

## „Storytelling und Kampagnen für Initiativen“

Handout Netzwerktreffen Denkmalschutz, 25. Juni 2022

Maike Gosch (maike@story4good.com)

### Wie funktioniert Storytelling?

- Das Gedächtnis speichert Geschichten deutlich besser als Fakten und Zahlen.
- Wir denken und fühlen in Geschichten – durch Geschichten strukturieren wir unsere Realität, schaffen Sinnzusammenhänge und Kausalbezüge.
- Wenn man eine gute Geschichte hört, kommt es einem vor, als erlebe man sie selbst.
- Abstrakte Themen werden durch Personalisierung und Emotionalisierung konkret.
- Geschichten wecken unsere Empathie, fremde Menschen werden uns vertraut.

### Wie gewinne ich Menschen für mein Anliegen, wie erzähle ich eine gute Geschichte?

- Menschen interessieren sich für Menschen
- Sinne und Gefühle ansprechen
- Handlung und Thema/Relevanz
- Spannungsbogen
- Held-Ziel-Konflikt
- Exposition, Konflikt, Lösung
- Kampagnenerzählung: Exposition, Konflikt, Call-to-Action

### Was ist eine Kampagne?

Eine Kampagne

- hat ein genau definiertes Ziel
- folgt einer klaren Strategie
- fokussiert auf ein bestimmtes Thema/einen bestimmten Aspekt
- richtet sich an eine größere Gruppe von Menschen
- bedient sich verschiedener Kampagnen-Aktivitäten und -Mittel
- ist auf einen bestimmten Zeitraum begrenzt

### Welche Arten von Kampagnen gibt es?

- Imagekampagne
- Marketingkampagne
- Fundraisingkampagne
- Politische Druckkampagne
- Aufklärungskampagne
- „Awareness“-kampagne
- Verhaltensänderungskampagne

Eine Kampagne kann auch (und tut das meistens) mehrere dieser Funktionen erfüllen.

### Wie plane ich eine Kampagne?

- Was will ich verändern? (Ziel)
- Wen muss ich dazu beeinflussen? (Power Mapping)
- Wann muss ich dazu erreichen? (Zielgruppe)
- Wer kann uns unterstützen? (Helfer)
- Was muss ich dazu kommunizieren (Inhalt, Story)?
- Welche Mittel habe ich zur Verfügung? (Budget)
- Welche Kanäle kann ich bespielen? (Kanäle & Maßnahmen)

## Literatur

zu Storytelling

- Margot Leitman, "Long Story Short: The Only Storytelling Guide You'll Ever Need"
- Christopher Booker, "The Seven Basic Plots"
- Christopher Vogler, "Die Odyssee des Drehbuchschreibers"
- Best Practice – unendliche Inspiration: <https://www.facebook.com/humansofnewyork>
- Interview „Geschichten müssen universelle Gefühle berühren“: [https://story4good.com/wp-content/uploads/2010/12/MaikeGosch\\_StorytellingArtikel\\_MercatorMagazin\\_ce\\_mk-Kopie.pdf](https://story4good.com/wp-content/uploads/2010/12/MaikeGosch_StorytellingArtikel_MercatorMagazin_ce_mk-Kopie.pdf)
- Artikel in „Storytelling für Stiftungen“: [https://story4good.com/wp-content/uploads/2010/12/ss\\_14-06\\_roteseiten.pdf](https://story4good.com/wp-content/uploads/2010/12/ss_14-06_roteseiten.pdf)

zu Kampagnen

- wigwam & finep, "Game on! A Practical Guide to Campaigning": [https://wigwam.im/wp-content/uploads/161010\\_Campaigning-guide\\_screen.pdf](https://wigwam.im/wp-content/uploads/161010_Campaigning-guide_screen.pdf) (mit Storytelling-Artikel von M.G.)
- von Bernstorff, „Einführung in das Campaigning“
- Chris Rose, "How to win Campaigns", [www.campaignstrategy.org/](http://www.campaignstrategy.org/)
- Andrew Boyd, "Beautiful Trouble", [www.beautifultrouble.org](http://www.beautifultrouble.org)
- Speziell zu Power Mapping: Andrew Boyd auf <https://beautifulrising.org/tool/power-mapping>

## Bonus-Material

### 10 Tipps für gute Geschichten:

1. Erzählen Sie emotional und persönlich.
2. Vermitteln Sie komplexe Sachverhalte in einer möglichst einfachen Sprache.
3. Nutzen Sie einprägsame Metaphern, Bilder und Symbole.
4. Sprechen Sie alle Sinne an – nicht nur den Logikteil des Gehirns.
5. Binden Sie wenn möglich Bilder, Ton und Videos in ihre Texte ein.
6. Holen Sie die Zuhörer in ihrer Lebenswirklichkeit, ihrer Sprache und bei ihren Themen ab.
7. Nutzen Sie Genre-Elemente (Krimi, Liebesgeschichte, Abenteuerfilm, Comic, Games etc.).
8. Schaffen Sie Spannung, z.B. durch das Setzen von „Leerstellen“ (eine Frage stellen und sie nicht sofort beantworten; Erwartungen wecken und nicht gleich erfüllen). Wenn Sie eine Geschichte so lange wie möglich mit „offenem Ausgang“ erzählen, liest der Empfänger bis zum Ende, weil er erfahren will, wie sie ausgeht.
9. Denken Sie frei, assoziieren Sie, verbinden Sie ungewöhnliche Ideen miteinander, überraschen Sie den Empfänger.
10. Verwenden Sie (wenn es passend ist) auch mal Humor, Satire, Ironie, Wort- und Gedankenspiele.

### 5 häufige Fehler, die Sie vermeiden sollten:

1. Zu viele, irrelevante und banale Details erzählen.
2. Nicht an den Leser denken. Nur darauf fokussieren, was man selbst erzählen will, was für einen selbst interessant ist.
3. Unehrllich sein, eine Fassade aufrechterhalten, der ZuhörerIn nicht vertrauen.
4. Sich hinter Phrasen und Klischees verstecken.
5. Ein Thema nur abstrakt, naturwissenschaftlich und faktenlastig darstellen, ohne Sinne, Gefühle oder Phantasie anzusprechen und ein tieferliegendes menschliches Thema anklingen zu lassen.