburg fallen ihm die Bewohner von Burg Sooneck in die Hände. Der zum Strang verurteilte Burgherr fleht den König an, seine sechs Söhne leben zu lassen. Der sagt zu, wenn es ihm gelinge, enthauptet an der Reihe seiner Söhne entlangzugehen. Das Unglaubliche geschieht: Er schafft es und die Sage „Mann ohne Kopf“ ist geboren. Die Wirklichkeit allerdings ist weit weniger „sagenhaft“. Sämtliche Burgmänner werden aufgehängt, eine für Edelleute schändliche Strafe. An der Hinrichtungsstelle lassen die Angehörigen eine Kirche errichten. Zu finden ist der spätromanische Bau am Fuß von Burg Reichenstein.</p>

Haben Sie sich beim Lesen beobachtet? War die Lesebereitschaft in beiden Spalten gleich? Oder sind Ihre Gedanken bei den linken Texten spätestens bei der Hälfte des Textes spazieren gegangen? Hatten Sie das Gefühl, etwas zu versäumen, wenn Sie nicht weiterlesen? Hatten Sie das Gefühl, etwas Interessantes zu erfahren? Und nun fragen Sie sich, wie viele von diesen historischen Beschreibungen, Jahreszahlen, Burgnamen und ihrer Besitzer Sie schon in Broschüren, im Internet oder vor Ort auf erklärenden Tafeln gelesen haben? Und wie viel davon Sie sich behalten haben? Oder haben Sie öfter gedacht: Das ist ja verrückt. Das hätte ich gar nicht gedacht. Vermutlich nicht.

| Der Mann ohne Kopf

Natürlich fängt eine Geschichte nicht erst im sogenannten Bodytext an, sondern schon in der Headline. Denn schon hier soll Spannung erzeugt und neugierig gemacht werden. Auch die Headlines der zwei Textvergleiche zeigen: „Der Mann ohne Kopf“ ist interessanter als die nüchterne „Clemenskapelle“. In der Headline „Der Mann ohne Kopf“ deutet sich schon die Geschichte an: der Konflikt, den es gegeben haben muss, und das schaurige Ergebnis. Der Leser will mehr wissen, will erfahren, wie es dazu kam. Das Gleiche gilt für das „Ein Schiff aus Stein“ contra „Pfalzgrafenstein“. Burgnamen gibt es viele, aber ein Schiff aus Stein ganz sicher nicht. Auch das folgende Beispiel einer Zwischenüberschrift zeigt: Vier Worte reichen, um eine Geschichte anzudeuten:



Löwenmälchen auf der Flucht

In diesen vier Wörtern wird der Protagonist erwähnt, das Ergebnis und ein Konflikt angesprochen, der offensichtlich für das Ergebnis verantwortlich ist: die Flucht des Löwenmälchens. Und die Headline macht neugierig. Denn ein Löwenmälchen auf der Flucht ist weder alltäglich noch auf Anhieb zu verstehen. Im Text heißt es dann:



Auch rund um die Burgen und Ruinen hat sich eine eigene Flora ausgebreitet: die Flüchtlinge aus den Burggärten. Einst von den Burgbewohnern gehegt und gepflegt, sind zahlreiche Heil- und Zierpflanzen im Laufe der Jahrhunderte aus ihrem Gehege geflohen. Darunter auch das große Löwenmäulchen ebenso wie die Deutsche Schwertlilie.

6.3 | Versailles und Coca-Cola: die Inhalte Ihrer Geschichten

Während sich Marken ihre Geschichten meist mühsam konstruieren müssen, gilt es, sie im Tourismus nur zu finden, zu recherchieren und spannend zu erzählen. Welche Geschichten Sie auch immer ausgraben: Versuchen Sie, das Besondere darin zu finden. Wo ist der Konflikt, der Dreh- und Angelpunkt? Welche Macken haben die Protagonisten? Wie haben Zeitgenossen reagiert? Welche Folgen hat die Geschichte? Nicht schon hundertmal Erzähltes noch einmal erzählen. Viel wichtiger als eine lange Geschichte, die nach allen Regeln des Plotaufbaus konstruiert ist, ist eine kurze, die einen markanten, vielleicht sogar skurrilen, auf jeden Fall „merkwürdigen“ Punkt aufgreift.

Selbstverständlich stammen erzählenswerte Geschichten nicht nur aus der Vergangenheit. Auch die Gegenwart ist eine reiche Fundgrube für Storytelling. Hierbei ganz wichtig ist die Authentizität, die Wahrhaftigkeit. Statt alles schönzumalen und kitschige Klischeebilder zu zeichnen, besser lebendige Geschichten erzählen, die durchaus auch die Probleme einer Region thematisieren dürfen. Gute Tourismuswerbung gleicht mehr einem guten, seriösen Reiseführer. Daher dürfen auch schwierige Themen aufgegriffen werden. Geht die Bevölkerung zurück? Was hat das für Konsequenzen, wie geht man damit um? Ist die Arbeitslosigkeit hoch? Warum?

Wichtig ist, nicht nur das Problem, sondern auch Lösungsansätze zu skizzieren. Darzustellen: Wir tun was. Wir machen uns Gedanken.