

Journalismus ist immer Storytelling

Wenn seit einiger Zeit der Begriff «Storytelling» im Journalismus benutzt wird, dann ist das zum einen «alter Wein in neuen Schläuchen» und zum andern tatsächlich ein neues webbasiertes Angebot, das noch gar nicht klar ausdefiniert wurde und das (noch) zu wenig von Journalisten betrieben wird.

Eine Erkenntnis, die jedem Journalisten und jeder Journalistin in der ersten Lektion der Ausbildung vermittelt wird, lautet: Journalisten sind Geschichtenerzähler; sie machen das wie die Grimms in ihren Märchen: Sie schreiben bildhaft, konkret und in Alltagssprache. Der Unterschied zum Märchen besteht darin, dass in vielen journalistischen Darstellungsformen sachlich und nicht emotionalisierend berichtet wird (und dass die Geschichten meist nicht erfunden sind).

Wenn nun im Bereich Print der Begriff Storytelling verwendet wird, so vielleicht, weil er so modern und amerikanisch tönt (und von dort kommt ja alles Gute...). Doch was hier neuerdings als Storytelling bezeichnet wird, sind bei genauerer Betrachtung bekannte Textformen wie Reportage, Porträt, Essay oder Feature – manchmal eine Mischung daraus, was dann noch am ehesten den neuen Begriff rechtfertigt.

Schon viel eher zur eigenen Begrifflichkeit wird Storytelling im Web. Hier können Inhalte transportiert werden wie im Print, aber auch wie am Radio und im Fernsehen, wobei der User Rhythmus und Richtung selber bestimmt. Das hat dazu geführt, dass neue Möglichkeiten des Erzählens entstanden, die nun alle medialen Formen umfassen: Text, Bild, Grafik, Tabellen, Ton, Video, Animation. Die Vielfalt der Medien führt zu fast endlos vielen Möglichkeiten der Kombinationen, was dem Begriff Storytelling auch wieder die Präzision der Definition nimmt.

Beim Storytelling im Internet fallen zwei Dinge auf: Zum einen gibt es hochkomplexe und attraktive Arbeiten, die teilweise sogar künstlerischen Ansprüchen genügen. Leider sind bei ihnen die Klickzahlen fast ausnahmslos bescheiden, was beweist, dass das Internet als schnelles Medium nicht geeignet ist für Vertiefung. Zum andern fällt auf, dass sich klassische Journalisten immer noch schwer tun mit den neuen Medien und erst wenige von ihnen in der Lage sind, diese neuen Erzählformen anzuwenden und vor allem auch technisch umzusetzen. Fragt man Leute, die das multimediale Storytelling betreiben, woher sie beruflich kommen, sind die meisten ursprünglich Grafiker, Programmierer, Designer, Kunstschaffende.

Noch ist Storytelling im Internet ein grosse Experimentierfeld, Darstellungsformen und Berufsbild werden sich erst noch herausbilden.

Schulleiter Felix Mätzler

November 16 / für Fachzeitschrift Marketing & Kommunikation



Medienschule
St. Gallen



Wir bilden
Journalisten