

Storytelling für NPOs und Parteien Mit Geschichten Menschen berühren

Auszug aus dem MuP-Trainingsbuch „Strategische Öffentlichkeits- und Medienarbeit in NPOs“
von Gwendolin Jungbluth und Katrin Matuschek

Storytelling im PR-Sinne bedeutet Geschichten zu erzählen, in die die wichtigste(n) Botschaft(en) der Organisation integriert ist / sind, mit dem Ziel mögliche Unterstützerinnen emotional zu erreichen und bessere Aufmerksamkeit für die Themen der Organisation zu erlangen.

Emotionalisieren durch Storytelling

Warum brauchen wir das?

Geschichten schaffen Aufmerksamkeit, sind unterhaltsam und lehrreich, vermitteln Botschaften, verdeutlichen oft komplizierte Zusammenhänge, eignen sich zum Weitererzählen und bleiben leichter und länger im Gedächtnis als eine Aufzählung von Fakten und Daten.

Wie gehen wir vor?

Sie sollten sich für jedes Ihrer politischen Kernthemen eine Geschichte ausdenken und diese regelmäßig erzählen.

Geschichten können beruhen auf:

- ▶ einem Einzelschicksal, das besonders berührt,
- ▶ einer besonderen Leistung,
- ▶ einer ungewöhnlichen Idee oder
- ▶ einer Niederlage, aus der neue Erfahrungen gewonnen wurden.

Es gibt umfassende Modelle für das Storytelling, so zum Beispiel die „Heldenreise“, die anhand von elf Schritten eine Grobstruktur zum dramaturgischen Aufbau einer Geschichte liefert. Dazu gibt es einschlägige Fachliteratur. Hier ein vereinfachtes Muster:



Vereinfachtes Muster für das Storytelling



Im Hinblick auf die **BELTRETTER** bietet es sich für einzelne Akteure an, Urlaubsgeschichten zu erzählen, die in Verbindung mit einer unberührten Natur und Ostsee stehen. Einheimische könnten beschreiben, an welchen Orten sie früher gespielt haben, und was es bedeutet, wenn ihre Kinder diese Möglichkeit nicht mehr haben. Zur Motivation könnte man auch den Erfolg einer bisherigen Initiative (z.B. „Bewahrt Fehmarn“) schildern und darauf eingehen, was genau den Erfolg ausgemacht hat und welche Schlüsse daraus für aktuelle Aktivitäten zu ziehen sind.

Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, auch die betroffenen Arten in den Fokus zu nehmen. Der Tunnelbau wirkt sich allen Prognosen zufolge besonders verheerend für die lärmempfindlichen Schweinswale aus. Warum also keine Geschichte über einen verirrtten Schweinswal erzählen, der nur mit Mühe und Not der „Tunnelbaustelle“ entkommt?



Hinweis: Das **MuP-Trainingsbuch** „Strategische Öffentlichkeits- und Medienarbeit in NPOs“ können Sie auf der MuP-Webseite unter Publikationen bestellen.

Mehr zum Thema im Fokus „Verständlich kommunizieren und Menschen erreichen“ finden Sie bei den **MuP-Themen im Fokus** auf unserer MuP-Webseite.