

STORYTELLING LIBRARY

Books for Storytellers

Worth Reading (in English & German)

My very personal rating:

*** definitely worth reading | ** good to read | * can be read

Theory of Storytelling

<u>Heider, Fritz / Simmel, Marianne: An Experimental Study on Apparent Behavior.</u>	The American Journal of Psychology, Vol. 57. No.2, University of Illinois Press April 1944, pp. 243-259, Stable URL: http://www.jstor.org/stable/1416950	University of Illinois Press 1944	Why people see stories everywhere	***
<u>Booker, Christopher: The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories</u>	"This book at last provides a comprehensive answer to the age-old riddle of whether there are only a small number of 'basic stories' in the world. Using a wealth of examples, from ancient myths and folk tales via the plays and novels of great literature to the popular movies and TV soap operas of today, it shows that there are seven archetypal themes which recur throughout every kind of storytelling." (amazon)	Bloomsbury UK 2006	Fundamental story plots	***
<u>Gottschall, Jonathan: The Storytelling Animal. How Stories make us Human</u>	„Humans live in landscapes of make-believe. We spin fantasies. We devour novels, films, and plays. Even sporting events and criminal trials unfold as narratives. Yet the world of story has long remained an undiscovered and unmapped country. Now Jonathan Gottschall offers the first unified theory of storytelling. He argues that stories help us navigate life’s complex social problems—just as flight simulators prepare pilots for difficult situations. Storytelling has evolved, like other behaviors, to ensure our survival. Drawing on the latest research in neuroscience, psychology, and evolutionary	First Mariner Books 2012.	Why we tell stories	***

	biology, Gottschall tells us what it means to be a storytelling animal and explains how stories can change the world for the better. We know we are master shapers of story. The Storytelling Animal finally reveals how stories shape us." (amazon)			
<u>Paul Zack: »Why Your Brain Loves Good Storytelling«</u>	Paul Zack on the importance of hormones and neurons in storytelling - his studies on storytelling have changed the way we look at this communication technique. See also the video from them Storytelling conference "Future of Storytelling"	Harvard Business Review, Oct 2014	How stories work	***
<u>Breithaupt, Fritz: Das Narrative Gehirn - Was unsere Neuronen erzählen.</u>	Breithaupt ist Kognitionswissenschaftler und Germanist an der Indiana University in Bloomington/USA - und als solcher hat er einen ganz besonderen Blick auf "Geschichten". Spannend, wie ein Neurowissenschaftler auf Anfang, Mitte und Ende einer Story blickt und wie er die verschiedenen Wirkweisen einer Geschichte analysiert. Vieles davon ist schon bekannt, Breithaupt kann es aber mit Studien belegen - dadurch bekommt das Buch neue Relevanz. Ganz besonders gefallen hat mir das Kapitel über "Vulnerabilität", die er anhand der Protagonisten und Protagonistinnen in Märchen der Gebrüder Grimm erläutert, denn fast alle Märchenfiguren in der Titelrolle sind verletzte, zarte Wesen, sind unschuldige Kinder oder beschützenswerte, zarte Frauenfiguren (ein Aspekt, den Disney später komplett auf den Kopf stellen wird, aber das ist eine andere Geschichte). Breithaupt analysiert auch die Erfolgskriterien von Stories - anhand von "Stille-Post-Spielen". Dabei bittet er Testpersonen eine Geschichte a la "Stille-Post" immer weiter zu erzählen - von Person zu Person. Am Ende überprüft er dann, was hinten rauskommt. Sehr interessant und lesenswert.	Suhrkamp, 2022	Wie Geschichten wirken und warum wir mehr erzählen sollten	**
<u>Schapp, Wilhelm: In Geschichten verstrickt. Zum Sein von Mensch und Ding.</u>	"Wilhelm Schapp ist der Vater der Geschichtenphilosophie", so beginnt das Vorwort zu fünften Auflage dieses hochtheoretischen Werkes über die Verstrickung von Menschen in ihre Geschichten und die Verstrickung von Geschichten in Menschen. Berits in den 50ern machte Schapp darauf aufmerksam, wie entscheidend Geschichten für die Identität von Menschen sind und wie sich Gruppen und auch Nationen auf Geschichten als gemeinsamen Bedeutungsrahmen berufen: "Wir Menschen sind immer in Geschichten verstrickt. Zu jeder Geschichte gehört ein darin Verstrickter, Geschichte und In-Geschichte-verstrickt-sein gehören so eng zusammen, dass man beides vielleicht nicht einmal in Gedanken trennen kann."	Vittorio Klostermann, 1. Auflage 1953	Narrative	**

Corporate Storytelling

<p><u>Monarth, Harrison: »The Irresistible Power of Storytelling as a Strategic Business Tool«</u></p>	<p>"It's not often that you hear Budweiser and Shakespeare mentioned in the same breath. But according to new research from Johns Hopkins University, the Bard's deft application of storytelling techniques featured prominently in the beer company's Super Bowl commercial..."</p>	<p>Harvard Business Review Blog, 11.3.2014</p>	<p>Why stories are persuasive</p>	<p>★★★</p>
<p><u>Orme, Greg: »Leading Organisational Change? To Spark Action, Tell A Hollywood Story«</u></p>	<p>"The <i>Avatar</i> sequel <i>Way of Water</i> is breaking box office records. Like other blockbuster franchises such as <i>Harry Potter</i>, the <i>Avengers</i> and <i>Star Wars</i> series, the movie uses a narrative approach which transforms brain chemistry. This powerful storytelling technique can be used by leaders attempting to drive change in their organisations..."</p>	<p>Forbes, Feb 2023</p>	<p>How to use Hollywood stories for your team</p>	<p>★★★</p>
<p><u>Tomboc, Kai: »The Power of Business Storytelling«.</u></p>	<p>Pragmatic tips and best examples from 9 experts</p>	<p>Aug 30, 2023 on Piktochart</p>	<p>Marketing, Corporate Storytelling</p>	<p>★</p>
<p><u>Boje, David M: <i>Storytelling Organizations</i>.</u></p>	<p>This book is the exact opposite of Ralph Stieber's "Storyseller" (see further down in this list). Stieber offers a pragmatic how-to book with lots of truisms. Not very technical or even scientifically proven. But easy to read and thoroughly inspiring. The exact opposite is the book by David M Boje, US professor of ... well, what actually... in any case: management and the associated "storytelling for companies". Boje has made the subject of narrative management and corporate storytelling his specialty and that's how he writes. I don't think I'm the only one who has to admit that you have to read some of his sentences two or even three times. And that's not because of the English (or either). Boje not only develops his own scientific thesis on the subject, but also introduces his very own vocabulary, such as antenarrative. <i>Storytelling Organizations</i> is one of his classics - he has written over 17 books on the subject of narrative management and is certainly one of the professional greats in this field. If it weren't for his penchant for spirituality and shamanism... all this, combined with the highly complex thinking of his books ... make it difficult for me to follow him and thus to derive any real added value from his theses. But that is entirely my problem.</p>	<p>SAGE 2008</p>	<p>Corporate Storytelling - Narrative Management - Internal Communications</p>	<p>★</p>

pssst ...

<p>Fog, K. / Budtz, C. / Yakaboylu, B.: <u>Storytelling - Branding in Practice.</u></p>	<p>It's incredible that this practical guide to branding and storytelling dates back to 2005. How little it was heard. Or application. It would take over ten years for most of these tips to be put into practice in marketing and corporate communications. Fog, Budtz and Yakaboylu were way ahead of their time. So today - almost twenty years after the book was published - it all reads like a matter of course. And yet it is worth taking a look at this book, because there is no easier way to explain storytelling. And it mentions a number of customer examples and brand stories as illustrative material that will later be referred to again and again in the specialist literature. You could almost say that this book is the source of several books on storytelling that were to follow later.</p>	<p>Springer 2005</p>	<p>Corporate Storytelling - Marketing</p>	<p>★</p>
<p>Schach, Annika: <u>Storytelling und Narration in der Public Relations</u></p>	<p>Schach präsentiert in diesem Buch die fundamentale Grundlagen, um einen fachlichen von einem narrativen Text unterscheiden zu können. Ein absolutes Must-Read für alle Storyteller in Marketing und PR.</p>	<p>SpringerVS, 2016</p>	<p>Differenzierung fachliche versus narrative Texte</p>	<p>★★★</p>
<p>Fischer-Appelt, Bernhard: <u>Zukunftslärm - Welche Erzählungen helfen, das Morgen zu gestalten.</u></p>	<p>Herrje, schon wieder so ein Buch, das mich wütend macht. Eigentlich hoffte ich auf ein paar kluge Worte. Von einem Kommunikationsprofi. Denn Bernd Fischer-Appelt ist einer der beiden Brüder, die die gleichnamige PR-Agentur gegründet hat. Doch leider kommt die Kompetenz dieses PR-Profis kaum zum Tragen. Stattdessen störe ich mich an ganz vielen Mängeln wie zum Beispiel, dass das Wort "Narrativ" einfach wahllos immer und immer wieder verwendet wird, ohne es genau zu definieren. Ganz ähnlich wie bereits bei Samira El Quassil und Friedemann Karigs "Erzählende Affen". Was ist nur passiert? Warum wird "Narrativ" wie ein Füllwort verwendet und einfach überall unreflektiert in Sätze eingestreut, wo Worte wie "Überzeugung", "Meinung", "Botschaft" viel besser und klarer wären. Ich verzweifle an diesem unwissenschaftlichen Ansatz. Und das Schlimmste ist: immer, wenn irgendwo "Narrativ" steht, dann hört sich der dazu passende Satz so philosophisch oder gar strategisch an. Doch meistens ist es nur heiße Luft, die da dargestellt wird. In Fischer-Appelts Buch geht es mir an vielen Stellen so. Hinzu kommt, dass er sich auch gerne an alten Beispielen bedient, die wir schon all zu oft gehört haben wie z.B. "Kennedy und die Mondlandung" oder "Brand und der Prager Kniefall" oder "Elon Musk". Und leider zitiert Fischer-Appelt dann wohl auch immer Sekundärliteratur - verbreitet also Angelesenes. So verbreiten sich die immer gleichen Geschichten immer weiter - egal ob stimmig oder nicht. Das Buch basiert ohnehin viel auf "eigener Meinung" und "eigenen Eindrücke" und weniger auf hart recherchierte Fakten. Das macht dieses Fachbuch auch etwas gefährlich, denn es ist letztendlich nur ein Meinungsbuch. Sehr klar wird das im letzten Kapitel, wo Fischer-Appelt zahlreiche Appelle veröffentlicht, die alle irgendwie auf das amerikanische "You can do it" hinauslaufen. Vielleicht ist sein Buch auch gar für den amerikanischen Markt geschrieben und scheitert daher an der kritischen Haltung deutscher Leser (oder meiner), denn schon im Vorwort entschuldigt er sich, dass das Buch in englischer Sprache geschrieben wurde und die deutsche Übersetzung an manchen Stellen holprig ist. Das stimmt leider. Aber auch die besten Übersetzung kann nicht als</p>	<p>Münchener Verlagsgruppe, 2022</p>	<p>Marketing - Corporate Storytelling</p>	<p>★</p>

Erklärung dienen, dass sein Modell der "Fünf Kräfte für ein Zukunftsnarrativ" dünn ist und dass damit die Frage nach der Bedeutung von "Zukunftslärm", die sein Buchtitel verspricht, leider nicht eingelöst wird. Schade, da wäre mehr möglich gewesen. Großartig finde ich einzig den Anfang, in dem er Utopie und Dystopie gegenüberstellt und ihre Bedeutung für eine erfolgreiche Kommunikation kommentiert. Leider wirds danach dann schwurbelig. So jedenfalls mein Eindruck.

Frenzel, K. / Müller, M. /
Sotton, H.: Storytelling - Das
Praxisbuch.

Zwei Jahre nach dem "Harun-al-Raschid-Prinzip" haben Frenzel, Müller und Sotton so viel Erfahrung mit ihrem narrativen Ansatz gesammelt, dass sie ein Praxisbuch veröffentlichen. Und in der Tat ... es ist sehr anschaulich und leicht verständlich geschrieben. Ist voll gespickt mit Tipps und Anleitungen, um Storytelling-Workshops in Unternehmen und Organisationen durchzuführen. Und die Autoren zählen auch viele Anlässe auf, zu denen ein narrativer Ansatz passt. Und doch bleiben am Ende des Buches viele Fragen offen - zu offensichtlich sind manche Workshopkonzepte, zu simplifiziert manch Einladung zum Storytelling. Irgendwie scheint dann doch alles ziemlich mit Wasser gekocht und gar nicht sooo sophisticated. Wer es also sehr praktisch mag, für den ist das Buch bestens geeignet und keineswegs veraltet. Mir ist allerdings am Liebsten die Begründung für Storytelling, denn die Autoren zeigen sehr anschaulich den Unterschied zwischen argumentativem Denken und narrativem Denken. Und sie plädieren für eine Ausgewogenheit:
"Nur wenn beide Arten des Denkens zum Tragen kommen, ist erfolgreiches Handeln - im Unternehmen ebenso wie in vielen anderen Lebensbereichen - möglich. Einseitig argumentatives Denken ist in Gefahr, wichtige Realitätsbereiche auszugrenzen und zudem in seinen Fakten zu erstarren, nicht Neues zu schaffen, Zusammenhänge und Wirkfaktoren auszublenden, die man einfach nicht 'auf der Rechnung' hatte. Einseitig narratives Denken würde ebenso wichtige Realitätsbereiche ausgrenzen und wäre in Gefahr, sich im luftigen Raum der Geschichte und der Möglichkeiten ohne Anbindung an die Realität zu verzetteln."

Hanser, 2006

Marketing und
Corporate Storytelling

★

Storytelling in Marketing & Sales

<p><u>Smith, Paul: Sell with a story – How to capture attention, build trust, and close the sale</u></p>	<p>“A well-crafted story can pack the emotional punch to turn routine presentations into productive relationships. In Sell with a Story, organizational storytelling expert and author Paul Smith focuses his popular and proven formula to the sales arena.” (amazon)</p>	<p>Amacom, 2017</p>	<p>Storytelling in sales, marketing and research</p>	<p>**</p>
<p><u>Grytzmann, Oliver: Storytelling im Vertrieb: Eine Schritt-für-Schritt-Blaupause für gewinnende B2B-Verkaufs-Gespräche</u></p>	<p>“Grytzmann zeigt an zahlreichen Beispielen, wie Sie mit Storytelling klare mentale Bilder in die Köpfe der Entscheider setzen – bei Außendienst-Einsätzen, Entscheider- und Einkaufsgremien, Vorträgen vor Fachpublikum und bei einem Pitch. Mithilfe dieser mentalen Bilder verstehen Entscheider Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung schneller und besser, weil Bilder im Kopf hängen bleiben und Entscheider zu einer Story viel leichter eine emotionale Bindung aufbauen. Drei Vorteile, mit denen Sie als Vertriebler zum Vertragsabschluss kommen.” (amazon)</p>	<p>Springer Gabler, 2020</p>	<p>Wie man Geschichten im Verkaufsgespräch nutzt</p>	<p>***</p>
<p><u>Sammer, Petra: Storytelling – Strategien und Best Practices für PR und Marketing</u></p>	<p>„Gute Geschichten ziehen uns in ihren Bann, bewegen uns und bleiben uns in Erinnerung. Wer etwas zu sagen hat, tut deshalb gut daran, Geschichten zu erzählen. Das erkennen auch immer mehr Kommunikationsprofis aus Marketing und PR: Mit rein rational vermittelten Informationen finden sie bei ihren Zielgruppen deutlich schwerer Gehör als mit Stories, die Kopf und Herz ansprechen. Storytelling hat sich deshalb in den letzten Jahren zu einer unverzichtbaren Technik moderner Unternehmenskommunikation entwickelt. Dass Storytelling nicht bloß ein Modebegriff für etwas Altbekanntes ist, sondern eine Kunst, die zu beherrschen sich lohnt, beweist Petra Sammer in diesem Buch – unterhaltsam, praxisnah, mit vielen Tipps und Checklisten.“ (amazon)</p>	<p>O’Reilly, 2017</p>		
<p><u>Rorig, Daniela: Texten können: Das neue Handbuch für Marketer, Online-Texter und Redakteure</u></p>	<p>Ein Praxisbuch mit wirklich wertvollen Tipps zum Texten von Web-Stories, Newsletter, Flyer, Webseiten, ... einfach allen Texten, die man im Marketing und in der PR brauchen kann. Absolute Leseempfehlung</p>	<p>Rheinwerk, 2020</p>	<p>Text-Training</p>	<p>***</p>

Personal Storytelling

Simmons, Annette: Whoever Tells The Best Story Wins. How To use your own stories to communicate with power and impact.

I devoured Annette Simmons' first book, "Story Factor" from 2006. Perhaps because the topic of storytelling was still so new to me years ago and I was simply impressed by how many possibilities you have with this communication method. However, this more recent book - and this one is already seven years old - I unfortunately put it down again quickly, or rather, after reading it at first, I quickly leafed through it. Unfortunately, this is probably due to the lack of insight and the overly stringent structure of the book. Simmons sticks to her own prescribed order of story categories, which she probably advises every one of her clients to follow. From her point of view, it is crucial to have six different stories ready: 1. Who-I-Am-Stories, 2. Why-I-Am-Here-Stories, 3. Teaching Stories, 4. Vision Stories, 5. Value-in-Action Stories and 6. I-Know-What-You-Are-Thinking-Stories. This scheme sounds a lot like Stephen Denning to me, who recommends a similar series in his book "The Leader's Guide to Storytelling". And then she reports in great detail on individual consulting sessions with customers and what she learned from them. None of this is wrong. But somehow not exciting or new either. However, I particularly like the train of thought at the beginning, namely that the view of facts is like a picture puzzle. Some people only see bare facts and others see a story in them. And it's best if you can switch back and forth between the two perspectives - just like a picture puzzle. And you shouldn't be afraid to try out both ways of looking at things: "Learning to think in story does not erode your ability to think in objective terms." (Annette Simmons)

Amacom,
2015

Finding your own Story **

Leadershipskill Storytelling

<u>Denning, Stephen: The Leaders's Guide to Storytelling</u>	The ultimate bible for Corporate Storytelling and how leaders can and should use storytelling to guide a team.	Jossey Bass, 2011	How leaders become better with stories	★★★
<u>McKee, Robert / Fryer, Bronwyn: »Storytelling that Moves People«</u>	"Persuasion is the centerpiece of business activity. Customers must be convinced to buy your company's products or services, employees and colleagues to go along with a new strategic plan or reorganization, investors to buy (or not to sell) your stock, and partners to sign the next deal. But despite the critical importance of persuasion, most executives struggle to communicate, let alone inspire. Too often, they get lost in the accoutrements of company-speak: PowerPoint slides, dry memos, and hyperbolic missives from the corporate communications department. Even the most carefully researched and considered efforts are routinely greeted with cynicism, lassitude, or outright dismissal..."	Harvard Business Review, June 2003	The difference between business talk and storytelling	★★★
<u>Duarte, Nancy: resonate Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences</u>	"Reveals the underlying story form of all great presentations that will not only create impact, but will move people to action. Presentations are meant to inform, inspire, and persuade audiences. So why then do so many audiences leave feeling like they've wasted their time? All too often, presentations don't resonate with the audience and move them to transformative action." (amazon)	Random House, 2010	The structure of great presentations and speeches – and their stories	★★★
<u>Steinbrück, Lenny: Leadership Storytelling.</u>	Wie wirkungsvoll ist Storytelling im Unternehmen? Lenny Steinbrück zeigt in dieser wissenschaftlichen Arbeit - mit einigen Experteninterviews (einer der Experten durfte ich sein) die Bedeutung von Storytelling "Sensemaking" und "Change Management" - also die Sinnstiftung und die Organisation von Veränderung. Ganz nach dem Motto von S. Salicru: "Beim Storytelling geht es weniger um das Streben nach der wissenschaftlichen Wahrheit, sondern um das Kreieren von plausiblen Zusammenhängen."	Moderne Management-ansätze, 2023	Corporate Storytelling, Ansätze für Führungskräfte, (wissenschaftliche Arbeit)	★
<u>Müller, Michael / Erlach, Christine: »Geronnene Erfahrung - Geschichten als Grundlage der Unternehmenskultur«.</u>	https://zoe-online.org/erfahrung/geronnene-erfahrung/	Organisations Entwicklung, 2023	Storytelling als Führungsinstrument / narrative Organisationsberatung	★★

pssst ...

<u>Frenzel, K. / Müller, M. / Sottong, H.: Storytelling - Das Harun-al-Raschid-Prinzip. Die Kraft des Erzählens fürs Unternehmen nutzen</u>	<p>Das Buch müsste eigentlich ein Klassiker der Storytelling-Literatur sein. Schon zu Beginn der 2000er, als eigentlich noch niemand die Kraft des Erzählens im professionellen Umfeld, auf dem Schirm hatte, haben Frenzel, Müller, Sottong hier schon ausführlich die Vorzüge des Storytellings im Unternehmen beschrieben und ganz praktische Anwendungsmöglichkeiten aufgezeigt. Aber wahrscheinlich waren sie ihrer Zeit einfach voraus, denn erst zehn Jahre später brach der Hype um den Begriff "Storytelling" dann erst wirklich los. Nicht unbedingt hilfreich für das Buch ist vielleicht aber auch der im Untertitel angekündigte Theorieansatz, bzw. der Name des Theorieansatzes "Harun-al-Raschid-Prinzip". Das klingt irgendwie märchenhaft. Und leider auch nicht nach einer ernst zunehmenden Methodik.</p> <p>Harun al-Raschid war im 7. Jahrhundert Kalif in Bagdad und so mit einer der mächtigsten Herrscher des Orients. Er hatte Zugang zu Wissenschaftlern, Dichtern, Gelehrten - aber er wollte sich nicht nur auf die Experten verlassen. Deshalb verließ er seinen Palast und schlich verkleidet durch die Straßen seiner Stadt, um die Geschichten der einfachen Leute zu hören. Ein paar nette Prinzipien verbergen sich hinter dem Verhalten von al-Raschid, aber so wirklich taugt das dann doch nicht für eine Storytelling-Theorie, die in der Unternehmenskommunikation überzeugen will. Vielleicht auch ein Grund, warum das Buch nicht ganz seine Wirkung in der Breite entfalten konnte. Ganz großartig - und mein absolutes Highlight - ist jedoch der Anfang. Da wird die Geschichte eines Mannes erzählt, der einen Deal mit dem Tod eingeht. Er darf weiterleben, so lange er keine Geschichten erzählt. Was sich anhört wie eine Abwandlung des "Brandner Kasper", der den Tod mit Schnaps überlistet, entpuppt sich dann doch aber als ganz besondere Parabel - denn natürlich leidet die arme Seele Höllenqualen auf Erden. Denn Kommunikation ohne Geschichten ist fast nicht möglich - und wenn, dann sehr seelenlos. Und so hat er dann eben doch seine Seele verkauft.</p>	Hanser, 2004	Narrative Organisation und Narratives Management	★★
<u>Sammer, Petra: What's your Story? Leadership Storytelling für alle, die etwas bewegen wollen</u>	<p>„In ihrem aktuellsten Buch demonstriert Storytelling-Expertin Petra Sammer, wie Sie mit überraschenden, emotionalen und einprägsamen Stories Ihre Mitarbeiter und Teams, B2B-Kunden und Stakeholder motivieren und überzeugen. Anschaulich bringt sie auf den Punkt, warum Stories so viel effektiver sind als eine ausschließlich faktenbasierte Kommunikation und wie Sie Storytelling zu Ihrem Führungsinstrument machen – wie gewohnt ganz praktisch und mit zahlreichen inspirierenden Beispielen.“ (amazon)</p>	O'Reilly, 2019	Storytelling für Rede und Präsentation	

Journalism & Storytelling

<p><u>Moreno, Juan: Tausend Zeilen Lüge - Das System Relotius und der deutsche Journalismus. Dokumentarisches und Autobiographisches</u></p>	<p>Eine herrliche Abrechnung des Journalisten Moreno mit seinem ehemaligen Arbeitskollegen Claas Relotius, der die Form des narrativen Journalismus zur Blüte führte und auch ins unermessliche korrumpierte. Man lernt einiges über Relotius und wie er zum Betrüger werden konnte. Vor allem aber lernt man viel über den Journalismus allgemein und wie fragil des System ist. Und auch über den Autor, der nicht davor scheut, sich selbst ins Spiel zu bringen und uns auf seiner Reise durch Zweifel und Hoffnungen an seinem Beruf mitzunehmen. Sehr unterhaltsam geschrieben und angenehmen leicht lesbar.</p>	<p>Rowohlt, 2019</p>	<p>Narrativer Journalismus</p>	<p>★★★</p>
<p><u>Marie Lampert: Praxisbeispiele</u></p>	<p>Marie Lampert zeigt anhand konkreter Textbeispiele, wie man journalistisch wirklich gut erzählt: https://www.marielampert.de/praxisbeispiele/</p>		<p>Text-Training</p>	<p>★★★</p>

Political Storytelling

<p><u>Solnit, Rebecca: Whose Story is This? Old Conflict, New Chapters.</u></p>	<p>In this little booklet, activist and feminist Rebecca Solnit vividly summarizes the extent to which people's views and attitudes - especially in the highly controversial American society - depend on the respective story and who is telling it. She deliberately takes current stories and news on topics such as Black Life Matters or Metoo and dissects in detail how these stories are consciously and unconsciously, cleverly or clumsily used for the respective purposes - depending on the narrator and the associated coloring of the narrative. Rebecca Solnit thus provides direct proof of Wilhelm Schapp's thesis that we humans are deeply entangled in stories and are usually unable to free ourselves from them.</p>	<p>Haymarket Books, 2019</p>	<p>Political Narratives</p>	<p>★★</p>
<p><u>El Quassil, Samira / Karig, Friedemann Karig: Erzählende Affen. Mythen, Lügen, Utopien. Wie Geschichten unser Leben bestimmen.</u></p>	<p>Jemand sagte über dieses Buch: "Da haben sich zwei Autoren ganz viel Mühe gegeben." Ja, das kann man über El Quassil und Karig sagen. Sie waren fleißig. Sie haben viele Themen zusammengetragen, die mit Narrativen und Storytelling in Verbindung gebracht werden können - von der Bibel bis zu Cancel Culture. Aber das ist leider auch die Schwäche des Buches. Denn mit all der Sammelwut kommt gar nicht zum Tragen, was die Autoren vermitteln wollen. Außer der Tatsache, dass jegliche Form der Kommunikation eine Form des Geschichtenerzählens ist. Aber mit dieser allumfassenden Definition wird natürlich auch alles beliebig. So richtig der Hinweis auch ist,</p>	<p>Ullstein, 2021</p>	<p>Die Bedeutung von Narrativen und Geschichten auf unsere Gesellschaft und einfach alles</p>	<p>★★</p>

dass Narrative und Erzählungen das Zusammenleben von Menschen beeinflussen, so altbekannt ist er. Doch es ist ok, dies einem Publikum immer wieder zu erzählen und darauf hinzuweisen. Trotzdem stehe ich dem Buch kritisch gegenüber - und das hat mit der wissenschaftlichen Herangehensweise am Anfang des Buches zu tun. Da werden die Begriffe "Narrativ", "Erzählung" und "Geschichte" fein säublerlich getrennt und definiert. Ein toller Anfang. Wenige Kapitel später wird dann aber alles durcheinandergeworfen und die Begriffe "Story", "Mythos", "Narrativ", "Geschichte", "Märchen" und so weiter wahllos und synonym verwendet. Schade. Ach ja und ich habe noch eine Kritik: El Quassil und Karig listen fast nur negative Narrative auf. Es gibt fast kein Beispiel, wo eine Geschichte geholfen hat, die Menschheit zum Guten zu wenden. Aber der Fokus auf Negativbeispiele ist in sich ja auch schon wieder ein Narrativ.

Wie auch immer man die Sammlung von El Quassil und Karig wertet, der Begriff "Narrativ" gewinnt zunehmend an Bedeutung - ganz besonders durch den Krieg Russlands gegen die Ukraine und ihre Deutung. In unzähligen Beiträgen werden wir darauf hingewiesen, wie stark Putins Erklärungen von Narrativen durchwirkt sind und wie stark die Ukrainer und Seleski eigene Narrative nutzen. Am stärksten selbstverständlich das Narrativ "West versus Ost" - doch das ist nur eines von unzähligen Erzählmustern, die hinter jeder kriegerischen Handlung - so auch dieser - stecken.

Müller, Michael: Politisches Storytelling - Wie Politik aus Geschichten gemacht wird.

Ich schätze Michael Müller sehr. Habe auch an einigen seiner Storytelling-Veranstaltungen teilgenommen und daher war meine Erwartung an dieses kleine Büchlein sehr hoch. Vielleicht ein bisschen zu hoch. Auf 163 kleinen Seiten kann man eben nicht vollständig erklären, wie Politik aus Geschichten gemacht wird - zumindest nicht, wenn man so wenig wie Müller auf den politischen Prozess, auf politische Kommunikation und deren Eigenheiten eingeht. Stattdessen bleibt Müller ganz nah am Thema Storytelling und analysiert im ersten Teil des Buches sehr gut, warum Gemeinschaften und ganze Nationen Geschichten als identitätsstiftendes Modell einsetzen und wie diese Wirken. Leider geht er - und das ist vor allem meine Kritik - dann nur sehr oberflächlich mit dem politischen Wirken um, denn er greift ausschließlich auf tagesaktuelle Themen auf, die im Trend sind wie Klimawandel oder Migration. Diese tagesaktuellen Diskussionen bilden aber nicht "Politik" als Ganzes ab und sind vielleicht auch nicht repräsentativ, um politische Kommunikation in ihrer Gänze zu erfassen. Leider geht Müller nicht auf Spezialthemen der politischen Kommunikation ein wie zum Beispiel Wahlkampfmechanismen, komplexe Sachzusammenhänge wie Rentenpolitik oder Wirtschaftspolitik, auf die Notwendigkeit eigener Stories für politische Biografien oder die identitätsstiftenden Narrative für Parteien. An einigen Stellen bringt Müller aus seiner eigenen Arbeitserfahrung Beispiele aus der Unternehmensberatung, doch ist politische Kommunikation in vielen Bereichen nicht mit der Kommunikation von Unternehmen mit Mitarbeitern und Arbeitgebern vergleichbar. Und so bleiben auch die Tipps, die er am Ende gibt, leider sehr an der Oberfläche. So ist vor allem sein wiederkehrender Tipp des "Storylistening" (abgesehen von dem seltsamen Anglizismus für "Zuhören") für Politiker keineswegs neu, sondern Standardrepertoire guter Politiker, die in ihrem Wahlkreis in der Regel den Austausch mit Wählern suchen und durchaus auch zuhören.

Herbert von Halem, 2020 Politische Meinungsbildung und Narrative

★★

Wie daraus allerdings packende, überzeugende und motivierende Geschichten werden, die Wähler mobilisieren ... hierfür hat Müller leider kein Rezept. Und doch: Leseempfehlung, denn die Analyse am Anfang des Buches ist auf jeden Fall das Lesen wert.

Visual Storytelling

Kress, Gunther / van Leeuwen, Theo: Reading Images - The Grammar of Visual Design.

This classic from Australia is now in its third edition. The two literature professors analyze images according to linguistic criteria. A very interesting experiment. And they succeed in developing a "grammar of visual language". The most important learning: Kress and van Leeuwen differentiate between conceptual and narrative images. And these in turn have their very own language.

Routledge, 2021

Visuals and their language

★

Klonk, Charlotte: Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden.

Wir nehmen einen Großteil der Welt - des Weltgeschehens - über Bilder (in Tageszeitung, Fernsehen und Internet) wahr. Und bilden uns damit eine Meinung über die Welt. Und genau dieses Prinzip nutzen Terroristen - und machen damit aus Bildern eine Waffe für ihren eigenen Kampf. Das perfide daran: wir Menschen können uns ganz schlecht vor Bildern schützen. Auch wenn man schnell wegschaut, so reichen nur Bruchteile von Sekunden, um ein Bild in unser Gedächtnis einzubrennen. Terror nutzt Bilder - und Charlotte Klonk zeigt detail- und bildreich, dass bereits Attentäter Ende des neunzehnten Jahrhunderts - mit zunehmender Bebilderung von Zeitungen - die Kraft der Bilder nutzten. Bis heute zur Propaganda des IS, der Fernseh- und YouTube-Bilder mit voller Absicht produziert. Sehr sauber recherchiert, sehr ausführlich dargestellt. Das letzte Kapitel "Der Umgang mit Terrorbildern" kommt zwar ein wenig zu kurz - aber vielleicht gibt es auch keine wirkliche Antworten auf die Frage nach dem richtigen Umgang mit diesen Bildern.

S. Fischer, 2017

Manipulation der öffentlichen Meinung mit Bildern

★★

pssst ...

<u>Heber, Raimar: Infografik. Gute Geschichten erzählen mit komplexen Daten</u>	„Strukturiert und praxisnah behandelt Raimar Heber, Art Director Infografik bei der dpa, alle Aspekte rund um eine gelungene Infografik. Anhand von Beispielen erfahren Sie alles von Recherche über Entwurf bis zur Reinzeichnung. Dabei werden wichtige Themen wie die Hierarchisierungen, Benutzerführung, Storytelling und die Verbreitung von Infografiken behandelt. Nicht vergessen wird natürlich die Gestaltung: Diagramme, Karten, 3D-Elemente und die geschickte Visualisierung von Zahlen uvm.“ (amazon)	Rheinwerk, 2018	Infographiken	★★★
<u>Sammer, Petra / Heppel, Ulrike: Visual Storytelling – Visuelles Erzählen in PR & Marketing</u>	„Viele PR-und Marketingschaffende haben noch wenig Erfahrung mit dem Einsatz von Infografiken, interaktiven Grafiken, emotional ansprechenden Fotos und Bewegtbild. Sie stehen vor der Aufgabe, Bilder nicht nur als dekoratives Beiwerk einzusetzen, sondern von Anfang an in ihre Kommunikationsstrategie zu integrieren.“ (amazon)	O'Reilly, 2015	Bilder, Infografiken, Filme – Elemente des visuellen Storytellings	

Film & Storytelling

<u>Murch, Walter: In the Blink of an Eye - A Perspective on Film Editing.</u>	Why do we understand film editing? The editor and filmmaker Walter Murch gets to the bottom of this fascinating question. In his slim volume, he comes up with some astonishing answers. For example, he compares film editing to the blinking of our eyes. Whenever we close our eyes for a moment, we interrupt the flow of visual information to our brain. And it's similar in movies. There too - for a moment that we barely notice - the stream of images is interrupted. But what is also exciting is that we as movie viewers accept that the scene suddenly changes and we accept - if the film editing is well done - that we are either seeing the same scene from a different angle or that we have changed the scene. What we as movie viewers take for granted is actually not self-evident at all. And for storytellers in the "film" profession, it is definitely a challenge - which Walter Murch explains very well. Exciting to read... even if the second part of his book is somewhat out of date, as 2001 marks the dawn of the digital film era... and today we are much further ahead. But even then, Murch foresaw everything that is technically possible today.	Silman-James, 2001	Storytelling in Motion / Movies and Videos	★★
<u>Field, Syd: Screenplay. The Foundation of Screenwriting</u>	"As the first person to articulate common structural elements unique to successful movies, celebrated producer, lecturer, teacher and bestselling author Syd Field has gifted us a classic text.	Delta Books, 1984	All about drama and plot points	★★★

From concept to character, from opening scene to finished script, here are fundamental guidelines to help all screenwriters—novices and Oscar-winners—hone their craft and sell their work." (amazon)

Herrmann, Ulrich: Stoff - von der Idee zum Drehbuch.

">Stoff< von Ulrich Herrmann ist ein faszinierender Roman, der das Leben eines Stoffhändlers und seiner Familie im Deutschland der Nachkriegszeit erzählt. Der Autor schafft es, die Atmosphäre dieser Zeit auf beeindruckende Weise einzufangen und den Leser in eine Welt voller Kontraste und Widersprüche zu entführen.

Die Charaktere sind sehr gut gezeichnet und es fällt leicht, sich in ihre Welt hineinzusetzen. Besonders beeindruckend fand ich die Beschreibungen des Stoffhandels und der verschiedenen Stoffe. Herrmann versteht es, die Materialien so zu beschreiben, dass man das Gefühl hat, sie selbst in der Hand zu halten.

Ein weiterer Pluspunkt des Romans ist die Art und Weise, wie der Autor historische Ereignisse und gesellschaftliche Entwicklungen in die Handlung einwebt. So wird das Leben des Stoffhändlers und seiner Familie eng mit der Geschichte Deutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg verwoben.

Insgesamt ist "Stoff" ein sehr gelungener Roman, der nicht nur eine interessante Geschichte erzählt, sondern auch einen Einblick in eine vergangene Zeit gibt. Ich kann das Buch jedem empfehlen, der sich für historische Romane und das Leben im Nachkriegsdeutschland interessiert." -

Die Charaktere sind sehr gut gezeichnet und es fällt leicht, sich in ihre Welt hineinzusetzen. Besonders beeindruckend fand ich die Beschreibungen des Stoffhandels und der verschiedenen Stoffe. Herrmann versteht es, die Materialien so zu beschreiben, dass man das Gefühl hat, sie selbst in der Hand zu halten. Ein weiterer Pluspunkt des Romans ist die Art und Weise, wie der Autor historische Ereignisse und gesellschaftliche Entwicklungen in die Handlung einwebt. So wird das Leben des Stoffhändlers und seiner Familie eng mit der Geschichte Deutschlands nach dem Zweiten Weltkrieg verwoben. Insgesamt ist "Stoff" ein sehr gelungener Roman, der nicht nur eine interessante Geschichte erzählt, sondern auch einen Einblick in eine vergangene Zeit gibt. Ich kann das Buch jedem empfehlen, der sich für historische Romane und das Leben im Nachkriegsdeutschland interessiert." -

Das ist alles Quatsch - Danke ChatGPT. Ich habe die KI eine Rezension über Herrmanns Buch "Stoff" schreiben lassen (Prompt: "Schreibe eine Rezension zu "Stoff" von Ulrich Herrmann") und der Computer hat mal fröhlich drauf los fikionalisiert. Klingt gut. Ist aber komplett falsch. "Stoff" des Theater- und Filmkritikers Ulrich Herrmann ist ein ganz wunderbares Fachbuch, in dem er auf die Schwierigkeiten des Drehbuchschreibens eingeht. Die zwölf kleinen Theoriekapitel werden jeweils mit launigen Interviews mit Drehbuchautorinnen und Autoren angereichert - so dass man ins Nähkästchen der Entstehungsprozesse guter Drehbücher blicken kann... die dann doch ganz anders aussehen, als es so mancher hochgelobte Theoretiker wie u.a. Robert McKee schildert. Herrlich erfrischen zu lesen.

Verlag der Autoren, 2005

Erzählstrategien für Drehbuchautoren

★★

Digital Storytelling

<u>Erb, Oliver: ChatGPT in PR, Social Media und Employer Branding.</u>	Oliver Erb war wirklich schnell. Er hat sich voll in das Abenteuer "ChatGPT" gestürzt und ausprobiert, was man als PRler alles damit machen kann. Mit seinem einfachen, unerschrockenen Ansatz hat er ein sehr praxisnahes Buch zusammengestellt, das wirklich gute Tipps im Umgang mit dieser KI gibt. Und das auch gut auslotet, was derzeit geht und was nicht. Da sich ChatGPT und andere Programme sehr schnell weiterentwickeln, sollte man schnell zugreifen und mit Oliver Erb die Basics lernen, bevor die nächste wilde Sau durch's Dorf getrieben wird. Doch dieses KI-Schweinchen wird mit Sicherheit ein Weilchen bleiben und uns ganz schön beschäftigen. Danke an Oliver Erb für diese wunderbare Vorarbeit und Hilfestellung. Sehr lesenswert.	Epubli, 2023	mit KI besser erzählen	***
<u>von Gehlen, Dirk: Meme.</u>	Eine Liebeserklärung an die "Ohrwürmer des Internets", an Memes. Der Journalist und Leiter Social Media der Süddeutschen Zeitung beschreibt auf 76 Seiten dieses kleinen Büchleins den aktuellen Stand dieses seltsamen Internetphänomens, dessen Wesen man gar nicht so leicht auf die Schliche kommen kann.	Verlag Klaus Wagenbach, 2020	Memes	***
<u>von Gehlen, Dirk: Meta! Das Ende des Durchschnitts.</u>	Nach dem Buch "Meme" bin ich zu einem Fan von Dirk von Gehlen geworden. Das kleine, schnell geschriebene Buch über die Internetphänomene gefiel mir. Also gleich mal ein weiteres Buch gekauft. Dieses Mal wieder ein aktuelles Thema: Metadaten. Aber leider bleibe ich etwas enttäuscht zurück. Keine wirklich neuen Erkenntnisse und erstaunlich schnell veraltet. Krass, was sich im Internet in nur drei Jahren so tut. Doch die Grundidee hat selbstverständlich immer noch Bestand und ist wichtig zu bedenken: wie sinnvoll ist es, mit einem Durchschnitt zu arbeiten bzw. Durchschnittliches zu erarbeiten? Allein die Ausgangsüberlegung ist schon spannend. Denn eigentlich gibt es so etwas wie den "Durchschnitt" ja gar nicht. Es ist die Summe und dann der Querschnitt durch Daten, die man hat. Das Ergebnis gibt dann eine Wunschkonstellation, die es wahrscheinlich nie geben wird. Herrlich führt von Gehlen das an der Konstruktion von Flugzeug-Sitzen vor, die aufgrund von Durchschnittsdaten konstruiert werden - und dann für niemanden bequem sind. Aber eigentlich will von Gehlen gar nicht über den Durchschnitt sprechen. Sondern über Individualisierung und Personalisierung. Denn durch das Sammeln von Meta-Daten werden Unternehmen, Marken, Software und Apps so schlau, dass sie alles für uns maßgeschneidert produzieren könnten: Informationen, Schuhe, Unterhaltung. Ob man das will oder nicht. Und was passieren kann, wenn man politische Informationen so nutzt, hat man am Brexit und bei der Wahl von Donald Trump gesehen ... Am Ende seines kleine Büchleins ist von Gehlen sehr positiv... doch die letzten drei Jahren haben uns leider das Gegenteil gelehrt.	Matthes & Seitz, 2017.	Digitales Storytelling	***

Immersive Storytelling

<u>Murray, Janet H.: Hamlet on the Holodock - The Future of Narrative in Cyberspace.</u>	As early as 1997, American literature professor Janet Murray explored the theory of three-dimensional storytelling. With many literary and film citations, she demonstrates the connectivity of this new narrative form and, with this book, created a fundamental work for work on virtual space and metaverse.	The MIT Press, 1997	Digital Storytelling	★★
<u>Rose, Frank: The Art of Immersion - How the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue, and the way we tell stories.</u>	"... We know this much: people want to be immersed. They want to get involved in a story, to carve out a role for themselves, to make it their own. But how is the author supposed to accommodate them?" ... Frank Rose dives into the experience of immersive storytelling. A wonderful book that categorizes the technological possibilities that will arise in the future through AR and VR, AI and streaming services, etc. and explains their significance for #storytelling. He takes his readers on a journey through previous first attempts at this new type of storytelling - from interactive experiments in "Whysoserious", the alternate game surrounding the film premiere of THE DARK KNIGHT, to a look behind the scenes of the narrative worlds of STAR WARS, HARRY POTTER and AVATAR, talks about the methodological dispute over control or freedom in games and shows puzzles and simulations in LOST or SIMS. It is a wild ride through the film, series and game history of the 20th century in order to geneologically classify and interpret the phenomenon of "interactive storytelling". https://www.artofimmersion.com/	W. W. Norton & Company 2011	Digital Storytelling	★★

The Dark Side of Storytelling

<u>Gottschall, Jonathan: The Story Paradox. How our love of Storytelling builds societies and tiers them down.</u>	Oh God, what times these are. In 2013, the same author, Jonathan Gottschall, published the wonderful book "The Storytelling Animal - How stories make us human". In it, he provided the best line of reasoning on how stories have made us humans into social and empathetic beings. Every storyteller knows his book. But eight years later, something has happened. The staunch advocate for this communication technique became a warner and critic. The pandemic and its conspiracy theories, Brexit, the rise and madness of Donald Trump and the radicalization of opinion in the USA - Gottschall attributes all of this to the impact of stories. It's a paradox that stories can do so much good. But at the same time, they can also have such a devastating effect	Basic Books, 2021	Why we love stories - why we should tell more stories	★★★
--	---	-------------------	---	-----

pssst ...

that we have to warn against storytellers. I read the book with a heavy heart - much of it could be stigmatized as "American". But I fear that the man is right in many respects and that we in Europe are just as exposed to this danger.

Han, Byung-Chul: Die Krise der Narration.

Oh Gott, ich fühle mich so schlecht. Und das liegt an diesem Essay von Byung-Chul Han, der als Professor der Philosophie und Kulturwissenschaften an der Universität der Künste in Berlin leider genau auf den Punkt bringt, was das Problem ist mit "Storytelling". Ja, er sagt es mir direkt ins Gesicht: Ich bin schuld. Oder wie er es konkret schreibt: "In der Welt von Storytelling wird alles auf Konsum reduziert. Dadurch werden wir blind für andere Erzählungen, für andere Lebensformen, für andere Wahrnehmungen und Wirklichkeiten. Darin besteht die Krise der Narration im Zeitalter des Storytellings." Klingt brutal. Ist aber leider nur schwer widerlegbar. Der Mann hat ja Recht. Je mehr wir Storytelling als "Tool" strategisch geschickt einsetzen, um so mehr werden "Geschichten" eigentlich entwertet. Je mehr wir Erzählungen für konkret gerichtete Zwecke nutzen, umso mehr geht auch die Magie aller Erzählungen verloren - denn in der Masse an Stories gehen die Narrationen, die wirklich wichtig sind, einfach unter. Eigentlich müsste ich jetzt sofort den Stift aus der Hand nehmen, den Löffel abgeben und mich vom Acker machen - denn so klar hat mir noch niemand vor Augen geführt, wie schädlich mein Wirken eigentlich ist und dass ich selbst dafür verantwortlich bin, dass die Kraft von Geschichten immer mehr abnimmt. Puh - da muss ich mich jetzt erst einmal in eine Denkpause verabschieden. Urlaub muss her.

Matthes
& Seiz,
2023

Die Bedeutung von
Narrativen und
Geschichten auf unsere
Gesellschaft und einfach
alles

Herrmann, Sebastian: Starrköpfe überzeugen. Psychotricks im Umgang mit Verschwörungstheoretikern, Fundamentalisten, Partnern und ihrem Chef.

Wieso wusste Sebastian Herrmann, Autor und Journalist, bereits 2013 von diesen irren Verschwörungstheoretikern? Nun, das Phänomen ist nicht neu. Und so sind seine Tipps, wie man mit diesen Menschen umgeht bis heute aktuell. Allerdings gefällt mir sein neueres Buch von 2019, das ich letztes Jahr gelesen haben - Sebastian Herrmann, Gefühlte Wahrheit - Wie Emotionen unser Weltbild formen - inhaltlich und sprachlich besser. Einiges wird 2019 wiederholt, daher war die Lektüre des Vorgängerbuches für mich wohl nicht mehr ganz so spannend. Egal, welches Buch man liest, Herrmann gibt in beiden praktische und einfache Kommunikationstipps im Umgang mit schwierigen Menschen. Sehr hilfreich und lehrreich.

Rowohlt,
2013

Verschwörungserzählungen
