

Storytelling Theorie:

1. Was ist Storytelling?

- Definition: Storytelling ist die Kunst, **Botschaften** durch Geschichten zu transportieren.
- Wir haben uns daran gewohnt: Unser Gehirn funktioniert so!! Ursprung: Seit 27000 **Jahren** nutzen Menschen **Geschichten, um Wissen** weiterzugeben, Werte zu vermitteln und Emotionen zu erzeugen. Seit **3500 Jahren** schreiben wir sie auf. **Powerpoint** gibt es seit 27 Jahren
- Zweck: Verbindungen schaffen, Emotionen wecken und Handlungen auslösen.

Bezug zur BNM: Unsere Aufgabe ist es, potenzielle Mitglieder für den Naturschutz zu gewinnen. Wie können Geschichten dabei helfen?

2. Warum funktioniert Storytelling?

- **Psychologische Basis:**
 - Geschichten aktivieren das Gehirn (Amygdala) stärker als bloße Fakten (Oxytocin, Spiegelneuronen). **Dopamin!** (Fokus); **Oxytocin = Mitgefühl;** (Großzügigkeit, Vertrauen, Entspannung) – Ur-Hormon, Geburt, Orgasmus; **Endorphine = Lachflash** (Entspannt, Fokus, Kreativität)
 - Sie verbinden rationale Argumente mit emotionalem Engagement.
- Gegenteil: **Cortisol, Adrenalin:** Irrational, Aggressiv, Intolerant, Kritisch
- **Verhalten beeinflussen:**
 - Menschen erinnern sich zu 22x besser an Geschichten als an Daten (ZDF) allein. (ZDF = Zahlen, Daten, Fakten)
 - Sie schaffen Identifikation: „Was wäre, wenn ich in dieser Situation wäre?“
- **Vertrauen und Authentizität:** Gute Geschichten erzeugen Glaubwürdigkeit.

3. Die 5 Elemente von Storytelling

1. **Held:** Jede gute Geschichte braucht eine zentrale Figur – Mensch oder Tier.
 - Beispiel: Die Amsel aus der Eröffnungsgeschichte wird zur Heldin.
2. **Konflikt:** Der Held steht vor einer Herausforderung.
 - Konflikt steigert die Spannung und zieht Zuhörer in die Geschichte.
3. **Emotion:** Ohne Emotion bleibt die Geschichte flach. Zeige Angst, Freude, Mitgefühl.
 - **Haptik:** Schwitzige Hände, Heuballen, Becherlupe, etc.
4. **Plot:** Jede Geschichte braucht eine Struktur – Anfang, Höhepunkt, Ende.
 - Klassischer Aufbau: *Exposition – Konflikt – Lösung*.
5. **Botschaft:** Am Ende sollte die Geschichte eine klare, nachvollziehbare Botschaft haben.

4. Beispiele für Storytelling im Naturschutz

- **Persönliche Geschichten:** Ich erzähle, wie es durch den BN Selbstwirksamkeit erlebe (im konkreten Projekt).
- **Tierperspektive:** Hauhechelbläuling Umsiedelungsprojekt (Ameisen vergessen).
- **Erfolgsgeschichten:** Wie ein Dorf durch Aufforstung neues Leben fand.
- **Provokative Cliffhanger:** Wie die Eröffnungsgeschichte neugierig macht und emotional berührt.

5. Praktische Tipps für Storytelling in der Werbung (ca. 3 Minuten)

- **Zielgruppenanalyse:** Wen wollen wir erreichen? Was bewegt diese Menschen?
- **Sprache:** Einfach, direkt und bildhaft – wie die Natur selbst.
- **Visualisierung:** Bilder und Videos verstärken die Wirkung.
- **Aufruf zur Handlung:** Jede Geschichte sollte zu einer klaren Aktion führen (z. B. Mitglied werden).

Zu guter Letzt:

- Mach dir bewusst, welche Geschichte du erzählen möchtest! Weiß, was du bewirken möchtest!
- Kenne deine Punchline!
- Jeder ist Storyteller!