



# Figuren über- zeugend motivieren

Oder: Bitte nicht noch ein Prophezeiungsoffer!

Von Susanne Pavlovic

Die Tür geht auf. Ein schmaler Junge, der aussieht wie direkt aus dem Mittelalter, schiebt sich in den Raum.

„Äh, hallo – bin ich hier richtig bei der APO?“

Der Leiter des Stuhlkreises, ein junger Mann mit runder Brille und einer blitzförmigen Narbe auf der Stirn, lächelt freundlich und nickt.

„Komm ruhig rein. Wir sind die Anonymen Prophezeiungsoffer. Ich bin Harry. Und du bist ...?“

„Garion“, flüstert der Junge. „Aus der Belgariad-Saga.“

„Prima. Warte, wir schieben dir einen Stuhl ran. Daenerys, wärst du so lieb ...? Ja. Nein, nicht abbrennen, ranschieben. Am besten hier, zwischen Artus und Goldmond.“

Der Junge setzt sich auf die Stuhlkante und lächelt unsicher in die Runde. Artus erwidert das Lächeln. „Ich hoffe, die Zeugen Jehovas haben dich nicht belästigt? Sie sind jedes Mal stinksauer, wenn wir sie nicht einladen, aber so oft, wie die sich schon mit dem Datum für das Jüngste Gericht geirrt haben ...“

So oder ähnlich könnte das vor sich gehen, im Rückgebäude einer Volkshochschule der Wolkenstadt, und eine der häufig gehörten Klagen wäre: „Was hat Frodo, was ich nicht habe?“

Die Antwort lautet: intrinsische Motivation. Dazu gleich mehr.

### **Bitte folgen Sie der Prophezeiung bis direkt in den Plot!**

Prophezeiungen sind ein gängiges Erzählmotiv in der Phantastik, um Figuren in Bewegung oder fachsprachlich „in den Plot“ zu bringen. Wem ein Weg prophezeit wurde, der läuft brav, der kommt gar nicht auf die Idee, lieber daheimzubleiben und weiter Rüben anzubauen. Prophezeiungen sind sozusagen das Totschlagargument der Figurenmotivation.

Im Gespräch mit Autorinnen und Autoren merke ich immer wieder, dass sie sich sehr viel leichter tun, die Frage nach dem „Was?“ zu beantworten („Monster! Magische Artefakte! Eisplaneten! Raumschiffe!“) als die nach dem „Warum?“ („Öh.“) Es lohnt sich trotzdem, die Mühe auf sich zu nehmen.

### **Worum geht es eigentlich?**

Wir unterscheiden zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation.

Die intrinsische Motivation entwickelt sich – soweit das eben möglich ist, denn niemand ist eine Insel – aus dem Inneren der Person heraus, weitgehend ohne Außeneinfluss. Wenn Silke seit Jahren Oboe spielt und regelmäßig Unterricht nimmt, obwohl sie das Geld und Zeit kostet, einfach, weil sie Spaß dar-

an hat – und aus keinem anderen Grund –, ist sie genauso intrinsisch motiviert wie Klaus, der sich in seiner Freizeit bei der Flüchtlingshilfe engagiert, weil sein persönliches Wertesystem ihm sagt, es sei einfach richtig, das zu tun.

Extrinsische Motivation wirkt von außen auf die handelnde Person ein. Klaus, der sechzig Stunden in der Woche arbeitet, um sich endlich einen Sportwagen leisten zu können, ist genauso extrinsisch motiviert wie Silke, die zu Fuß die Alpen überquert, nur weil man ihr lange genug gesagt hat, sie würde das sowieso nie schaffen.

### **Der Bentley ist niemals der Trigger**

Prophezeiungen gehören in das Feld der extrinsischen Motivation. Und wie alle extrinsischen Motivationen haben sie einen substanziellen Nachteil: Sie langweilen.

Würden Sie eine Geschichte über einen Typen lesen wollen, dessen höchstes Ziel im Leben es ist, einen Sportwagen zu besitzen? Vermutlich nicht. Anders sieht es vielleicht aus, wenn die Geschichte mit der Sehnsucht nach einem Sportwagen beginnt und dann langsam aufblättert, warum Klaus sich den in den Kopf gesetzt hat. Die interessante Geschichte fängt immer da an, wo Sie anfangen, nach dem Warum zu fragen. Hier erfahren Sie etwas über die Psychostruktur Ihrer Figuren. Über das, was sie im Innersten antreibt. Ich nenne das gerne: den Trigger. Der Trigger ist die wichtigste, ureigenste intrinsische Motivation, die all dem Wollen und Streben einer Figur zugrunde liegt. Wenn Ihre Figur Heldentaten vollbringen, sich weit jenseits ihrer Komfortzone aufhalten und Ängste überwinden soll – betätigen Sie den Trigger.

### **Know, don't tell**

Die extrinsische Motivation ist Ihrer Figur meist bewusst. Klaus weiß, dass er den Sportwagen will. Ahab weiß, dass er den Wal plattmachen will. Weite Teile des Plots hängen an der Erfüllung dieses Ziels – oder dem Scheitern daran. Über ihre intrinsische Motivation wissen Figuren meist nur dann Bescheid, wenn sie zum Grübeln neigen. Die intrinsische Motivation muss auch nicht zwingend innerhalb der Geschichte entschlüsselt werden. Figuren funktionieren ganz prima nach ihrem Trigger, ohne den selbst benennen zu können, solange nur ich als Autorin die innere Mechanik meiner Figur kenne. Hier öffnet sich auch Interpretationsspielraum für die Leserinnen und Leser, und Interpretation ist ja nur ein anderes Wort für Denksportaufgabe.

Um eine packende Geschichte zu erzählen, müssen wir also zur intrinsischen Motivation der Figur vordringen. – Und damit können wir uns Erzählelemente wie Prophezeiungen auch gleich ganz sparen. Harry

nimmt den Kampf gegen Voldemort nicht deshalb auf, weil eine exaltierte Lehrerin das prophezeit hat. Er tut es, weil eine Welt auf dem Spiel steht, die er liebt. Harrys Trigger ist Liebe. Artus eint das zersplitterte Britannien, weil einer den Job ja machen muss und er sich dazu auch eignen würde, hätte er Excalibur aus einem Schwamm gezogen. Sein Trigger ist Verantwortungsbewusstsein. Genau wie bei Frodo, der sich als Erbe des Rings für dessen Zerstörung verantwortlich fühlt und keine Prophezeiung braucht, um nach Mordor zu marschieren.

Trigger bestehen oft aus elementaren, geradezu archaischen Gefühlen. Am meisten verbreitet ist Angst: vor dem Verlust der Lieben, der Heimat, der Kontrolle. Der Trigger bezeichnet eine Leerstelle in der Gefühlswelt der Figur, denn nur defizitäre Figuren setzen sich überhaupt in Bewegung. Zufriedenheit ist viel zu stabil. Nicht umsonst gibt es ein Happy End, aber keinen Happy Mittelteil.

### Der Neustart: Eine Figur mit schlüssiger Motivation aufbauen

So elementar der Trigger auch ist, in der Regel empfiehlt es sich nicht, mit ihm zu starten. Wenn Sie über Ihren Helden Klaus kaum mehr wissen als die Tatsache, dass er sich Zeit seines Lebens gegen seinen dominanten Vater durchzusetzen hatte, können zwei Dinge schiefgehen:

- Weil Sie sich so sehr auf den Trigger konzentrieren, fällt es Ihnen schwer, Handlung zu entwickeln. Trigger-fixierte Autorinnen und Autoren entwickeln Plots voller komplexer Tiefe, in denen andauernd geredet, gestritten und nachgedacht wird – und sonst passiert nichts. Ein innerer Konflikt ist aber immer nur Teil des Ganzen und braucht Handlung als „Trägermasse“, um zu wirken.

- Sie präsentieren das Triggerelement zu unversteckt. Sie gehen so in Klaus und seiner gestörten Vaterbeziehung auf, dass Sie den Sachverhalt auf Seite drei zum ersten Mal erklären und dann so lange drauf herumreiten, bis der arme Trigger entkräftet unter Ihnen zusammenbricht. Sie tun das nicht aus Dummheit, sondern aus Begeisterung. Das Ergebnis ist ähn-

lich, nämlich langweilig. Erklärungen sind das übrigens immer. – Oder wann hat Sie eine Erklärung zuletzt so richtig zu Tränen gerührt?

Wenn Sie zu den Autoren und Autorinnen gehören, die zuerst eine Handlungs-idee haben, überlegen Sie sich, wie die Figur beschaffen sein muss, die ideal in diese Handlung passt. Und mit „ideal“ meine ich: gar nicht. Der Mitarbeiter eines Sicherheitsdienstes, der dreizehn Nahkampftechniken beherrscht, wird einen Einbrecher dingfest machen, ohne dass ihm ein einziger Schweißtropfen von der polierten Glatze rinnt. Für die achtundsiebzigjährige Frau Meier aus dem dritten Stock mit ihren beiden asthmatischen Dackeln wäre die gleiche Aufgabe schon eine größere Herausforderung – sobald geklärt ist, warum sie sich das antut. Mittels eines gut gesetzten Triggers können Sie also ungewöhnliche Helden für Ihre Sache gewinnen.

### Meine Figur tut nicht, was ich will!

Viele von uns kennen diese spezielle Form der Schreibblockade. Wir wissen, was passieren muss. Wir schreiben die Szene, aber uns ist nicht wohl dabei. Wir löschen, schreiben um, grübeln, prokrastinieren auf *Facebook*. Es fühlt sich an, als hätten wir unsere Schuhe verkehrt herum angezogen. Verdammte Axt – woran liegt es?

Ziemlich sicher daran, dass die Motivation der Figur nicht mit der geforderten Handlung übereinstimmt. Gerade gut ausgearbeitete Figuren funktionieren beinahe autonom. Und wenn sie überzeugend sind, handeln sie auch immer nach ihrer eigenen Motivation. Sie wissen nicht, dass sie Romanfiguren sind und ein höheres Ziel zu verfolgen haben. Hier hilft nur: Geben Sie nach. Sie haben bei der Entwicklung Ihres Masterplanes die Motivation Ihrer Figur nicht sauber bedacht. Das passiert uns allen mal, Schreiben ist ja nicht nur Planung, sondern auch Prozess, und ein sehr komplexer noch dazu. Spielen Sie durch, wie Ihr Plot sich entwickeln würde, wenn die Figur an dieser Stelle ihren Willen kriegte. Manchmal ergeben sich dadurch interessante neue Wendungen, die letztlich ebenso zum Schreibziel führen. Wenn der Wille Ihrer Figur Sie allerdings völlig von der Route abbringt, treten Sie am besten einen großen Schritt zurück, denn dann brauchen Sie tatsächlich entweder eine neue Figur oder einen neuen Plot.

[www.textehexe.com](http://www.textehexe.com)

Fragen, Kommentare, Anregungen? Schreiben Sie mir: [susanne@textehexe.com](mailto:susanne@textehexe.com)

Anzeige

Ulrike Dietmann  
**Heldenreise ins Herz des Autors**  
*Das Handwerk der Inspiration*  
„Das Buch, das Ihr Leben als Autor  
für immer verändern wird.“  
[www.spiritbooks.de](http://www.spiritbooks.de)



# Federwelt

ZEITSCHRIFT FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Mal eben für Kinder  
schreiben ... Von wegen!

Nicht E, nicht U, was nun?

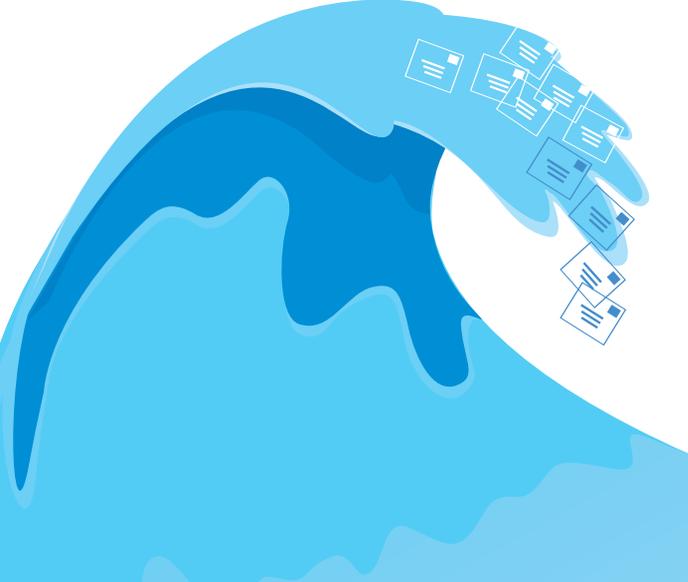
Zack, zack! Sachte, sachte!  
Erzähltempo

Was hat Frodo, was  
meine Figur nicht hat?

Mailflut bewältigen

Verlagsverträge





**20** Mails ohne Ende. Wie kann ich über jede Mail angemessen nachdenken?



Foto: © Nancy Ebert

**44** Anne Weiss: Gemeinsam mit Stefan Bonner schrieb sie den unterhaltsamen Sachbuch-Bestseller *Generation Doof*

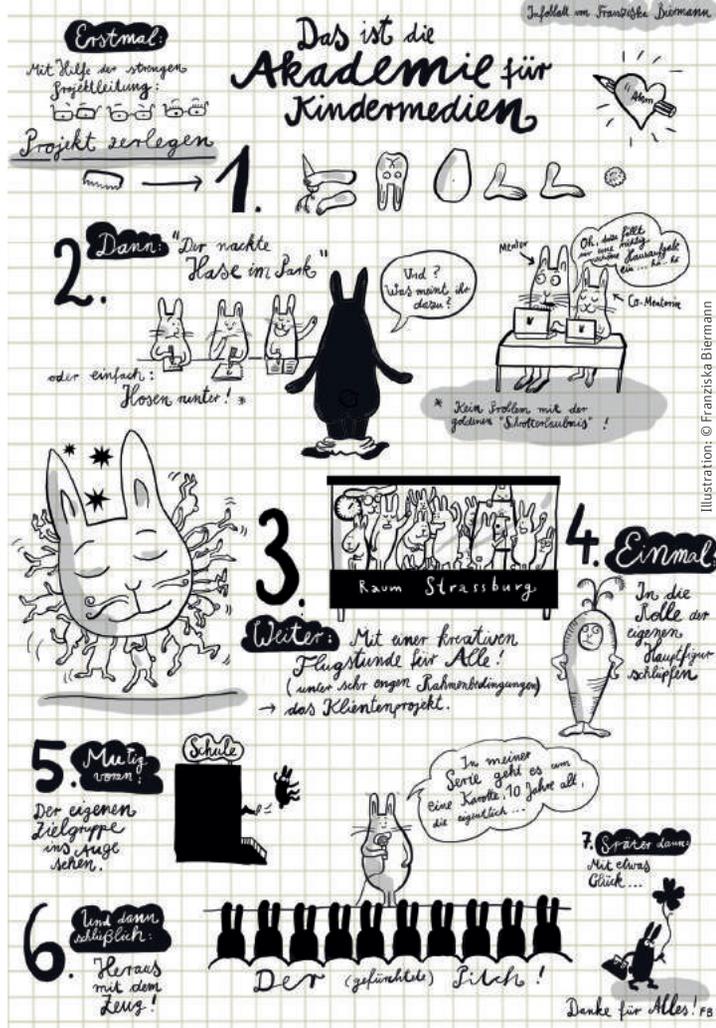


Illustration: © Franziska Biermann

**6** Was bietet die Akademie für Kindermedien? Von und mit wem darf man dort lernen? Und was genau?

ARTIKEL UND INTERVIEWS

**6 Akademie für Kindermedien**

Neun Monate Arbeitsstipendium satt  
Von Kerstin Hau

**20 Mailflut in meinem Postfach**

Bewältigungsstrategien von Andreas Eschbach

**22 Zu viel verlangt?**

Was ist unser gutes Recht, was sind überzogene Erwartungen an Agentur und Verlag?  
Daniela Nagel im Gespräch mit Doreen Fröhlich und Klaus Gröner

**30 Verhandlungssache**

Schritt für Schritt – vom Angebot zum unterschriftsreifen Verlagsvertrag. Von Stefan Wendel

**46 U und E**

Wann wird Unterhaltung zur Literatur?  
Von Fritz Gelsing alias Frederik Berger

**51 Sprüche mit Sinn**

Drei Aphorismen von Federwelt-LeserInnen

**54 Figuren überzeugend motivieren**

Bitte nicht noch ein Prophezeiungsoffer!  
Von Susanne Pavlovic

**57 „Heute schon geschrieben?“**

Von der Idee zur Kurzgeschichte mit Diana Hillebrand  
Teil 7: Dialoge schreiben (1) – Was der Geheimagent namens Dialog alles kann



Foto: privat



Foto: © Goldmann Verlag

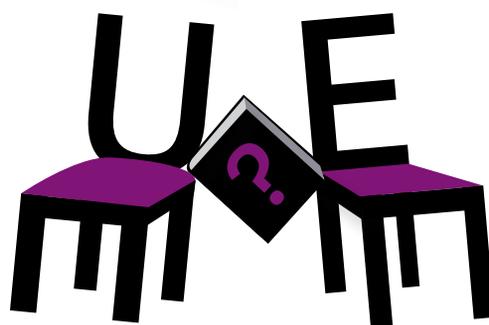
**22** Klaus Gröner von der Literaturagentur *erzähl:perspektive* und Goldmann-Lektorin Doreen Fröhlich: Wie verhandeln Sie richtig mit Agentur und Verlag?



**36** À la minute! Mit dem richtigen Erzähltempo servieren



**54**  
„Was hat Frodo, was ich nicht habe?“  
Die Antwort lautet:  
intrinsische Motivation.



**46** Nicht U, nicht E! Was tun, wenn es heißt: „Zu anspruchsvoll für Trivialliteratur, nicht literarisch genug für die Programme der gängigen Verlage.“

KOLUMNEN

**36 Textküche mit Gasch & Co.**

Folge 31: Das passende Erzähltempo  
Textprofi: Ellen Rennen  
Zutatenliste von Ellen Rennen

**41 Rezitationskurs**

Von Michael Rossié: Bilder

**44 AutorInnen daheim**

Diesmal: Anne Weiss

**52 Kummerecke**

**60 Fit fürs Marketing**

Martina Troyer: *Storify* – Geschichten mit Social-Media-Schnipseln erzählen

IN (FAST) JEDEM HEFT

**28 fussel-Cartoon**

Von Ralf Fieseler

**29 Rezension**

Heute fange ich wirklich an! Prokrastination und Aufschieben überwinden – ein Ratgeber

**34 Pinnwand**

Termine und mehr

**62 Waldscheidt sagt ab:**

Nicht alle Heimzahlungen laufen über Krankenkassen

**64 Kurzmeldungen**

**66 Ausblick + Impressum**