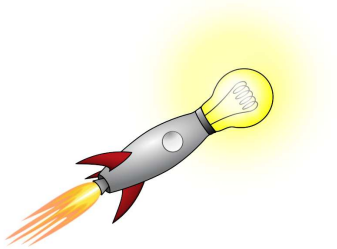
Dr. Markus Gyger
zielgerechtes Training und Coaching

Mobil: 0177 / 425 12 31
E-Mail: markus@gyger-training.de
Web: www.gyger-training.de

Deine „Science Story“



Entwirf deine eigene wissenschaftliche Geschichte. Die unten stehende Fragen und Hinweise sollen dir helfen, dabei strukturiert vorzugehen.

Überlege dir zunächst, welches Thema du damit behandeln willst. Abhängig von deinem Thema kann es sein, dass einige Punkte besser zutreffen und andere weniger oder dass du die Reihenfolge anpassen musst. Beantworte die Fragen, die dich beim Entwerfen deiner Story weiterbringen.

1. Warum erzählst du diese Story?

Zielgruppe

- Wen genau willst du erreichen?
- Welche Vorkenntnisse haben diese Personen zu deinem Thema?

Der „gute Grund“ erzählt zu werden

- Warum interessierst du dich dafür? Was fasziniert dich daran? Was macht es für dich spannend?
- Welche Bedeutung hat das Thema für andere? Wieso betrifft dieses Thema deine Mitmenschen? Was macht es für andere spannend?

Ziel

- Was ist deine Kernbotschaft?
- Was willst du bei deiner Zielgruppe erreichen?

2. Die Zutaten: Was braucht deine Geschichte?

Die Figuren deiner Geschichte

- Wer könnte deinen Inhalt transportieren?
- Welche Rolle nimmt diese Figur ein?
- Wen brauchst du sonst noch? In welcher Funktion?
- Aus welcher Perspektive wird die Geschichte erzählt?
- Welche Rolle nimmst du selbst ein?
  (z. B. neutrale/r Erzähler/in, Held/in, Mentor/in, . . .)

Die Veränderung, die Entwicklung, der bedeutsame Konflikt

- Welches Problem oder welcher Konflikt wird in deiner Geschichte gelöst?
- Was ist das „Geheimnis“, das gelüftet wird?
- Wie unterscheidet sich die Situation in der Erzählung am Ende von der am Anfang?

Die Emotionen deiner Geschichte

- Welche Gefühle passen zu deiner Story und deiner Kernbotschaft?
- Welche Mittel kannst du einsetzen, um diese Gefühle hervorzurufen?
- Wie viel Emotionen erlaubt dein Ziel bzw. deine Zielgruppe?
- Wie schaffst du es, die Menschen emotional zu erreichen, aber dennoch seriös genug zu bleiben?

Überraschungsmomente, unerwartete Wendungen

- Womit kannst du deine Zuhörer/innen überraschen?
- Welche unerwarteten Wendungen könnten helfen, deine Kernbotschaft zu transportieren?

3. Die Storyline

Eine stabile Basis als Grundlage

- Was müssen die Zuhörer/innen über die Charaktere wissen?
- Welche anderen Informationen müssen deine Zuhörer/innen am Anfang erhalten?

Das „Geheimnis“

- Was bringt die Zuhörer/innen dazu, wissen zu wollen, wie es weiter geht?
- Welche weiteren „geheimnisvollen“ Elemente möchtest du einführen?
- Wie wird das Geheimnis am Ende gelüftet?

Die Handlung entwickeln

- Welche Bausteine brauchst du für die Auflösung am Ende?
- Wie und in welcher Reihenfolge führst du sie ein?
- Welcher Struktur, welcher inneren Logik soll die Handlung folgen?
- Wie kannst du die Charaktere deiner Geschichte die einzelnen Bausteine einführen lassen?

Das Ende

- Welche Art von Ende dient deinem Ziel (z. B. geschlossenes oder offenes Ende)?
- Sind alle Fäden und Handlungsstränge zusammengeführt?
- Was ist die bedeutungsvolle Veränderung, die sich am Ende ergeben hat? Passt sie zu der gewünschten Kernbotschaft?

4. Überarbeiten und verbessern

- Ist die Story stimmig und in sich logisch?
- Kann die Struktur der Geschichte vereinfacht werden?
- Welche Teile können weggelassen werden, ohne, dass die Geschichte darunter leidet?

5. Kenne die Regeln, dann brich sie!

Die Qualität einer Geschichte misst sich nicht an der Einhaltung irgendwelcher Storytelling-Regeln, sondern allein an ihrer Wirkung:

- Fesselt deine Story deine Zuhörer/innen?
- Kommt deine Kernbotschaft bei den Zuhörer/innen an?

Manchmal muss man mutig sein, um die gewünschte Wirkung zu erzielen.