

Handreichung Storytelling und #EHRENMENSCH

In der diesjährigen Aktionswoche richten wir unseren Fokus auf das Ehrenamt in der AWO. Die Protagonist*innen unserer Aktionswoche sollen unsere „#EHRENMENSCHEN“ sein: Mit der AWO-Aktionswoche möchten wir das Ehrenamt stärken und ein großes Dankeschön an alle ehrenamtlich Engagierten ausdrücken. Auch hauptamtlich Engagierte (etwa Pfleger*innen) sind eingeladen, sich zu beteiligen.

Wir bitten Euch, uns Eure Bilder und Geschichten an kommunikation@awo.org zu senden. So können wir die Geschichten Eures Engagements in den Mittelpunkt rücken. Um Fotos mit dem #EHRENMENSCH-Motiv zu erstellen, könnt Ihr unseren neuen Foto-Generator nutzen: <https://www.awo.org/kampagnen/aktionswoche>

Beachtet gerne folgende Hinweise zum sogenannten „Storytelling“, um Eure Geschichten zu erzählen.

Was meint „Storytelling“?

Beim Storytelling geht es darum, wahre Geschichten zu erzählen. Es ist eine Erzählmethode, bei welcher Botschaften in Form von Leitmotiven, Symbolen oder Metaphern überbracht werden. Storytelling meint eine Vorgehensweise, bei welcher Inhalte emotionalisiert und implizite Botschaften nachhaltig im Gedächtnis des Publikums gespeichert werden.

Was macht eine gute Geschichte aus?

- Sie weckt Interesse
- Steigert die Aufmerksamkeit
- Löst Assoziationen und Emotionen aus
- Generiert Erinnerung
- Fördert das Lernen
- Stiftet Identifikation mit dem Thema

Was ist wichtig für ein gutes Storytelling?

Im Mittelpunkt einer Geschichte steht niemals ein Produkt, sondern immer ein*e menschliche*r Held*in. Denn:

- Wir identifizieren uns mit Menschen, welche universale, menschliche Konflikte reflektieren und in Beziehung zu ihrer Umwelt stehen.
- Die Held*innengeschichte rüttelt auf, inspiriert und erzeugt Spannung.

Welche Überlegungen müssen im Vorfeld des Storytellings stehen?

- Was ist meine Überzeugung / Motivation?
- Was möchte ich bewirken?
- Wie soll das Thema / Projekt wahrgenommen werden?
- Wer ist meine Zielgruppe?

Worauf sollte beim Storytelling geachtet werden?

- Verständlichkeit durch einfache Wortwahl / kurze Sätze.
- Lebendige Aufmachung durch direkte Anrede & eindringliche Bildsprache.
- Authentizität: Alltagscharaktere wählen, mit denen man sich gerne identifiziert.

Beispiele für Storytelling bei der AWO

- Davids Bundesfreiwilligendienst in der AWO Akademie Saar: [Link](#).
- Franziska, Freiwillige im House of Life (Berlin): [Link](#).

FSJ UND BFD. EIN BLICK IN DIE PRAXIS.

DAVID
"Ich konnte hierbei zum ersten Mal wirklich in einem Team arbeiten und etwas Eigenverantwortung übernehmen, was sowohl persönlich als auch für meine berufliche Zukunft sehr wertvoll war." [mehr...](#)

FRANZISKA
„Hier habe ich zum ersten Mal gelernt, wie es in so einem Arbeitsapparat [mehr...](#)