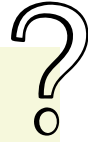


Grundlagen des Storytellings

Was ist Storytelling?



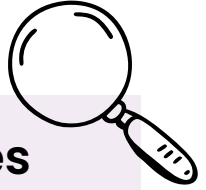
Eine **Methode**, um Ideen, **Projekte** oder Produkte durch eine **echte** oder **erfundene Geschichte** vorzustellen.

Ziele des Storytellings



Die Vorstellung des **Projektes** soll durch die Geschichte **vereinfacht** werden und **lange in Erinnerung bleiben**.
Vor allem, indem Emotionen geweckt werden.

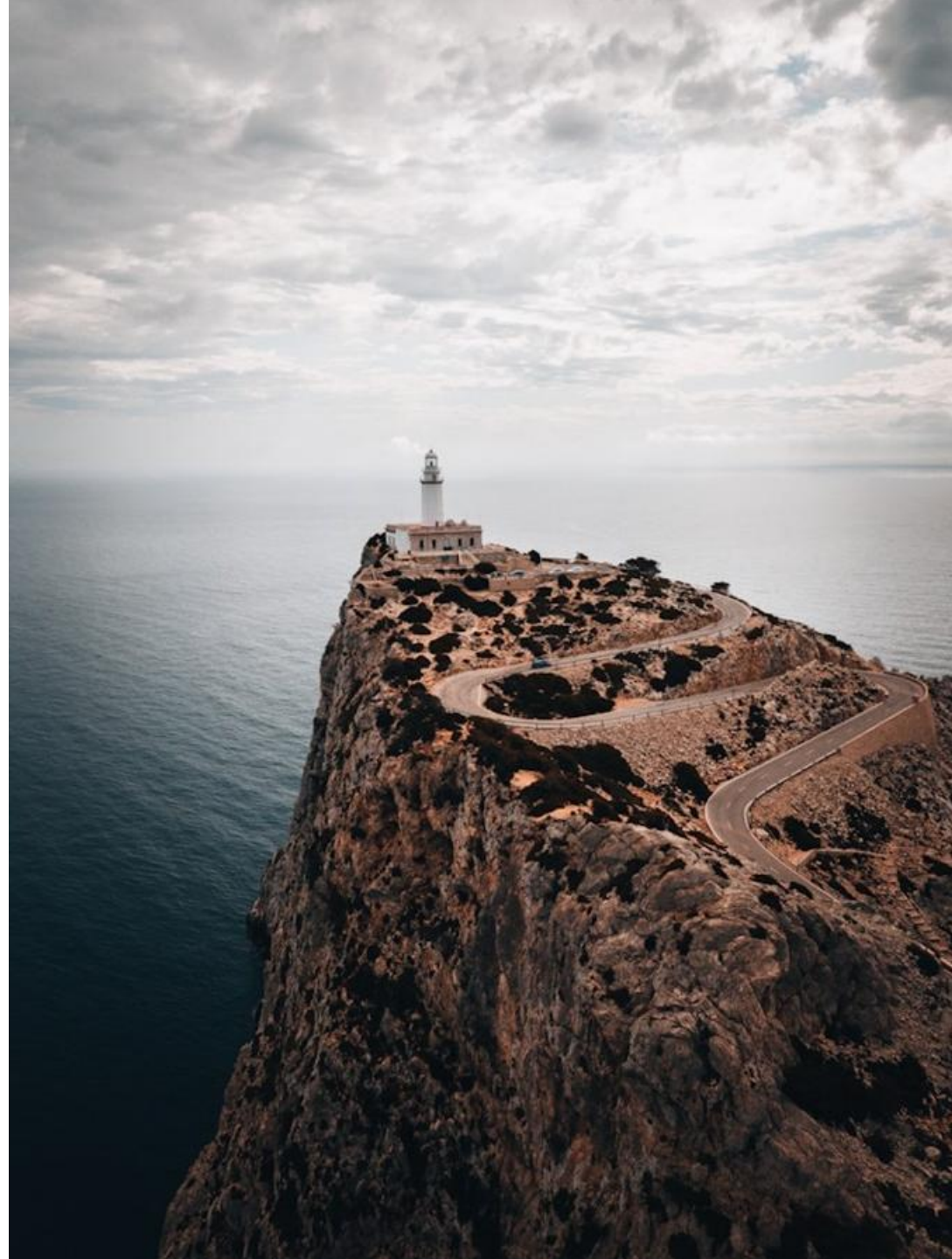
Eigenschaften des Storytellings



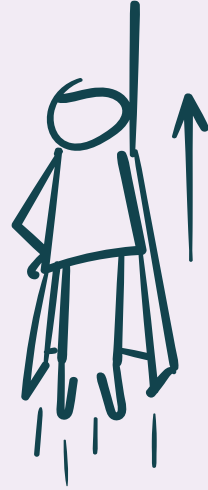
- Eine oder mehrere **Personen**
- Ein **Problem** / eine **Situation**
- **Umgang** mit dem Problem (Lösung oder Scheitern)

Tipps für das Story Telling

- Kenne dein **Publikum**: Welche Geschichten passen zu Eurer Zielgruppe?
- Macht es **konkret**
- **Persönliche Geschichten** wirken (z. B. Fehler-Geschichten schaffen Vertrauen und Nahbarkeit)
- Ein **spezifisches Detail** reicht meistens, damit die Geschichte hängen bleibt
- **Emotionen** bewusst einsetzen: Welche Emotion willst Du wecken? (z. B. Hoffnung oder Stolz)



Storytelling Methoden

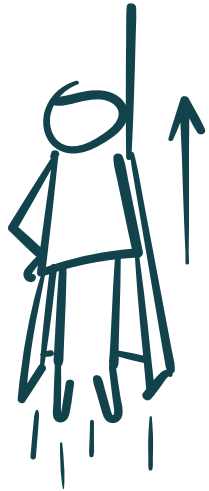


Die Held:innenreise



**Mitten ins
Geschehen**

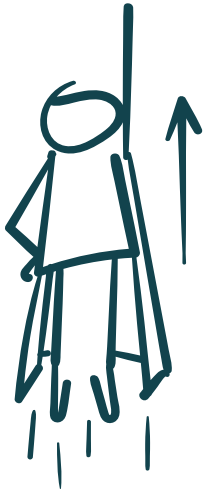
Storytelling Methoden – Die Held:innenreise



Die Held:innenreise

1. Deine Geschichte startet mit einer **Hauptfigur** (das kannst du selbst sein, ein:e Bekannte:r, deine Zielgruppe) (0-30 Sekunden)
2. Die Hauptfigur wird vor eine **Herausforderung** gestellt (der Grund, warum du dein Projekt gestartet hast). (30-45 Sekunden)
3. Du erzählst die Geschichte deines Projektes, wie du **Herausforderungen überwunden** hast und was du daraus **gelernt** hast. (1,5-2 Minuten)
4. Berichte, wie dein Projekt das **Leben der Hauptfigur verändert** hat. (30-45 Sekunden)
5. Schließe ab mit der **Botschaft**, die dir wichtig ist. (15-30 Sekunden)

Storytelling Methoden – Die Held:innenreise

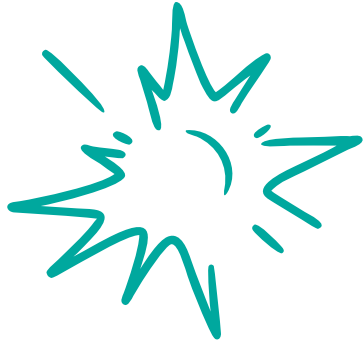


Die Held:innenreise

Beispiel:

- 1. Der Held:** Paul. Student. 50 Euro im Monat für Essen. Nudeln jeden Tag.
- 2. Das Problem:** Sieht im Supermarkt: Gemüse wird weggeworfen, obwohl es noch gut ist. Darf es nicht mitnehmen. "Regeln."
- 3. Die Reise:** Paul baut eine Box. Aus Holz. Stellt sie vor sein Haus. Schild: „Nimm was du brauchst. Gib was du kannst.“ Erste Woche: Leer. Zweite Woche: Jemand legt Brot rein. Dritte Woche: Box voll. Gemüse, Bücher, Kinderschuhe.
- 4. Die Veränderung:** Heute: 15 Boxen in der Stadt. Eine App zeigt, wo was drin ist. Paul? Isst abwechslungsreich. Kennt alle Nachbar:innen.
- 5. Die Botschaft:** Teilen macht nicht arm. Teilen macht reich. Anders reich.

Storytelling Methoden – Mitten ins Geschehen



Mitten ins Geschehen

1. Mit dieser Methode startest du deine Geschichte mit einem **Knall**, dem **spannendsten oder kritischsten** Moment deiner Geschichte, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu erhalten. (0-30 Sekunden)
2. Erzähle erst später, **wie es dazu kam** und was dein Einstieg in die Geschichte mit deinem Projekt zu tun hat. (1-2 Minuten)
3. **Vervollständige** die Geschichte zu deinem Projekt **nach und nach**. (2-3 Minuten)
4. Schließe ab mit der Botschaft, die dir wichtig ist. (15-30 Sekunden)