

## „Content Marketing“

### Texte erzählen Geschichten. Bilder auch.

Na klar, wird jeder sagen wollen, ist doch logisch, dass Texte Geschichten erzählen. Dafür sind sie doch da. Ach ja, wirklich? Ich kenne Texte, bei denen ich abrupt vor Langeweile einschlafe, weil sie mir eben nichts zu erzählen haben. Oder Bilder, die ich anschau und beim Anschauen schon wieder vergesse. Und dann gibt es da die Bilder, die mir nicht aus dem Kopf gehen. Die mich ewig begleiten. Oder Texte, Satzfragmente, einzelne Wörter, doch auch Romane und Gedichte – sie werden irgendwann Teil meiner selbst, weil sie Teil meines Denkens, und damit auch meines Fühlens, Urteilens, Handelns geworden sind. Worin liegt der Unterschied der bleibenden Erinnerungen und des auf-der-Stelle-Vergessens?

Im Geschichten erzählen! Und Geschichten erzählen heißt immer: die Phantasie der Zuhörer und Zuschauer anzuregen. Ihre eigenen Visionen auf eine Reise zu schicken. Lediglich den Anstoß zu geben, selbständig und sinn-umfassend, also quasie multi-medial, zu fabulieren.

Gute Bilder, gute Texte sind ein Startschuss. Eine Brücke. Sie stoßen einen an; vornehm ausgedrückt: sie sind Katalysatoren. Mit deren Hilfe Prozesse in Gang kommen und beginnen. Um dann selbstständig weiterzulaufen. Ein gutes Bild, ob es gemalt oder fotografiert ist, eine Karikatur oder extrem realistisch, künstlerisch verklärt oder wild gesponnen ist dann gut und super, wenn man schon nach kurzer Zeit nicht mehr alleine das Bild vor Augen sieht, sondern vor dem geistigen Auge ein selbst produzierter „Film“ abläuft. Aus dem Schnappschuss eine Handlung wird. Die Phantasie geht auf eine individuelle Reise.

Jeder hat sich schon einmal dabei ertappt (manche sogar oft), dass man zwar die Zeilen liest, aber plötzlich (erschrocken) feststellt, dass man eigentlich gar nicht liest, sondern eben phantasiert. Dann sind es gute Texte; gute Märchen! Dumm nur, dass man den Wert von Märchen nicht mehr ansatzweise erkennt und sie in die minderwertige Ecke – „nur für Kinder“ – abqualifiziert. Ein tragischer Irrtum, sogar ein irrwitziges Desaster. Alle gute Literatur sind ausschließlich Märchen.

Alle guten Bilder, Filme, Schauspiele, Shows und Events sind Bilderwelten, die zum träumen verführen. Es ist der maximale Erfolg, den optische Präsentationen haben können.

**Nun gilt es eine Brücke zu schlagen zu aktuellen Entwicklungen im scheinbar ach so nüchternen, nur der Logik unterworfenen Business:**

Seit kurzem redet man im Marketing nur noch vom Märchenerzählen. Nennt es allerdings, weil man sich im Geschäftsleben ja immer der Gefühle schämt, pseudowissenschaftlich „Content Marketing“. Frei übersetzt: „Es geht um die Inhalte“. Ja, aber welche?

Nicht um bestimmte, sondern ganz generell um gute. Um solche, die Geschichten erzählen und damit die Phantasie beflügeln und die Visionskraft von Kunden, Käufern antriggern, entzünden, fördern und fordern, als wären es Kinder – also Menschen in der meist einzigen Phantasiephase ihres Lebens.

Gute Bilder, gute Texte sind die, die zum Schluss mit eigenen Gedanken, eigenen Bewertungen und einer reichen Gefühls-Erinnerung einem im Gedächtnis bleiben. Völlig unabhängig davon, was sie ursprünglich gezeigt und gesagt haben. Und genau das ist Content Marketing: die Verselbständigung von Ideen.