

E N T F E S S E L N S I E D I E K R A F T V O N

STORYTELLING FÜR EINE SOZIALE WIRKUNG



Geschichten verbinden, bewegen und mobilisieren.

Geschichten aktivieren mehr Bereiche des Gehirns als Fakten - darunter Sprach-, Sinnes- und Emotionszentren.

Wenn wir eine Geschichte hören, wird Oxytocin, das „Empathiehormon“, freigesetzt. → Wir sind eher bereit, zu vertrauen, uns zu kümmern und aktiv zu werden.

Geschichten bleiben bis zu 22-mal besser im Gedächtnis als bloße Fakten (Stanford-Studie).

Warum?

Weil unser Gehirn auf narrative Strukturen ausgelegt ist:

Anfang → Konflikt → Lösung

**D I E W I S S E N S C H A F T
D A H I N T E R**

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

D I E W I S S E N S C H A F T D A H I N T E R

Geschichtenerzählen ist eine zutiefst menschliche Erfahrung

- **Geschichtenerzählen ist eine alte und wirkungsvolle Form der Kommunikation.**
- **Wenn wir durch Geschichten eine Verbindung herstellen, verstehen wir uns nicht nur - wir fühlen uns verbunden.**
- **Die Neurowissenschaft zeigt, dass unsere Gehirnmuster buchstäblich synchronisiert werden, wenn wir effektiv kommunizieren.**
- **Diese Ausrichtung macht das Geschichtenerzählen zu einer der höchsten Formen sozialer Verbindung, die wir herstellen können.**

Gutes Geschichtenerzählen ist nicht nur Kommunikation - es ist ein gemeinsames Erlebnis.

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

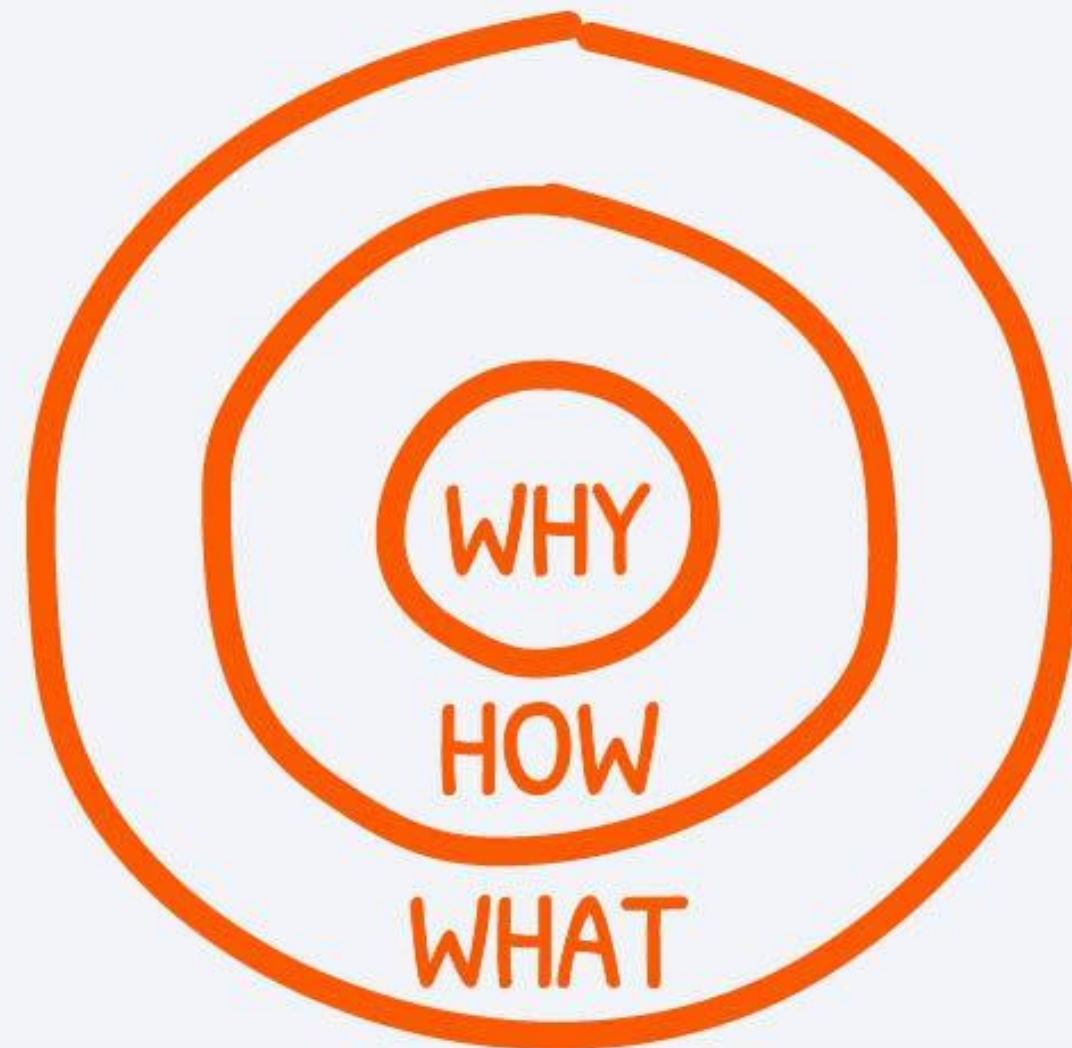
D I E W I S S E N S C H A F T
D A H I N T E R

**„Die Leute kaufen nicht, was Sie tun;
sie kaufen, warum Sie es tun.“**

Simon Sinek

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

DER GOLDENE KREIS



WARUM = Der Zweck

Was ist Ihr Anliegen? Woran glauben Sie?

WIE = Der Prozess

Konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung des WARUM

WAS = Das Ergebnis

Was machst du? Das Ergebnis von WARUM. Beweis.



Co-funded by
the European Union

WIRKUNGSVOLLES STORYTELLING

W I E G E S C H I C H T E N U N S E R E N
G E I S T P R Ä G E N

WARUM STORYTELLING

W I C H T I G F Ü R D I E
S O Z I A L E A U S W I R K U N G

Um Veränderungen anzustoßen, müssen die Menschen etwas fühlen.

- **Fakten sprechen den Verstand an, aber Geschichten sprechen das Herz an.**
- **Die Leute verstehen Ihr Anliegen vielleicht anhand der Statistiken ... aber es interessiert sie nur, wenn sie sich damit verbunden fühlen.**

Geschichtenerzählen schafft Empathie:

- **Es überbrückt die Kluft zwischen „uns“ und „ihnen“.**
- **Es macht Ihr Anliegen persönlich, nachvollziehbar und dringend.**

W A S E S N I C H T I S T

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Eine Geschichte ist nicht nur eine Abfolge von Ereignissen

Beim Geschichtenerzählen geht es nicht nur darum, einen Anfang, eine Mitte und ein Ende zu haben.

Eine wahre Geschichte ist eine Reise - nicht nur was passiert, sondern auch warum es wichtig ist.

Es folgt einem Helden oder einer Heldin auf einer Suche, die sich einer Herausforderung oder einem Konflikt stellen und sich auf dem Weg zu einer Transformation befinden.

Was es so kraftvoll macht, ist die emotionale Entwicklung, nicht nur die Zeitlinie.

Eine großartige Geschichte verbindet durch Spannung, Wachstum und Bedeutung.

W A S E S N I C H T I S T

GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Eine Geschichte ist nicht nur eine Anekdote

Wir erzählen uns jeden Tag Anekdoten. Aber das ist keine Geschichte.

Anekdote = Ein Moment.

Geschichte = Eine Reise der Transformation.

Eine überzeugende Geschichte beinhaltet:

- **Ein Konflikt oder eine Herausforderung**
- **Eine Lösung**
- **Eine tiefgreifende Veränderung des Helden oder der Heldin**

Es ist die emotionale und persönliche Transformation - nicht nur das Ereignis -, die aus einer Anekdote eine Geschichte macht.

WIE STARTEN SIE?

G E S C H I C H T E N
E R Z Ä H L E N

Warum erzählst du deine Geschichte?

- Welche Botschaft möchten Sie weitergeben?
- Welche Veränderung oder Emotion möchten Sie hervorrufen?

Wer ist die Zielgruppe?

- Wen möchten Sie erreichen - Geldgeber, junge Menschen, Entscheidungsträger?
- Was interessiert sie? Welche Sprache oder welches Format spricht sie an?

Wo kann man eine Geschichte finden?

- Echte Menschen, die Sie unterstützt haben
- Persönliche Erlebnisse / Alltägliche Momente
- Erfahrungsberichte von Freiwilligen oder Mitarbeitern

SCHLÜSSELELEMENTE

V O N W I R K U N G S V O L L E N G E S C H I C H T E N

1. Klarheit

Ist Ihre Geschichte leicht zu verstehen?

- ✓ Vermeiden Sie Fachjargon
- ✓ Konzentrieren Sie sich auf eine Kernbotschaft
- ✓ Halten Sie die Struktur einfach: Anfang → Konflikt → Lösung

SCHLÜSSELELEMENTE

V O N W I R K U N G S V O L L E N G E S C H I C H T E N

2. Emotionalität

Ruft Ihre Geschichte Gefühle hervor?

- ✓ Weckt es das Interesse des Publikums?
- ✓ Zeigen Sie Verletzlichkeit, Herausforderung oder Hoffnung?
- ✓ Kann das Publikum mit der Figur mitfühlen?

SCHLÜSSELELEMENTE

V O N W I R K U N G S V O L L E N G E S C H I C H T E N

3. Respekt

Ehren Sie die Würde der Menschen in Ihrer Geschichte?

- ✓ Sind Sie damit einverstanden, diese Geschichte zu teilen?
- ✓ Vermeiden Sie Stereotypen?
- ✓ Verstärken Sie Stimmen, anstatt für andere zu sprechen?

SCHLÜSSELELEMENTE

V O N W I R K U N G S V O L L E N G E S C H I C H T E N

4. Umsetzbar

Was kann das Publikum tun, nachdem es die Geschichte gehört hat?

✓ Gibt es einen klaren nächsten Schritt (spenden, teilen, mitmachen, reflektieren)?

✓ Ist Ihr Call-to-Action emotional mit dem Verlauf der Geschichte verknüpft?

✓ Macht Ihre Geschichte den Leuten Lust, etwas zu unternehmen?

WAS IST EINE GUTE GESCHICHTE?

Z U M

G E S C H I C H T E N E R Z Ä H L E N

Einfach

- Klar und leicht verständlich - keine Überlastung.

Persönlich

- Im Mittelpunkt stehen echte Menschen und gelebte Erfahrungen.

Authentisch

- Ehrlich, unverfälscht und emotional wahrhaftig - kein geschliffenes Marketing.

Relevant

- Stellt eine Verbindung zu Ihrem Anliegen her und kommt bei Ihrem Publikum an.

NÜTZLICHE SCHRITTE

ENTWICKLUNG EINES EFFEKTIVEN STORYTELLING - RAHMENWERKS

1. Definieren Sie Ihren Zweck

→ Warum erzählen Sie diese Geschichte? Was soll Ihr Publikum fühlen, denken oder tun?

2. Das Publikum Kennen

→ Wen sprechen Sie an? Mit welcher Sprache, welchem Ton oder welchem Format erreichen Sie Ihre Zielgruppe am besten?

3. Sammeln Sie echte Geschichten

→ Sammeln Sie Erfahrungsberichte, persönliche Momente, Interviews und Erfahrungen aus der Praxis.

4. Strukturieren Sie die Erzählung

→ Verwenden Sie einen klaren Anfang → Konflikt → Lösung. Konzentrieren Sie sich auf Emotionen und Transformation.

NÜTZLICHE SCHRITTE

ENTWICKLUNG EINES EFFEKTIVEN STORYTELLING - RAHMENWERKS

5. Machen Sie es ethisch

→ Stellen Sie die Zustimmung sicher. Erzählen Sie Geschichten mit Würde und vermeiden Sie Ausbeutung.

6. Wählen Sie das richtige Format

→ Video, Social Media, Blog, Podcast? Wählen Sie die Plattform, die zu Ihrem Publikum und Ihrer Story passt.

7. Fügen Sie einen Call-to-Action hinzu

→ Was sollen die Leute tun, nachdem sie sich mit Ihrer Geschichte beschäftigt haben? Machen Sie es klar und aussagekräftig.

8. Testen und teilen

→ Teilen Sie es zunächst mit einer kleinen Gruppe. Sammeln Sie Feedback. Verfeinern Sie es anschließend und verteilen Sie es weiträumig.



Co-funded by
the European Union

WIRKUNGSVOLLES STORYTELLING

W I E G E S C H I C H T E N U N S E R E N G E I S T
P R Ä G E N

DIGITALE TOOLS

Z U M

G E S C H I C H T E N E R Z Ä H L E N

- Carrd - Erstellen Sie eine einfache Landingpage, um eine digitale Story oder Kampagne zu hosten
- Padlet - Digitale Pinnwand zum Sammeln und Teilen von Jugend- oder Community-Geschichten
- Crello (jetzt VistaCreate) - Wie Canva, mit zusätzlichen Animationsfunktionen
- Canva - Social-Media-Grafiken, Storyboards, Poster, Infografiken, Berichte
- Canva Video Editor - Erstellen Sie Reels, Testimonials und Kampagnen mit animiertem Text und Effekten
- CapCut - Ausgezeichnete kostenlose Videobearbeitungs-App (besonders gut für TikToks, Reels und Inhalte für Jugendliche)
- Lumen5 - Text- oder Bloginhalte automatisch in kurze Videos umwandeln

RESSOURCEN & INSPIRATION

D I E G E S C H I C H T E W E I T E R F Ü H R E N

[What Is Storytelling?, National Storytelling Network](#)

[The Power Of Storytelling: Inspiring And Connecting With Your Audience](#), Forbes

[ADVOCACY TOOLKIT](#), Unicef

[Storytelling Tips & Tricks, How to tell a successful story](#), The Moth

[Storytelling for Social Change](#): a communications resource for young leaders, World Vision

[Storytelling for Impact Videos](#), National Geographic

[DIGITAL STORYTELLING MANUAL AND TOOL KIT](#), DYME



Co-funded by
the European Union



FRAGEN?



Co-funded by
the European Union



DANKE FÜRS ZUHÖREN!

