

# Handout: Thema, Perspektive, Struktur - das breite Publikum erreichen

Von Maren Hoffmann

## Thema

Zitat Rudolf Augstein, 1949: "Nichts interessiert den Menschen so sehr wie der Mensch."  
(Quelle: <https://www.spiegel.de/extra/spiegel/a-457792.html>)

Unser Thema sind Brettspiele - aber nicht nur, sie stellen eher ein Leitmotiv dar. Im Kern geht es darum, was Spiele mit Menschen machen und Menschen mit Spielen und was das für uns alle über den Horizont des Tisches hinaus bedeutet. Ein Spiel vorzustellen, weil es neu ist, mag ein Anlass sein, ein Thema ist das noch lange nicht.

*Jeder Artikel, jeder Podcast, jedes Video muss für seine Rezipienten eine Antwort bieten auf die Frage: Was hat das eigentlich mit mir zu tun?*

## Perspektive

Spiele entstehen immer erst in Interaktion der Spielenden - vorher ist ein Spiel nur eine Schachtel mit buntem Zeug drin, ein Konjunktiv.

Insofern kann man nicht darauf verzichten, bei der Spielekritik auch das eigene Ich sichtbar zu verorten. Das heißt aber nicht, dass das eigene Ich der zentrale Gegenstand der Spielekritik ist - es bietet Identifikationspotential und Erfahrungstiefe.

Wer dabei viele Menschen erreichen möchte, muss mit dem Niederflurbus vorgehen, der allen einen barrierefreien Einstieg bietet - auch wenn man dabei immer wieder kurz erklären muss, was überhaupt kooperative Spiele sind oder worum es beim Worker Placement geht. Auch kann ich nicht voraussetzen, dass alle Zuschauer schon alle meine Videos kennen. Beispiel: "Ihr wisst ja, ich mag keine Stichspiele" kann ein ausschließender Satz sein, weil er sich erkennbar nur an die kleine Community derer richtet, die sich sowohl für meine Vorlieben interessieren als auch alles darüber verfolgt haben, wie sie sich entwickelt haben. Fachbegriffe, Schachtelsätze, vorausgesetzte Kenntnisse über das, was es schon alles an Spielen gibt, sind problematisch. Gute, vertiefende Erklärungen müssen nicht langweilen.

*Der Leser/die Leserin hat kein Archiv!*

Wer alle erreichen will, muss immer wieder von vorn anfangen - Elemente wie eingblendete Bauchbinden (Video) oder Kästen (Text) können dabei helfen, inhaltliche Barrieren abzubauen, ohne dass die Inhalte dadurch überdehnt werden.

## Struktur

"Bedenkt, ihr habet weiches Holz zu spalten, und seht nur her, für wen ihr schreibt - wenn diesen Langeweile treibt, kommt jener satt vom übertischten Mahle." (Goethe, "Faust", Vorspiel auf dem Theater)

Ein Gedanke pro Artikel, pro Podcast, pro Video - das ist schon viel, wenn es ein wirklich neuer, relevanter Gedanke ist, und hebt den Inhalt positiv heraus. Dass Leser:innen

abgelenkt sind, der Podcast im Hintergrund läuft - das mag ernüchternd sein, aber es zu wissen, hilft, selbst besser zu werden.

*Die Arbeit hat der Autor zu leisten, nicht der Leser.*

### **Kritik an der Kritik**

Das Instrument des Teaserchecks kann helfen, zu erkennen, ob ein Thema geeignet ist, viele Menschen zu berühren, relevant zu sein. Man kann mit dem Publikum über vieles trefflich streiten - aber in zwei Punkten hat immer der Leser/die ZuhörerIn/die ZuschauerIn recht:

- Das verstehe ich nicht
- Das interessiert mich nicht

Über diese Punkte kann man nicht diskutieren. Dann gilt es nur zu entscheiden: Wenn diese Person es nicht versteht oder sie nicht interessiert ist, bin ich damit einverstanden, die Gruppe, die diese Person repräsentiert, auszuschließen - oder will ich beim Thema, der Perspektive oder der Struktur noch nacharbeiten, um hier mehr Menschen abholen zu können? Das heißt nicht, dass wir seichter werden sollen. Der Niederflurbus fährt ja nicht zu einem anderen Ziel. Er bietet nur einen freundlicheren Einstieg.