



Emotionales Thema

Wie können Sie bei
Ihrem Publikum eine
emotionale Wirkung
erzielen?

Gefühl und Verstand: zwei Ebenen einer guten Story

Gute Storys wirken bei Menschen in zwei Körperteilen: im Kopf und im Herzen, also

→ **kognitiv und emotional.**

Die Kopf-Ebene wird über das Ziel des Haupt-Charakters, seine Handlungen, mit denen er sein Ziel erreichen will, und das kognitive Thema angesprochen. Funktion der Kopf-Ebene ist es, beim Publikum Fragen aufzuwerfen, wie z.B.:

- **Wie geht die Story weiter?**
- **Was macht der männliche oder weibliche Haupt-Charakter als nächstes?**
- **Werden die Liebenden alle Hindernisse überwinden und ein Paar werden?**
- **Ist Person X die Mörderin?**

Um das Publikum auch emotional zu involvieren, braucht eine Story neben dieser kognitiven Ebene noch eine emotionale Ebene. Erst dann spricht sie auch das Herz des Publikums an.

Wie sprechen Sie das Herz Ihres Publikums an?

Eine emotionale Wirkung beim Publikum erzielen Sie über das „emotionale Thema“. Emotionale Themen sind die **universellen Werte**, die einen Haupt-Charakter motivieren, sein Ziel zu erreichen, also die Werte, die er realisieren will, weil er sich davon ein gutes Leben verspricht:

→ **Freiheit, Sicherheit, Gerechtigkeit, Anerkennung, Zugehörigkeit, Gesundheit, Identität, Stabilität, Selbstbestimmung, Teilhabe, Respekt usw.**

Universelle Werte wirken emotional, weil sie unsere Sehnsüchte und Ängste spiegeln. Wir sehnen uns danach, frei und sicher zu leben, gerecht behandelt zu werden, respektiert zu werden. Usw. Und wir haben Angst davor, unsere Freiheit und Sicherheit zu verlieren, ungerecht behandelt und ausgegrenzt zu werden.

Beispiel:

Die Tatsache, dass eine Person aus einem Gefängnis ausbrechen will, berührt uns zunächst nicht. Aber wenn wir erfahren, dass sie ausbrechen will, weil sie unschuldig ist und den wahren Verbrecher fassen will, um Gerechtigkeit herzustellen und wieder in Freiheit zu leben, werden unsere Emotionen aktiviert. Dann können wir uns mit ihr identifizieren und sind auf ihrer Seite. Und erst dann hoffen wir, dass sie ihr Ziel erreicht, und bangen, dass sie es verliert, freuen uns, wenn sie es schafft, und sind traurig, wenn sie scheitert.

→ **Ohne universelle Werte wird Ihre Story keine emotionale Wirkung bei Ihrem Publikum erzielen.**

Gefühl und Verstand: zwei Ebenen einer guten Story

Ihr Haupt-Charakter will sein Ziel erreichen, um einen solchen Wert zu realisieren. Seine Motivation ist also das emotionale Thema Ihrer Story. Das heißt:

→ **Wenn Sie Ihren weiblichen oder männlichen Haupt-Charakter bereits gefunden haben und seine oder ihre Motivation kennen, dann kennen Sie auch das emotionale Thema Ihrer Story.**

→ **Umgekehrt gilt: Wenn Sie noch keinen Haupt-Charakter gefunden haben, aber das emotionale Thema bereits kennen, dann müssen Sie einen Haupt-Charakter finden, der durch dieses emotionale Thema motiviert wird.**

Zusammenspiel der Kopf- und Herzebene einer Story



→ **Der universelle Wert, den das emotionale Thema beschreibt, steht in dem gesellschaftsrelevanten Kontext, den das kognitive Thema beschreibt, auf dem Spiel, soll also realisiert oder erhalten werden.**

Integration beider Ebenen

Das kognitive Thema kann mit verschiedenen emotionalen Themen aufgeladen werden.

→ **Je nachdem, mit welchem universellen Wert Sie ein kognitives Thema emotional aufladen, erhalten Sie eine völlig andere Story.**

Beispiel:

Beispielsweise das kognitive Thema **Abnehmen**:

Sie können es mit dem universellen Wert **Gesundheit** verknüpfen. Dann wäre Ihr Haupt-Charakter z.B. gewichtsbedingt krank und möchte durch das Abnehmen gesund werden.

Oder Sie wählen den Wert **Gemeinschaft**. Dann können Sie die Story einer Person erzählen, die abnehmen will, weil sie Angst hat, dass ihre Partnerin oder ihr Partner sie verlässt, wenn sie weiter übergewichtig bleibt.

Oder Sie entscheiden sich für den universellen Wert **Anerkennung**. Dann wäre ein naheliegender Haupt-Charakter eine Person, die abnehmen will, um sich besser, sicherer, liebenswerter und wertvoller zu fühlen.

Zusammenfassung

Gute Storys wirken auf Herz und Verstand

Einer guten Story liegen jeweils ein Kopf-Thema und ein Herz-Thema zugrunde. Das **Kopf-Thema** beschreibt den **gesellschaftlichen Kontext**, in dem Ihre Story spielt. Das **Herz-Thema** beschreibt den **universellen Wert**, der in diesem Kontext auf dem Spiel steht und der den Haupt-Charakter motiviert, sein Ziel zu erreichen.

Um eine Wirkung bei Ihrem Publikum hervorzurufen, müssen Sie es emotional aufladen, sonst bleibt Ihre Story blutleer und bedeutungslos und Sie verschenken das wichtigste Potenzial einer Story – die Emotionen des Publikums zu wecken.

Story-Training

Nehmen Sie sich noch einmal die Story der Beispielstory und definieren Sie ihr emotionales Thema:

- **Was steht in der Story auf dem Spiel?**
- **Welchen universellen Wert will der Haupt-Charakter realisieren?**