

für Blog- und Newslettertexte:

Kreative Ideen, die aus der Not geboren sind

Haha, das klingt sehr dramatisch. Ich meine es so: Manchmal wollte-sollte-könnte man einen Text schreiben, aber das Gehirn wird von etwas anderem blockiert. Ich zum Beispiel habe gerade total Hunger. Rausgehen zum Einkaufen will ich nicht. Kleine Snacks helfen nicht genug. Seit zwei Stunden verwerfe ich jede gute Idee für einen Text, weil sich meine Gedanken nur um Hunger drehen.

Ideal, um gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe zu schlagen:

- ➔ Ich lasse mein Hirn einfach da arbeiten, wo es gerade ist.
- ➔ Ich mache aus der Not eine Tugend, indem ich aus meinem Dilemma eine Übung für Sie mache.
- ➔ Wir möbeln unsere Querdenkerei auf!

So geht's:

- ❶ Sie nehmen das, was Sie gerade beschäftigt. Bei mir ist es „Hunger“|“hungrig“.
- ❷ Das legen Sie auf Ihr Fachthema um. Sie können entweder Ihr gesamtes Fachgebiet nehmen [z. B. Kommunikation] oder einen Teilbereich [Konflikte] oder Sie orientieren sich an einer Blogkategorie, die Sie gerne bestücken möchten [z. B. die Kategorie „harmonisch streiten“].
- ❸ Nun knöpfen Sie sich mein Formular vor und machen ein **wildes** Brainstorming rund um mögliche Blog- oder Newsletter-Themen. Betonung liegt auf wild. Ziel ist, Ihr Hirnkasterl auf konkrete Ideen zu bringen. Das Einzige, was wir brauchen sind richtig schöne in Arbeitstitelqualität formulierte Plankton-Überschriften.

Ich mache Ihnen das gleich mal praktisch vor:

Sie schreiben das hin, was Sie gerade mit Beschlag belegt:

**Hunger
hungrig**

Jetzt gebe ich Ihnen eine kleine Denk-Weiche vor. Füllen Sie erst einmal diese drei Aspekte aus.

wörtlich nehmen:

Wir sind kreativ, also völlig frei. Sie greifen entweder 1:1 auf, was Sie bewegt, oder nutzen den Wortsinn:

Hunger + schreiben. Auch: Wonach könnte die Zielgruppe hungrig sein?

Nun können Sie **wild** in den drei Spalten hin- und herspringen mit Plankton-Themenideen. Denken Sie an die Arbeitstitelqualität: Die vorläufigen Überschriften sollen Ihnen selbst eindeutig sagen, worauf Sie mit dem Text hinauswollen. Zum Beispiel:

- Leerer Bauch schreibt nicht gern. Warum Hunger gewaltig unsere Produktivität stört
- Warum Meinungsartikel schärfer ausfallen, wenn Sie nicht genug im Magen haben
- Hunger, Schlaf + Bewegung. Diese Basics sind auch für uns Autoren relevant
- ...

Bei „wonach könnte Zielgruppe hungrig sein“ überlege ich wo dringender Infowunsch sein könnte:

- XX Tipps, wie das Schreiben von Blogartikeln endlich flotter geht
- ...

das Gegenteil:

Jetzt kehren wir die Bedeutung um – wieder völlig frei ausgelegt. Wir wollen uns Ideen-Sprungbretter schaffen:

**satt sein - "voll sein"
die Nase voll haben**

- Ich weiß jetzt, wie man einen Text vorausdenkt. Wie kann ich das effektiv üben?
- Auch als LeserIn merke ich, wie ich mittlerweile allergisch auf Tipps reagiere – wie kann ich Tipps geben, ohne Tipps zu geben?
- Ich habe die Nase voll, von meinen immer gleich aufgebauten Blogtexten. Mit welchen Artikelformen kann ich frischen Wind reinbringen?
- ...

Stichwort rausbrechen:

Zu guter Letzt schauen Sie, welches Stichwort Ihnen spontan zu Ihrem Thema einfällt. Bei mir war das:

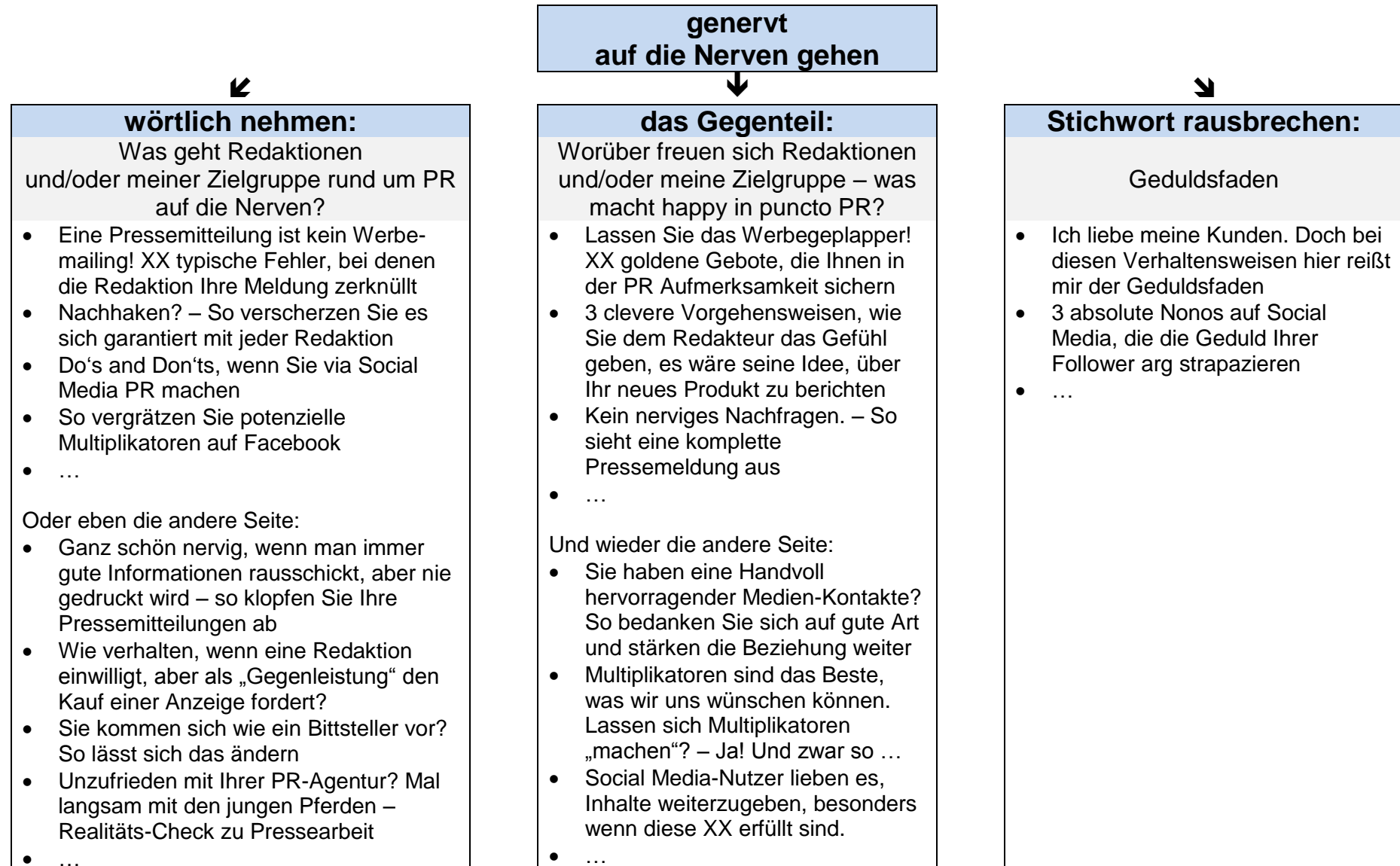
Häppchen - wörtlich oder im übertragenen Sinn.

- Wie Sie Ihren Lesern kleine Häppchen mitgeben, anstatt sie mit zu vielen Informationen zu bombardieren
 - Häppchen bloggen: XX Ideen für Blogquickies
 - ...
- Oder ich kann überlegen, was tolle klitzekleine Schreib-Häppchen wären:
- Braucht man Schreib-Software?
 - Was genau macht eigentlich ein Lektorat?
 - Der wichtige Grund, warum Sie Ihre Newsletter-Texte insgesamt planen sollten (Redaktionsplan)
 - ...

Aus Zeit- und Platzgründen kürze ich das Beispiel ab. Natürlich können Sie jeweils dutzendweise gute Themen brainstormen. Am besten stellen Sie sich eine Eieruhr und begrenzen sich die Zeit auf eine Viertelstunde [die Sie dann schön bis zu Ende nutzen, also wenn die Ideen stocken, trotzdem dranbleiben – da kommt schon noch eine weitere Ideenwelle].

Anderes Beispiel:

Sagen wir, jemand schreibt ein Blog über PR-Tipps. Es steht ein neuer Blogartikel an. Daran ist allerdings momentan gar nicht zu denken, weil unsere Beispielperson sich gerade tierisch über einen Nachbarn geärgert hat. Jetzt ist sie total genervt.



Mein Aus-der-Not-eine-Tugend-machen-Brainstorming:

Das belegt mich gerade mit Beschlag:

Jetzt füllen Sie erst die Denk-Weiche aus. Spicken Sie in meinen Beispielen und schreiben Sie es aussagekräftig hin:



wörtlich nehmen:

Sie greifen entweder 1:1 auf, was Sie bewegt, oder nutzen den Wortsinn:



das Gegenteil:

Jetzt kehren wir die Bedeutung um – wieder völlig frei ausgelegt.



Stichwort rausbrechen:

Was kommt Ihnen spontan zu Ihrem Thema in den Kopf?

Nun können Sie **wild** in den drei Spalten hin- und herspringen mit Plankton-Themenideen. Denken Sie an die Arbeitstitelqualität: Die vorläufigen Überschriften sollen Ihnen selbst eindeutig sagen, worauf Sie mit dem Text hinauswollen.

--	--	--	--	--