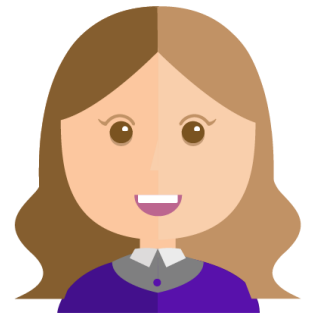
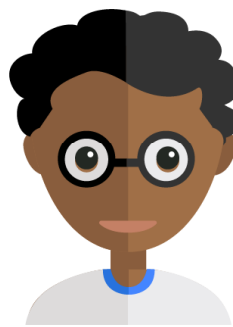
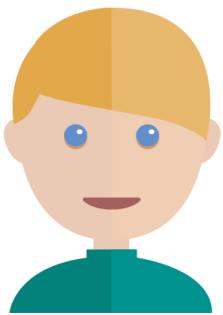


ODISSEU



## Online Werkzeugkasten

Für Erwachsenenausbilder\*innen zur Unterstützung des  
*Empowerments* von Asylbewerber\*innen und Geflüchteten  
durch *Storytelling*



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project Number: 2018-1-IT02-KA201-048187

# Inhalt

Modul	Verantwortlicher Partner	
<b>1. Empowerment und Einfluss durch Storytelling</b>	UNIVERSITATEA DIN PITEȘTI (UPIT), ROMANIA	
<b>2. Storytelling mit Geflüchteten</b>	OXFAM ITALIA, ITALY	
<b>3. Die perfekte Geschichte entwickeln</b>	MEATH PARTNERSHIP, IRELAND	
<b>4. Die Geschichte perfekt erzählen</b>	CENTRE FOR ADVANCEMENT OF RESEARCH AND DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY LTD (CARDET), CYPRUS	
<b>5. Die Reichweite der Geschichte vergrößern</b>	KOPERAZZIONI INTERNAZZIONALI (KOPIN) ASSOCIATION (KOPIN), MALTA	
<b>Author</b>	INNOVATION IN LEARNING INSTITUTE (ILI), GERMANY	

# 1. Modul I: Empowerment und Einfluss durch Storytelling

## Was ist eine Geschichte?

Geschichten bilden das Fundament unseres Lebens. Wir träumen, planen, klagen, setzen uns ein, unterhalten uns, lehren und lernen und erinnern uns, indem wir Geschichten erzählen. Sie transportieren Hoffnung, sie können Enttäuschung verstärken oder lindern. Sie fordern unsere moralischen Gebote heraus oder können sie bekräftigen, sie testen unsere Theorien über die Welt – auf persönlicher wie kommunikativer Ebene (Schiffrin, De Fina and Nylund, S.1).

Geschichten sind das grundlegende Medium, um Erfahrungen verstehen und teilen zu können. Sie konstituieren unser Verständnis von menschlicher sprachlicher Kommunikation. Das Erzählen von Geschichten ist für das Vermitteln von moralischen Werten an Kindern von essentieller Bedeutung. Sie sind ein zentraler Baustein der Bildung von individuellen und kollektiven Identitäten und werden benutzt, um verschiedene Seinsweisen und Sozialisationen zu erfassen.

Geschichten werden manchmal als ein machtvoll Instrument beschrieben, und können das auch tatsächlich sein. Denken Sie aber für einen Moment bei Geschichten weniger an ein diskretes Instrument oder Produkt, als vielmehr an einen fundamentalen Aspekt menschlichen Bewusstseins: sie sind ein essentieller Teil unseres Denkens, unserer Gefühle, unserer Erinnerungen, Vorstellungen und Beziehungen (VanDeCarr, 2013, p.5). Geschichten werden erzählt, um eine gemeinsame Basis zu errichten und Erfahrungen auszutauschen. Geschichten amüsieren und belehren uns. Sie können aber auch zur Differenzierung eingesetzt werden und für die Anregungen zu Diskursen und Argumenten verwendet werden. Sie sind Instrumente der sozialen Verständigung und des alltäglichen Konflikts zugleich (Baynham and De Fina, 2016, p.31). Des Weiteren tragen Geschichte auch in gesellschaftliche und institutionelle Prozesse wie Beschäftigung und Immigration zur Verständlichkeit bei – sie sind essentieller Bestandteil unseres sozialen und gesellschaftlichen Lebens, der komplexe Prozesse zugänglich und verständlich macht. Diese vielfältigen Funktionen helfen, die narrative Allgegenwärtigkeit von Geschichten in unserem Alltag und deren Relevanz für Bildung zu erklären (De Fina and Tseng, 2017, S.381).

Eine gute Geschichte ist kurz, einfach zu lesen und nicht zu komplex. Sie beinhaltet einen Beginn, einen Mittelteil und einen Schluss. Sie führt in ein spezifisches Problem mit grundlegenden Begriffen ein und zeigt, wie das Problem gelöst werden kann. Sie hebt die Rolle des Akteur in dem Lösungsprozess des Problems hervor und übt Einfluss auf Menschen und Orte auf bestimmte Weisen aus (Northern California Grantmakers, 2019).

Einige allgemeine Elemente bilden eine gute Geschichte (Jarvis, 2019):

- **Einfach.** Gute Geschichten sind leicht verständlich. Die in der Geschichte verwendete Sprache stimmt mit der von dem anvisierten Publikum verwendete Kommunikationsweise überein, sodass sie nicht viel Zeit damit verbringen müssen, den Text zu interpretieren und aufzunehmen. Einfachheit zielt auf einfache Erinnerungen ab, weil der Lehrinhalt leicht zusammenzufassen sein soll.
- **Emotional.** Gutes Storytelling setzt eine emotionale Komponente voraus. Diejenigen Geschichten, die sich tief in das Gedächtnis hineinbrennen, vermitteln Humor, Schmerz oder Freude. Wären Geschichten nur eine einfache Anreihung von Fakten, würde niemand ihnen zuhören, geschweige denn sich an sie erinnern.
- **Wahrhaft.** Es geht nicht um Wahrheit im wissenschaftlichen Sinne, das ein verifizierbarer Fakt behauptet wird. Es geht um Wahrheit insofern, als der Erzähler an das glaubt, was er erzählt, und darüber mit sich selbst und dem Publikum ehrlich ist.
- **Echt.** Gute Geschichten sind Erfahrungen aus erster Hand, die der Erzähler selbst miterlebt hat. Auch wenn die Geschichte sich auf einer allgemeineren Ebene bewegt, sollte sie, um eine gute





Geschichte zu sein, ein Element besitzen, dass die Geschichte direkt mit den Erzähler\*innen verbindet. Die Erzähler\*innen sollten die Geschichte in ihren eigenen Worten darbieten können.

- **Valide.** Ungeachtet der Größe des Publikums, findet eine gute Geschichte in jedem Publikum Anklang. Es geht nicht darum, wie viele Menschen zuhören, es geht darum, dass eine Geschichte gehört wird – von irgendjemandem irgendwo auf der Welt.

Gute Geschichte können (Capacity Waterloo Region, 2013, S.5):

- **Menschen Gefühle vermitteln** (wenn Menschen fühlen, können sie dazu verleitet werden, auf eine bestimmte Art zu handeln);
- **Das Chaos durchbrechen** (es gibt so viel digitalen und visuellen Lärm, dass eine gute Geschichte dieses willkürliche Rauschen überwinden kann; Menschen suchen mehr denn je nach guten Geschichten in dem schwer durchdringbaren Dickicht des Internets);
- **Bewaffne Deine Mitstreiter\*innen** (helfe den Menschen, mit denen Du am häufigsten redest, konsistente Geschichten zu erzählen, die einen nachhaltigen Einfluss auf die Hörenden haben);
- **Helfen, Dich zu verbessern** (Geschichten haben einen machtvollen Einfluss auf internes Lernen. Sie ermöglichen, dort Muster und Verbindungen zu erkennen, die man normalerweise übersehen würde);
- **Ein Netzwerk aufbauen** (Geschichten über die Arbeit Deiner Organisation zu erzählen zeigt Deinen Mitmenschen, Mitarbeiter\*innen, Klient\*innen und Anderen, dass du sie siehst, sie hörst und sie akzeptierst, wie sie sind);
- **Menschen aufwecken** (Benutzt Du seit Jahren dasselbe Format für Projektanträge? Wollen wir wetten, dass Du es Deinem Projektfounder nicht gerade leicht machst, zu verstehen, was Du tust und welchen Einfluss du machst?).

### Was ist Storytelling?

Storytelling ist das machtvollste Kommunikationsinstrument, das uns zur Verfügung steht. Die Geschichte ist die fundamentale Einheit menschlicher Kommunikation. Bei jeglicher Art von öffentlicher Präsentation sind es Geschichten, worauf Menschen warten zu hören (Goodman, 2013, S.7).

Storytelling begleitet die Menschheit seit Beginn an. Es war der ursprüngliche Weg, Informationen zu teilen, noch lange bevor das geschriebene Wort erfunden worden war (Jarvis, 2019). Storytelling wird auch von Aktivisten und Wohltätigkeitsorganisationen verwendet, um sozialen Wandel voranzubringen. Es wurden in der jüngeren Vergangenheit unterschiedliche Formen des Storytelling verwendet, um zum Beispiel auf Menschenrechtsverletzungen aufmerksam zu machen; Dokumentarfilme aus erster Person, um Gefängnisreformen oder die Verbesserung des Zugangs von Migrant\*innen und Geflüchteten zu Gesundheitsversorgung zu verbessern oder mit digitalen Storytelling den Selbstmord von jugendlichen LGBTI\* zu verhindern (VanDeCarr, 2013, S.5). Die Organisationen haben etwas Essentielles erkannt: wenn wir auf der Basis von Geschichten leben, dann können wir uns auch aufgrund von Geschichten verändern.

Während ihres Lebens erzählen die meisten Menschen grundsätzlich die selbe Art einer Geschichte – in verschiedenen Kontexten und zu unterschiedlichen Publika. Es sind Geschichten, die generell den Erzähler als zentralen Akteur der Geschichte vorstellen. Sie handeln von dem Erzähler und seinen Handlungen im Kontext bestimmter Ereignisse, die sich anders entwickeln, als vom Auditorium erwartet. Grundsätzlich sind es Geschichten, die über eine "erweiterte Berichtbarkeit" verfügen; das bedeutet, sie können "erzählt und wiedergegeben werden über einen langen Zeitraum hinweg" (Linde, 1993, p.21). Menschen neigen dazu, sich ein Set an Geschichten anzueignen, welches als Quelle dafür dient, in verschiedenen Kontexten zu unterschiedlichen Publika Geschichten erzählen zu können (Schiffrin, De Fina, A. and Nylund, A., p.148 ).





## Warum erzählen wir uns einander Geschichten? Die kommunikative Effizienz von Geschichten

Storytelling ist fundamental für unser alltägliches Leben, in dem wir mit unseren Mitmenschen kommunizieren und sie sowie die Welt, die uns umgibt, verstehen müssen. Storytelling gibt der manchmal scheinbar sinnentleerten Welt eine Bedeutung, sie verbindet Menschen miteinander und regt zur Empathy an. Eine authentische Geschichte zu erzählen kann Deine Ideen für andere zugänglich und sie einladen, Dich auf Deiner Reise, durch positive Beitrag einen sozialen Wandel anzustoßen, begleiten.

Geschichten über uns selbst zu erzählen ist einer der wichtigsten Wege, um anderen mitzuteilen, wer wir sind. Autobiographische Geschichten ermöglichen Schlüsse über die Vergangenheit und Gegenwart des Geschichtenerzählers (Schiffrin, De Fina and Nylund, p.148). Geschichten zu erzählen ist ein Weg Erfahrungen mit anderen zu teilen und ihnen einen gemeinschaftlichen Sinn beizufügen, um vergangene Ereignisse wichtigen, emotionalen oder traumatischen Inhalts verarbeiten zu können (De Fina and Tseng, 2017, p.381).

Geschichten ermöglichen, dass unsere Botschaften und Intentionen von den Zuhörer\*innen oder Leser\*innen verstanden werden können. Bei Geschichten reden wir weniger über universelle Wahrheit, als vielmehr über Bedürfnisse und Möglichkeiten. Sie können uns helfen, auf unerwartete Ereignisse angemessen zu reagieren und andere Möglichkeiten in Betracht zu ziehen, wenn sich die Realität anders entwickelt hätte. Geschichten sind ein exzellentes, konstruktives Instrument, die uns befähigt, unterschiedliche Repräsentationen der Welt entdecken zu können.

Die Zwecke und Wirkungen von Storytelling bzw. der Ausarbeitung eines bestimmten, narrative Repertoires könnten nicht unterschiedlicher und vielfältiger sein. Zum Beispiel haben bestimmte Geschichten ein therapeutisches Potential: sie können als Weg dienen, verstörende und belastende Ereignisse und Erfahrungen zu verarbeiten (Becker, 1997).

In der Antike war das Erzählen von Geschichten eine Profession. Heutzutage wurde, auch dank der sozialen Medien und der medialen Werbung, das Geschichtenerzählen weiter perfektioniert und verfeinert (Mecozi, 2019).

Die kommunikative Wirksamkeit von Geschichten hängt davon ab, inwiefern die unabdingbaren Gesetze des Geschichtenerzählens eingehalten werden (Capacity Waterloo Region, 2013, p.14):

- Geschichten handeln über Personen.
- Lassen Sie die Charakter für sich selbst sprechen.
- Das Publikum ist schnell gelangweilt.
- Geschichten sagen nicht, sie zeigen.
- Geschichten haben eine klare Bedeutung.

## Die Methodology des Geschichtenerzählens

Die sechs fundamentalen Elemente einer gut erzählten Geschichte sind: Publikum, Erzähler\*in, Ziel, Struktur, Inhalt und Überlieferung (Mecozi, 2019).

- **Publikum:** das Publikum ist das wichtigste Element und das erste, das man in Betracht ziehen muss, bevor man zu erzählen beginnt. Wer sind die Zuhörer? Warum sind sie hier zusammen in diesem Raum? Was braucht das Publikum, was brauchen Sie selbst und wie können diese beiden Bedürfnisse in Einklang gebracht werden? Wie wird sich das Publikum auf diese Geschichte beziehen und sich mit den Wert, der Mission und der Zielen meiner Geschichte in Verbindung setzen? Geschichtenerzählen bedeutet, das Publikum besser zu verstehen, als es sich selbst versteht.
- **Erzähler\*in:** Das sind Sie, auf einer Bühne vor einem großen Publikum stehend. Sie müssen Glaubwürdigkeit und Vertrauen vermitteln. Fragen Sie sich selbst, warum Sie diese Geschichte erzählen. Was bringen Sie mit, was einzigartig ist? Was an Ihnen muss in der Geschichte



auftauchen, um die Botschaft zu vermitteln? Indem Sie diese Unterscheidungen treffen, etablieren Sie sich selbst als zuverlässig und als die richtige Person, um vor dem Publikum zu stehen.

- **Ziel:** ein klares Ziel zu haben, bringt Gewicht in Ihre Geschichte. Sie bitten Ihre Zuhörer um Zeit und Aufmerksamkeit, also seien Sie sich klar, was Sie sich von dieser Investition erhoffen. Was ist der Sinn und das Ziel der Geschichte? Um eine maximale Wirkung zu erzielen, sollte eine klare Absicht festgelegt werden, nach der Sie aus Ihrem reichen Arsenal an Geschichten auswählen können. Es gibt mehrere Ziele einer Geschichte: durch Geschichtenerzählen die Vergangenheit zu interpretieren und die Zukunft zu gestalten, durch Geschichtenerzählen Konflikte zu lösen, Probleme anzusprechen und sich Herausforderungen zu stellen, durch Geschichtenerzählen zu argumentieren und andere zu überzeugen, insbesondere in komplexen Situationen.
- **Struktur:** Geschichten werden keine Wirkung zeigen, wenn sie willkürlich erzählt werden. Eine Struktur wird eine narrative Sequenz schaffen, die leicht zu folgen und leicht zu merken ist. In der kreativen Welt gibt es bereits viele Rahmenwerke, und alle haben eine dreiteilige Struktur aus Anfang, Mitte und Ende. Im ersten Akt werden die Hauptfigur und der Kontext vorgestellt; im zweiten Akt wird eine Herausforderung gestellt und der Held auf die Probe gestellt; im dritten Akt muss eine Offenbarung erscheinen, die alles verändert. Wenn man mit diesem Schema arbeitet, können alle Geschichten für bestimmte Ziele aufgebaut und ausgeschmückt werden.
- **Inhalt:** was macht eine unvergessliche Geschichte aus? Für das Erzählen von Geschichten, die Wirkungen erzielen sollen, gilt nach wie vor das Sprichwort "alles ist Kopie". Alles an Ihrer Geschichte ist entscheidend, um sie zum Nachhall zu bringen: Beziehen Sie eine Besetzung von Figuren ein, in die sich Ihr Publikum hineinversetzen kann. Bringen Sie das große Ganze und die Details ins Gleichgewicht und implementieren Sie Gespräche, um der Geschichte mehr Würze zu verleihen. Sprechen Sie die Sinne Ihrer Zuhörer\*innen an und nehmen Sie sie mit auf eine Reise. Sprechen Sie über Ihre Misserfolge, und feiern Sie die Botschaft Ihrer Geschichte. Aber am wichtigsten ist es, eine wahrheitsgetreue Geschichte zu erzählen. Seien Sie ehrlich und transparent.
- **Überlieferung:** Es kommt darauf an, wie man eine Geschichte erzählt. Sie müssen das Publikum fesseln, dass es sich nicht mehr von Ihren Lippen losreißen kann, bis Sie das Ende erreicht haben. Bauen Sie Spannung und Anspannung auf einen Höhepunkt hin auf, und hetzen Sie nicht durch. Seien Sie kreativ und bleiben Sie nah an dem, was am besten zu Ihrer Persönlichkeit passt. Lassen Sie das Publikum vielleicht genau in die Mitte und ins Geschehen eintauchen. Oder beginnen Sie am Ende. Setzen Sie Ihre Stimme und Ihren Körper als Instrument ein, um Intimität und Vertrauen zu schaffen. Halten Sie den Spannungsbogen durchgehend hoch, und machen Sie Ihren Standpunkt deutlich, indem Sie ein epochales Finale erzeugen. Und wie jeder Meister Ihnen sagen wird, ist Übung der Schlüssel. Üben, üben, üben.

Eine Geschichte hat einen Anfang, eine Mitte und ein Ende. Sie hat Spannung oder Konflikt, Figuren und eine Handlung, Details und Emotionen. Die Teile einer Geschichte sind (Northern California Grantmakers, 2019):

- a) Der Titel (ein kurzer Titel, der Wirkung der Geschichte beschreibt);
- b) Die Einleitung (stellt die Weichen und beschreibt das Problem in einfachen Worten);
- c) Das Fundament (erklärt, warum Sie selbst oder die beteiligten Personen in der Geschichte involviert sind);
- d) Die Geschichte (beinhaltet die Rolle des Fundaments);
- e) Das Ende der Geschichte (beschreibt den Ausgang).

Für ein gutes Storytelling ist es wichtig, die folgenden sieben Fragen zu beantworten (Capacity Waterloo Region, 2013, S.20):

- a) a) Wer ist der Protagonist? So wie ein Auto einen Fahrer braucht, brauchen auch Geschichten jemanden, der die Handlung steuert. Verwenden Sie nach Möglichkeit reale Namen, oder aber zusammengesetzte, fiktionalisierte Namen.



- b) Was ist der Haken? Beginnen Sie Ihre Geschichte an einem Ort, an dem sich das Publikum mit der Situation oder mit dem Ziel des Protagonisten identifizieren kann. Es geht darum, sie von Anfang an zu fesseln.
- c) Was hält das Interesse wach? Vorhersehbare Geschichten sind langweilig; werfen Sie einige Barrieren und Überraschungen hinein, um die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu behalten.
- d) Wo ist der Konflikt? Es gibt kein Drama ohne Konflikt, und das heroische Handeln wird noch verstärkt, wenn man es mit schändlichen Untaten vergleicht.
- e) Haben Sie Angaben zu den Details gemacht? Kürze ist ein Ziel, also versuchen Sie, die wenigen gut gewählten Details zu finden, die ein prägnantes und lebendiges Bild der Welt zeichnen, die Sie porträtieren.
- f) Was ist der emotionale Haken? Als Gegenleistung für ihre Zeit und Aufmerksamkeit erwarten die Leser mehr als nur das Rezitieren der Fakten. Geben Sie ihnen eine emotionale Erfahrung, die ihre Zeit wertvoll macht.
- g) Ist die Bedeutung kristallklar? Die Menschen brauchen eine Geschichte, die erklärt, was sie bedeutet, und ihnen das Gefühl gibt, irgendwo hineinzupassen

### Storytelling als Selbstermächtigung und für Wirkung

Das Erzählen von Geschichten wurde in der Kindererziehung als wertvolles und kreatives Werkzeug ausgiebig genutzt. Eine gute Geschichte hat die Kraft, zu inspirieren, anzuregen und Menschen zum Handeln zu bewegen. Gute Geschichten haben die Kraft, Verständnis aufzubauen, zu unterhalten, zu lehren und das große Ganze zu vermenschlichen. Vor allem aber haben gute Geschichten die Kraft, dass man sich an sie erinnert. (Capacity Waterloo Region, 2013, S.4).

Beim Geschichtenerzählen geht es darum, der wilden Welt um uns herum einen Sinn zu geben, mit Menschen in Verbindung zu treten und Empathie zu wecken. Das Erzählen einer authentischen Geschichte kann Ihre Ideen für andere zugänglich und akzeptabel machen und sie dazu einladen, Teil Ihrer sich entwickelnden Reise zu werden, um positive soziale Veränderungen zu bewirken (Ashoka Changemakers Fall, 2013, S.3).

Jeder hat eine Geschichte. Eine Person kreiert seine Geschichte, um:

- a) **Sichtbarkeit zu erlangen** (Wenn Sie Ihre Geschichte über Newsletter, E-Mail-Kommunikation, die Website einer Organisation, einen Blog, Facebook oder Twitter an Ihr Netzwerk weitergeben ... kann sie als leistungsstarkes Marketing- und Advocacy-Instrument dienen und die Menschen vom Bewusstsein zum Handeln anregen);
- b) **Verbindungen schaffen, Unterstützung erhalten** (Stellen Sie eine Verbindung zu Ihrem Publikum her und motivieren Sie es, Ihr soziales Projekt zu unterstützen. Laden Sie sie ein, Vorkämpfer\*innen der von Ihnen angestrebten Veränderung zu werden; eine aussagekräftige Geschichte kann die Kernbeziehung der Menschen zu den Themen, die Sie ansprechen wollen, verändern und zu langfristiger Unterstützung führen; wenn Sie überzeugende Geschichten austauschen, können Sie Ihre Unterstützer\*innen in die Pflicht nehmen und neue Verbindungen zu Akteuren knüpfen; Sie können Ihre Geschichte für Zuschussanträge, Pitches, Präsentationen, Podiumsdiskussionen und Interviews verwenden);
- c) **Transformieren Sie sich und ihr Projekt** (Das Geschichtenerzählen ist sowohl für die Erzähler\*innen als auch für das Publikum transformativ; der Prozess des Geschichtenerzählens ermöglicht es Ihnen, darüber nachzudenken, woher Sie kommen, wo Sie jetzt sind und wohin Sie in Zukunft gehen wollen; er ermöglicht es Ihnen, sich wieder auf Ihre Vision zu konzentrieren und die Authentizität zu wahren; wenn Sie den Kern Ihrer Geschichte herausgefunden haben, können Sie sie auf vielfältige Weise erzählen, je nach Zweck und Publikum)





Die Wirkung des Storytellings manifestiert sich in (VanDeCarr, 2013, p.36):

1. Wissen: Die Menschen gewinnen ein neues Bewusstsein und Verständnis. Beispiel: Teilnehmer an einer interkulturellen Aktivität lernen Migrantengemeinschaften kennen.
2. Diskurs: Menschen kommunizieren auf neue Art und Weise, sei es durch Beratung, Dialog oder Medien. Beispiel: Öffentliche Veranstaltungen erzeugen einen grundlegenden und offenen Dialog über die Themen der Stadt.
3. Einstellungen: Der Einzelne ändert sein Denken und Fühlen. Beispiel: Junge LGBTI haben mehr Hoffnung für ihre Zukunft. Oft ist ein Einstellungswandel eine Vorstufe zum Handeln - diese LGBT-Jugendlichen begehen seltener Selbstmord - kann aber auch ein eigenständiges soziales Gut sein.
4. Kapazität: Menschen erleben eine Veränderung in dem, was sie haben und tun können, sei es soziales Kapital, Führung, kreative Fähigkeiten oder bürgerschaftliches Engagement. Beispiel: Die "Heart & Soul"-Methode der Orton Family Foundation für die Gemeindeplanung trägt zur Förderung neuer Gemeindeparterschaften bei.
5. Aktion: Einzelne Personen verhalten sich auf eine neue Art und Weise, z.B. indem sie wählen gehen, spenden, sich freiwillig engagieren, eine andere positive Aktion durchführen oder eine schädliche Aktion stoppen. Beispiel: Die vom OSF finanzierte Organisation KHSIMA hat eine geschichtenorientierte Kampagne, die Lehrer\*innen dabei helfen kann, Schüler\*innen mit geistigen Behinderungen in den Unterricht zu integrieren, oder die Klassenkamerad\*innen auffordert, sich ihnen gegenüber toleranter zu verhalten.
6. Richtlinien: Unternehmen, Regierungen oder andere Akteure ändern ihre Politik, Verfahren oder Praktiken - all dies wirkt sich darauf aus, wie nachhaltig der Wandel ist. Beispiel: Nation Inside ist Herausgeber einer historischen Kampagne, die auf politische Veränderungen drängt, die die, wie manche sagen, "exorbitanten" Telefongespräche zwischen Gefangenen und ihren Angehörigen senken sollen.

Der Akt des Erzählens der eigenen Geschichte kann sogar eine Form der Ermächtigung sein - ein Weg, die eigene Stimme, den eigenen Identitätssinn zurückzugewinnen (The Freedom Story, 2018). Indem Menschen (Migranten, Überlebende) die Dynamik beobachteten, Geschichten zu erzählen und dann im Gegenzug die Geschichten anderer zu erfahren, können sie ihren Anspruch auf eigene Identität zurückgewinnen, indem sie dem Unaussprechlichen eine Stimme gaben.

## Quellen und Inspiration

- Ashoka Changemakers Fall, 2013. *A Changemaker's Eight-Step Guide to Storytelling. Hoe to engage heads, hearts and Hands to Drive Change.* [pdf] Verfügbar unter: <[https://www.changemakers.com/sites/default/files/a\\_changemakers\\_guide\\_to\\_storytelling\\_12\\_10\\_13.pdf](https://www.changemakers.com/sites/default/files/a_changemakers_guide_to_storytelling_12_10_13.pdf)>.
- Baynham, M. and De Fina, A., 2016. Narrative an analysis in migrant and transnational contexts. In: Jones M., *Researching Multilingualism. Critical and ethnographic perspectives.* Routledge.
- Becker, G. 1997. *Disrupted lives: how people create meaning in a chaotic world.* Berkeley and Los Angeles, CA: University of California Press.
- Capacity Waterloo Region, 2013. *Stories Worth Telling - a guide to storytelling for non-profits.* [pdf] Verfügbar unter: <<https://www.whistlerfoundation.com/media/40373/CWR-Storytelling-Manual-12-2013.pdf>>.
- De Fina, A. and Tseng, A., 2017. *Narrative in the study of migrants.* [online] Verfügbar unter: <<https://www.researchgate.net/publication/316088359>>.
- Goodman, A., 2013. Stories are what we're waiting for. In: VanDeCarr, P., 2013. *Storytelling and Social Change: A Strategy for Grantmakers*, p.7. [pdf] Verfügbar unter: <<https://workingnarratives.org/wp-content/uploads/2013/08/Story-Guide.pdf>>.
- Jarvis, P., 2019. *The 5 common elements of good storytelling. Everything can be a story – you've just*







- got to tell it.* [online] Verfügbar unter: <<https://www.inc.com/paul-jarvis/the-5-common-elements-of-good-storytelling.html>>.
- Linde, C., 1993. *Life stories: The creation of coherence*. New York: Oxford University Press.
  - McKillop, C., 2005. *Storytelling grows up: using storytelling as a reflective tool in higher education*. The Robert Gordon University. [pdf] Verfügbar unter: <[https://www.researchgate.net/profile/Chris\\_McKillop/publication/241745262\\_Storytelling\\_grows\\_up\\_Using\\_storytelling\\_as\\_a\\_reflective\\_tool\\_in\\_higher\\_education/links/5540e5ab0cf23222730c88e.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Chris_McKillop/publication/241745262_Storytelling_grows_up_Using_storytelling_as_a_reflective_tool_in_higher_education/links/5540e5ab0cf23222730c88e.pdf)>.
  - Mecozzi, V., 2019. *Storytelling for Impact*. [online] Verfügbar unter: <<https://scaleupnation.com/2019/05/13/storytelling-for-impact/>>.
  - Northern California Grantmakers, 2019. *Demonstrating Impact: A Guide for Storytelling*. [online] Verfügbar unter: <[https://ncg.org/sites/default/files/resources/NCG\\_StoryGuide\\_FCF.pdf](https://ncg.org/sites/default/files/resources/NCG_StoryGuide_FCF.pdf)>.
  - Schiffrin, D., De Fina, A. and Nylund, A., 2010. *Telling stories: language, narrative, and social life*. Washington, DC: Georgetown University Press.
  - The Freedom Story, 2018. *Storytelling as empowerment*. [online] Verfügbar unter: <<https://thefreedomstory.org/storytelling-as-empowerment/>>.
  - VanDeCarr, P., 2013. *Storytelling and Social Change: A Strategy for Grantmakers*. [pdf] Verfügbar unter: <<https://workingnarratives.org/wp-content/uploads/2013/08/Story-Guide.pdf>>.



## 2. Modul II: Storytelling mit Geflüchteten

### Einführung

*“Viele Geschichten sind wichtig. Geschichten sind benutzt worden, um zu enteignen und zu verleumden. Aber Geschichten können auch benutzt werden, um zu ermächtigen und zu vermenschlichen. Geschichten können die Würde eines Volkes brechen. Aber Geschichten können diese gebrochene Würde auch reparieren.”*

Chimamanda Ngozi Adichie

Das Erzählen von Geschichten ist etwas, das wir mit der ganzen Menschheit auf der ganzen Welt teilen. In jedem kulturellen Kontext erzählen wir bewusst oder unbewusst Geschichten, um Erfahrungen auszutauschen, um Rat zu suchen, um Wissen und Werte weiterzugeben.

Storytelling ist eine egalitäre Methode: Jede\*r, der eine Erfahrung teilt, ist ein Geschichtenerzähler\*in. Dies setzt voraus, dass der/die Erzählende bereit ist, sich zu exponieren, indem er/sie persönliche Emotionen, Werte und Standpunkte auf der Grundlage der Lehren aus der Erfahrung mitteilt. Das Geschichtenerzählen hilft den Menschen, Lebenssituationen zu dekonstruieren, in Ordnung zu bringen und ihnen neue Bedeutungen zu geben. Die Erzählenden werden somit in die Lage versetzt, ein Selbstwertgefühl zu entwickeln, indem sie selbstbestimmt die Geschichte erzählen können.

Dazu gehört auch die Anwesenheit eines Gegenübers oder eines Publikums, das offen sein sollte, sich aktiv am Gespräch zu beteiligen, um die Geschichte des Erzählers mit Empathie, Akzeptanz und Verständnis aufzunehmen. Beim Zuhören einer Geschichte spielt das empfangende Gegenüber eine aktive Rolle im Kommunikationsprozess, da es im Kopf Bilder der Geschichte selbst entwickelt, die auf dessen eigenen persönlichen Erfahrungen beruhen. Auf diese Weise sind die Zuhörerinnen und Zuhörer Teil der Co-Kreation der Geschichte, indem sie Verbindungen zu ihren eigenen Lebenserfahrungen finden und darüber nachdenken, wie sie sich verhalten und reagiert hätten, um die in der Geschichte erklärte Situation zu lösen.

Dieser Ansatz ist besonders nützlich in interkulturellen Umfeldern, weil er hilft, unterschiedliche Perspektiven zu verstehen, die durch die Externalisierung gemeinsamer Werte über Zeit und Raum hinweg Brücken bauen.

*“Das Erzählen von Geschichten kann Migrant\*innen dabei helfen, wieder eine Verbindung zu ihrem eigenen Erbe und ihrer eigenen Identität herzustellen, indem sie Geschichten als Träger kulturellen und historischen Wissens zur interkulturellen Kommunikation und Integration nutzen. Geschichtenerzählen kann ein Medium der psychischen Gesundheit und psychosozialen Unterstützung sowie ein gemeinschaftsbildender Mechanismus sein. Indem sie in ihre eigenen inneren Erzählungen einsteigen und diese erforschen, können Menschen körperlich und geistig Schlüsselkonzepte wie Empathie, Zusammenarbeit, Führung und kreative Problemlösung trainieren.”*

Wenn Storytelling sichtbar wird, d.h. wenn Geschichten zu einem bestimmten Zweck erzählt werden, dann kann es sein, dass die Menschen auf den ersten Augenblick hin unterschiedlich reagieren – besonders, wenn es sich um Geschichten handelt, die persönliche Lebensgeschichten oder Verlust, Gewalt oder Traumata beinhalten.

Posttraumatische Belastungsstörungen (PTBS) ist eine Angststörung, die manche Menschen entwickeln, nachdem sie ein Ereignis gesehen oder erlebt haben, das gravierende Schäden verursacht oder angedroht hat. Viele Flüchtlinge und Asylsuchende können an PTSD leiden.

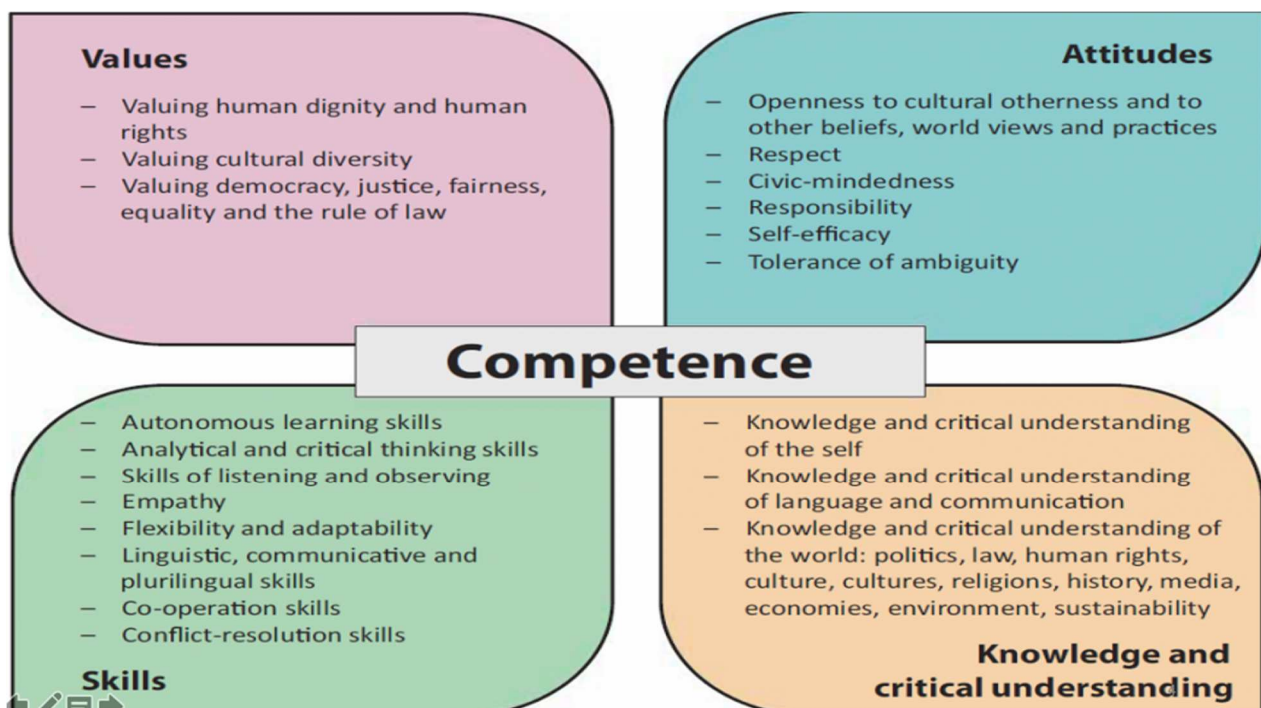
Bei der Entwicklung von Erzählprogrammen sollten Trainer\*innen und Pädagog\*innen auf die individuellen Einstellungen und die Körpersprache der Teilnehmer\*innen achten, um zu beurteilen, inwieweit sie sich wohlfühlen, sich zu exponieren.

Ausbilder\*innen und Pädagog\*innen können die Erzählmethoden entsprechend ihrem Moderationsstil aus einer Vielzahl von online verfügbaren Ressourcen auswählen und anpassen. Bei der Definition der Methode ist es wichtig, auf den kulturellen Hintergrund der Teilnehmer zu achten. Körpersprache, kultureller Ausdruck und die Beziehung der Teilnehmer\*innen zueinander sind ebenfalls relevante Aspekte, die während der Sitzungen bewertet werden müssen, um die Gruppendynamik zu beobachten.

### Kompetenzen

Aus einer pädagogischen Perspektive helfen die Geschichten den Lernenden, ein breites Spektrum an Kompetenzen zu entwickeln.

Das Rahmenwerk [“Competence for the Democratic Culture”](#) identifiziert 20 grundlegende Kompetenzen für das Leben in zeitgenössischen Gesellschaften, wie unten dargestellt. Die meisten von ihnen können von Asylsuchenden und Flüchtlingen durch Geschichtenerzählen entwickelt werden. Viele dieser Kompetenzen beziehen sich auf die Bedürfnisse von Flüchtlingen, wenn sie darum kämpfen, ein neues Leben in einer fremden Gesellschaft aufzubauen, nachdem sie entwurzelt und gewaltsam von ihren Herkunftsorten vertrieben worden sind.



### Values



Wertschätzung der Menschenwürde und der Menschenrechte; Wertschätzung der kulturellen Vielfalt; Wertschätzung von Demokratie, Gerechtigkeit, Fairness, Gleichheit und Rechtsstaatlichkeit

- Das Erzählen und Zuhören persönlicher Geschichten von Asylsuchenden und Flüchtlingen stärkt die Überzeugungen, die das individuelle Handeln in Richtung einer positiven Affirmation der kulturellen Vielfalt und der Menschenrechte lenken. Das Erzählen von Geschichten unterstützt Flüchtlinge und Asylsuchende bei der Gestaltung eines Rahmens, der ihren Werten in der Aufnahmegesellschaft neue Bedeutungen verleiht.

### *Einstellungen*

Offenheit gegenüber kultureller Andersartigkeit und anderen Überzeugungen, Weltanschauungen und Praktiken; Respekt; Zivilcourage; Verantwortung; Selbstwirksamkeit;

- Bei der Arbeit in multikulturellen Umgebungen erleben Asylsuchende und Flüchtlinge, dass das Konzept des Kulturrelativismus Realitäten ausgesetzt ist, die von ihren eigenen Lebenserfahrungen weit entfernt sein können.

### *Fähigkeiten*

Autonome Lernfähigkeiten; analytische und kritische Denkfähigkeiten; Fähigkeiten des Zuhörens und Beobachtens; Einfühlungsvermögen; Flexibilität und Anpassungsfähigkeit; sprachliche, kommunikative und multilinguale Fähigkeiten; Kooperationsfähigkeit; Konfliktlösungsfähigkeit

- Indem sie in ihre eigenen inneren Erzählungen einsteigen und diese erforschen, können die Menschen körperlich und geistig Schlüsselkonzepte wie Empathie, Zusammenarbeit, Führung und kreative Problemlösung trainieren.

### *Wissen und kritisches Verständnis*

Kenntnis und kritisches Verständnis des Selbst; Kenntnis und kritisches Verständnis von Sprache und Kommunikation; Kenntnis und kritisches Verständnis der Welt (einschließlich Politik, Recht, Menschenrechte, Kultur, Kulturen, Religionen, Geschichte, Medien, Wirtschaft, Umwelt und Nachhaltigkeit)

- Die Auseinandersetzung mit ihren eigenen Lebenserfahrungen kann Asylsuchenden und Flüchtlingen Wunden heilen, die ihr Verständnis erweitern, also ihre Fähigkeit, die lokalen und globalen politischen und sozialen Zusammenhänge zu erklären, die ihr Leben verändert haben.

## **Engagement: Warum kann Storytelling mein Leben verbessern?**

Wenn Sie den Asylsuchenden gute Gründe für die Teilnahme an der Schulung nennen müssen, können Sie ihnen sagen, dass sie dank des Kurses ihre Sprachkenntnisse verbessern und sich auf das Gespräch mit der Migrationskommission vorbereiten können.

### **Die angemessene Lernumgebung aufbauen**

Bei der Gestaltung des richtigen Umfelds für die Schaffung von Vertrauen und Offenheit ist es wichtig, die folgenden Schlüsselemente zu berücksichtigen:

- **Das Bewusstsein kultureller und nationaler Identitäten:** Bei der Vorbereitung des Trainings zum Geschichtenerzählen mit Asylsuchenden und Flüchtlingen ist es vorteilhaft, im Vorfeld Informationen über das Profil der Teilnehmer\*innen zu sammeln. Herkunftsland, Sprachniveau und möglicherweise





die persönlichen Geschichten der Teilnehmenden sind grundlegende Informationen, um die Methoden entsprechend den Bedürfnissen der Lernenden anzupassen. Falls Nationalitäten von Teilnehmern verfügbar sind, wäre es wichtig, das Wissen über die wichtigsten kulturellen, historischen und wirtschaftlichen Fakten dieser Herkunftsländer aufzufrischen.

- **Gruppendynamik:** Die soziale Dimension einer Gruppe, die in die Erzählaktivitäten einbezogen werden soll, ist von entscheidender Bedeutung. Vertrauen und Zuversicht sind wesentliche Voraussetzungen dafür, dass Menschen sich anderen gegenüber öffnen. Für Flüchtlinge ist dies umso wichtiger, als sie zusätzliche Belastungen tragen, da unsere Kultur, Sprache unser Lernverhalten ihnen weniger bekannt sind, aber auch durch den Stress, den sie erlebt haben und der ein Trauma verursacht haben könnte. Behalten Sie die Kontrolle über die Gruppendynamik: Einige Menschen sind bereit zu sprechen, andere nicht. Manche Menschen sind gute Zuhörer, andere wiederum nicht. Fragen im Zusammenhang mit dem Geben von Raum und der Wertschätzung der Erfahrungen anderer können zu Missverständnissen und Konflikten führen.
- **Inklusion:** Stellen sie fest, dass niemand durch seine eigene Geschichte marginalisiert oder diskriminiert wird. Jeder sollte die Möglichkeit haben, sich zu äußern. Seien Sie sich bewusst, dass Methoden, die Körperkontakt implizieren, für manche Kulturen, insbesondere für die Frauen, ungeeignet sein können. Dies kann die Teilnahme an Gruppenaktivitäten verhindert.
- **Spielerisch und anregend:** Spaß zu haben und die Sitzungen zu genießen, entfacht Intimität und Offenheit gegenüber anderen. Zögern Sie nicht, Methoden einzuführen, die Menschen zum Lachen bringen!
- **Fürsorglich und unterstützend:** Wie oben erwähnt, können persönliche Lebensgeschichten starke Emotionen und Leiden zurückbringen. Nachbesprechungen im Plenum sind besonders wichtig, damit die Teilnehmenden ihre Gefühle und Emotionen nach einer Aktivität ausdrücken können. Diskussionen können Spannungen entladen, wenn sie in einem nicht wertenden Rahmen stattfinden.
- **Partizipativ und demokratisch:** Nicht-formale Bildung „bezieht sich auf jeden geplanten und strukturierten Lernprozess, der persönliche und soziale Bildung für bestimmte Personengruppen beinhaltet, um Fähigkeiten und Kompetenzen außerhalb des formalen Bildungslehrplans zu verbessern. Durch ihren Charakter ist sie freiwillig, für jedermann zugänglich, ein organisierter Prozess mit Bildungszielen, partizipatorisch und lernzentriert, über das Erlernen von Lebenskompetenzen, basierend auf der Einbeziehung sowohl des individuellen als auch des Gruppenlernens mit einem kollektiven Ansatz, ganzheitlich und prozessorientiert, basierend auf Erfahrung und Handeln und den Lernbedürfnissen der Teilnehmenden“. Aus dem KOMPASS-Handbuch zur Menschenrechtserziehung des Europarates
- **Ort:** Es wäre vorzuziehen, die Sitzungen immer am gleichen Ort abzuhalten. Der Raum sollte nicht zu groß sein, da die Teilnehmer sich sonst leichter ablenken könnten. Suchen Sie einen ruhigen und bequemen Ort für die ersten Zusammenkünfte Ihrer Gruppe. Wenn Ihre Gruppe sehr geschlossen ist, wird das Umfeld für die Treffen weniger wichtig. Die Öffnung für das Geschichtenerzählen ist ein Prozess, der Zeit braucht. Um dies zu unterstützen, ist es hilfreich, statt einzelner Begegnungen wiederkehrende Sitzungen abzuhalten. Das Gefühl der Verlässlichkeit ist im Leben der Flüchtlinge zerbrochen, und sie suchen es. Auch die Struktur der Erzählsitzungen sollte durch einfache und sich wiederholende Rituale organisiert werden, um Asylsuchenden und Flüchtlingen ein Gefühl der Ruhe und Entspannung zu vermitteln.
- **Gruppengröße:** die am besten geeignete Gruppenkonstellation ist eine zwischen fünf und zwölf Personen.





## Vermittlung

Seien Sie bereit, Ihre Verletzlichkeit offenzulegen und Ihre Emotionen zu teilen, während Sie die Sitzungen leiten. Beim Geschichtenerzählen geht es darum, die anderen zu "spüren". Wenn Sie Ihren Teilnehmer\*innen sagen, dass Sie mit ihnen Geschichten erzählen wollen, sind einige vielleicht aufgeregt, andere fühlen sich aber vielleicht nicht wohl. Sie fühlen sich vielleicht nicht in der Lage, sich in der Sprache des Gastgebenden auszudrücken, es fehlt ihnen vielleicht an Fantasie oder sie glauben, dass sie nichts Interessantes zu erzählen haben. Um dies zu vermeiden:

- Erklären Sie nicht unbedingt, worum es beim Geschichtenerzählen geht; es könnte die Menschen verwirren und sie davon abhalten, sich natürlich auszudrücken.
- Legen Sie eine Abfolge von Schritten fest, die in jeder Sitzung wiederholt werden können, um den Menschen zu helfen, sich für das freie Sprechen zu öffnen, indem verschiedene Sinne und Kompetenzen angesprochen werden.

***Graben Sie tief, um Wege zu finden, wie das Programm auf ihr tägliches Leben und ihre Kämpfe anwendbar ist.***

Zu oft liegt die Last des Wandels auf den jungen Menschen. Aber für Jugendliche, insbesondere für marginalisierte Jugendliche, besteht die reale Gefahr, Hoffnungen zu wecken und Räume des Wandels in einer Person freizusetzen, nur um dann dieses zerbrechliche Wachstum zu untergraben, sobald die tägliche Routine und die Status-quo-Systeme um sie herum wieder ins Spiel kommen. Es kann und sollte mehr kreatives Denken und Bedarfsanalyse betrieben werden, um sicherzustellen, dass die Jugendlichen nach einem Workshop oder Training in der Lage sind, ihr soziales Netzwerk zu überprüfen und ihre Bedürfnisse zu erkennen und gegenüber ihrem unmittelbaren Ökosystem zum Ausdruck zu bringen.

Körperliche Übungen sind geeignet, sich für das Erzählen von Geschichten zu lockern. Aber Körperübungen werden nicht in jeder Kultur geschätzt, besonders nicht von Frauen. Daher müssen sich die Lernenden möglicherweise erst mit der Idee vertraut machen, an solchen Aktivitäten teilzunehmen. Wenn Sie mit niedrigschwelligen Übungen beginnen, die keine allzu große Selbstentblößung erfordern, und es für die Teilnehmerinnen eine positive Erfahrung ist, werden Sie langsam in der Lage sein, Methoden zu praktizieren, die extrovertiert sind.

Die in diesem Modul vorgestellten Aktivitäten konzentrieren sich darauf, leicht zugänglich zu sein und Spaß zu machen. Sie basieren auf der tiefen Überzeugung, dass gemeinsames Lachen einer der besten Wege ist, sich einander zu öffnen. Gemeinsam Spaß zu haben, öffnet die Menschen dafür, mehr Dinge zu tun und mehr Spaß zu haben.

## REFERENCES AND INSPIRATIONS

- [Listen- Learning from intercultural storytelling](#)
- [The power of storytelling](#)
- "Call of Story" website's "Why Tell Stories" Verfügbar unter: <http://www.callofstory.org/en/storytelling/whytell.asp>



### 3. Modul III: Wie erstelle ich eine perfekte Geschichte

#### Einleitung

Das Geschichtenerzählen beinhaltet eine wechselseitige Interaktion zwischen der erzählenden Person und dem zuhörenden Gegenüber. Sie kann verschiedene Formen annehmen, die Geschichte kann durch schriftlichen Ausdruck, mündliche Darbietung, digital oder durch eine Collage von Bildern erzählt werden.

Geschichten sind mächtige Werkzeuge, die die Fähigkeit haben, mit Menschen auf einer emotionalen Ebene in Verbindung zu treten. Dieses charakteristische Merkmal stellt eine große Relevanz dieses Werkzeugs im Prozess der Motivierung von Flüchtlingen und Migrant\*innen dar, ihre Geschichten zu erzählen, um ihre Integration zu unterstützen.

Menschen, die ihre Lebensgeschichte erzählen, teilen ihre früheren Erfahrungen, Ereignisse in ihrem Leben, ihre Situation oder Herausforderungen, die sie angegangen sind, und ihr Ziel ist es, das Publikum die gleichen Gefühle erleben zu lassen - eine Verbindung herzustellen.

Um diese wechselseitige Interaktion effektiv gestalten zu können, ist es von entscheidender Bedeutung, den Erzähler\*innen die grundlegenden Methoden und Prinzipien des Storytellings sowie die Wege oder Kanäle zur Kommunikation der Geschichte vorzustellen, um sie dem Publikum so relevant und interessant wie möglich zu präsentieren.

Während das Erzählen einer wahren Geschichte wirklich kathartisch sein kann, ist es wichtig, dass die/der Erzähler\*in sich beim Erzählen einer persönlichen Geschichte wohl fühlt.<sup>1</sup>

#### Wie strukturiere ich meine Geschichte?

Geschichten haben in der Regel einen Anfang, eine Mitte und ein Ende, was es leicht macht, ein Drehbuch in drei Teile oder ‚**Akte**‘ zu unterteilen.

Typischerweise werden wir am **Anfang** mit unserem Charakter in ihrer normalen Welt bekannt gemacht. Es könnte so normal sein, wie auf der Couch zu sitzen und fernzusehen. Aber dann muss etwas passieren. Es muss ein Problem auftreten, oder es muss ein Ziel gesetzt werden, um die Geschichte in Gang zu setzen und unseren Charakter in Aktion zu bringen.

In der **Mitte** muss die Figur versuchen, ein Problem zu lösen und/oder ihr Ziel vor ihren Augen zu erreichen. Auf dem Weg dorthin wird sie jedoch auf Herausforderungen und Hindernisse stoßen.

Am **Ende** wird der Charakter das Problem gelöst oder sein Ziel erreicht haben. Dabei lernen sie in der Regel neue Fähigkeiten oder eine "Lebenslektion". Alles ist gelöst, aber die normale Welt ist nach ihrer Reise nicht mehr ganz dieselbe. Sie unterscheidet sich aufgrund der Veränderung, die sich innerhalb der Figur oder der Welt vollzogen hat.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sheherazade project, available at: <http://www.sheherazade.eu/en/> (Accessed: 17th September 2019)

<sup>2</sup> Beginning, middle and end, available at: <https://www.acmi.net.au/education/online-learning/film-it/screenwriting/structuring-screenplays/> (Accessed 17th September 2019)



Geschichten können viele Formen und Gestalten annehmen. Einige Geschichten werden gelesen, andere beobachtet und wieder andere angehört. Welches Medium für eine Geschichte gewählt wird, hängt von der Art der Geschichte sowie von den Ressourcen wie Zeit und Geld ab.

### Es gibt verschiedene Wege eine Geschichte zu erzählen

- Eine geschriebene Geschichte wird über Artikel, Blog-Einträge oder Bücher erzählt. Diese sind meistens Texte und können einige Bilder enthalten. Geschriebene Geschichten sind bei weitem die erschwinglichste Methode mit der größten Reichweite, da sie lediglich ein kostenloses Textverarbeitungsprogramm oder einen Stift und Papier erfordern.
- Eine gesprochene Geschichte wird persönlich erzählt, wie eine Präsentation, ein Vortrag oder ein Panel. Aufgrund ihres "lebendigen", ungeschnittenen Charakters erfordern gesprochene Geschichten in der Regel mehr Übung und Geschicklichkeit, um Botschaften zu vermitteln und bei anderen Emotionen auszulösen.
- Eine Audiogeschichte wird zwar laut gesprochen, aber aufgenommen - das unterscheidet sie von der gesprochenen Geschichte. Audiogeschichten sind in der Regel in Podcast-Form, und mit der heutigen Technologie ist die Erstellung einer Audiogeschichte erschwinglicher denn je.
- Eine digitale Geschichte wird durch eine Vielzahl von Medien wie Video, Animation, interaktive Geschichten und sogar Spiele erzählt. Diese Option ist bei weitem die effektivste für emotional ansprechende Geschichten sowie für aktive, visuelle Geschichten.<sup>3</sup>

### Digitales Storytelling

Unterschiedliche Arten des Storytelling erfordern die Anwendung unterschiedlicher Werkzeuge, um die Geschichten zu schaffen und zu teilen. Die globale Digitalisierung hat auch in diesem Bereich neue Möglichkeiten eröffnet. Der Einsatz digitaler Werkzeuge beim Geschichtenerzählen gibt den Erzählenden die Möglichkeit, eine authentischere und länger anhaltende Erfahrung zu schaffen. Geschichten, die von audiovisuellen Elementen in digitaler Form begleitet werden, sind nicht nur attraktiver für das Publikum, sondern geben auch den Erzählenden die Möglichkeit, die Geschichten realistischer zu präsentieren und zu reflektieren. Sie schaffen auch eine intensivere und effektivere Lernerfahrung.

Gründe, digitales Storytelling anzuwenden<sup>4</sup>:

- Es fördert Kreativität und kritisches Denken
- Erzählende, die schüchtern sind, erhalten die Chance, ihre Meinungen und Erfahrungen auszudrücken.
- Die Erzählenden erhalten eine Stimme, durch die sie befähigt werden, eine reichhaltige und tiefe Botschaft zu verbreiten.
- Es hilft den Erzählenden, eine Meinung über deren eigene Erfahrungen zu entwickeln, ihnen Wert zuzusprechen und diese Erfahrungen mit anderen zu teilen.
- It promotes the notions of lifelong learning and independent learning

---

<sup>3</sup> Storytelling, available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> (Accessed: 17th September 2019)

<sup>4</sup> A list of the best free digital storytelling tools for teachers, available at: <https://www.wabisablearning.com/blog/a-list-of-the-best-free-digital-storytelling-tools-for-teachers> (Accessed 6th November 2019)





- Es entwickelt die kommunikativen Fähigkeiten der Erzählenden
- Es ist ein Reflexionsprozess, der hilft, über ihr Lernen nachzudenken
- Es fördert den Sinn für Individualität
- Es ermöglicht, mit Selbstdarstellung zu experimentieren und eine eigene Identität festzustellen.
- Digitales Storytelling fördert die Fertigkeiten im Umgang mit Multimedia-Anwendungen
- Es hilft, Einfühlungsvermögen zu fördern

Der Einsatz kreativer, neuester Online-Tools zum Austausch von Geschichten von Flüchtlingen und Asylsuchenden kann auch zu einer wirklichen Veränderung des sozialen Klimas beitragen, das gegenseitige Verständnis und die Integration von Flüchtlingen und Asylsuchenden in die örtlichen Gemeinschaften unterstützen.

### Acht Schritte zum gelungenen digitalen Storytelling<sup>5</sup>



### Werkzeuge und Ressourcen zur Erstellung einer digitalen Geschichte

Der Einsatz von Werkzeugen und Ressourcen zur Erstellung und Verbreitung einer digitalen Geschichte muss auch von dem Inhalt der Geschichte sowie von den Bedürfnissen und Erwartungen des Publikums abhängig gemacht werden. Daher ist es essentiell, sich der großen Vielzahl an Online-Tools bewusst zu sein, die zur Verfügung stehen, um die eigene Geschichte individuell und an die spezifischen Zwecke und Umstände des Storytellings anzupassen.

<sup>5</sup> 8 Steps to Great Digital Storytelling, available at: <https://edtechteacher.org/8-steps-to-great-digital-storytelling-from-samantha-on-edudemic/> (Accessed 6th November 2019)

## Kostenlose audio-visuelle Anwendungen, die für Anfänger geeignet sind

### STELLER



Hierbei handelt es sich um eine kostenlose Storytelling-Anwendung, mit der die Nutzer\*innen Foto- und Videogeschichten mit Schwerpunkt auf Design erstellen kann. Steller konzentriert sich darauf, eine Geschichte durch Bilder und Text zu erzählen. Die einfachen, aber strukturierten Layout-Optionen erlauben es auch Anfänger\*innen, eine professionelle Arbeit zu entwickeln. Durch die Erstellung einer Geschichte über Steller werden die Leser\*innen stärker in das einbezogen, was die Botschaft wirklich ist. Die Menschen haben die Möglichkeit, eine Erfahrung zu schaffen, die in den Köpfen der Menschen haften bleibt. Es gibt ihnen die Möglichkeit, Erinnerungen zu produzieren.

### ADOBE SPARK PAGE



Adobe Spark Page ist ein kostenloser Online-Webseitenersteller. Es sind keine Programmier- oder Designkenntnisse erforderlich. Anwender\*innen können mit Videos, Bildern und Texten ansprechende Web-Geschichten erstellen. Die verfügbaren Vorlagen und Layout-Optionen sind sehr modern und sollen die Arbeit auf elegante und ansprechende Weise präsentieren, wobei der Schwerpunkt auf dem visuellen Inhalt liegt. Die Kombination aus Nutzer\*innenfreundlichkeit, ausgeklügelter Funktionalität und professionellen Ergebnissen ergibt das Potenzial, weit mehr Menschen zu helfen als Photoshop.

### WeVIDEO



WeVideo wurde entwickelt, um unglaubliche Videos zu erstellen, die inspirieren und vor allem motivieren. „WeVideo ist tief in der Bildung verwurzelt und vermittelt, dass Kreativität von dem angetrieben wird, was in den Herzen und Köpfen der Menschen steckt, und nicht von komplizierter Technologie“.

### POPPLET



Popplet, ein iPad und eine Webanwendung, ist ein Werkzeug zur Erfassung und Organisation von Ideen. Benutzer können Popplet zum Beispiel auch zum Lernen verwenden. Als Mindmap verwendet, hilft es den Benutzern, visuell zu denken und zu lernen. Benutzer können Fakten, Gedanken und Bilder festhalten, um ihre Geschichten zu strukturieren.

### SOCK PUPPETS



Dies ist eine Anwendung, die den Nutzer\*innen die Möglichkeit gibt, ihre eigenen lippensynchronen Cartoons zu erstellen und sie in sozialen Netzwerken zu verbreiten, zu versenden oder einfach zu speichern und wieder abzuspielen. Es ist eine lustige Art, eine Geschichte zu erzählen.

### STORYBIRD



Storybird bietet den Nutzer\*innen nicht nur einfache Werkzeuge, mit denen sie Bücher in wenigen Minuten erstellen können, die Anwendung lässt sie auch eine endlose Bibliothek mit kostenlosen Büchern, Bilderbüchern und Gedichten entdecken. Mit Storybird kann jeder in Sekundenschnelle visuelle Geschichten erstellen. Auf der Website wird erwähnt, dass es sich um eine Gemeinschaft zum Geschichtenerzählen und nicht um eine Anwendung handelt. Für

sie geht es mehr darum, eine kreative Welt zu schaffen, in der jeder seine Geschichten erzählen kann.

### BOOKCREATOR



Book Creator ist eine offene App zum Erstellen von Büchern, die Kreativität freisetzt. Es erlaubt den Benutzern, Text, Bilder, Audio und Video zu kombinieren, um ein Buch zu erstellen: Interaktive Geschichten, Portfolios, Forschungszeitschriften, Gedichtbände, Berichte, Bedienungsanleitungen, "About Me"-Buch usw..<sup>6</sup>

### MAPTIA



Maptia hat sich zum Ziel gesetzt, denjenigen, die die Welt um uns herum dokumentieren und erfassen, eine Plattform zu bieten und sie zusammenzubringen, um eine dauerhafte Aufzeichnung des Lebens auf der Erde zu erstellen; damit die Menschen überall die kulturellen und natürlichen Wunder unseres Planeten erleben können, damit sie sich mit den größten Problemen, mit denen die Welt heute konfrontiert ist, stärker verbunden fühlen und in die Lage versetzt werden, eine bessere Zukunft zu schaffen.

## Tools und Anwendungen zur Erstellung von Zeitleisten, Handlungssträngen und Storymaps

### STORYMAP JS



StoryMapJS ist ein kostenloses Tool, das Nutzenden hilft, im Internet Geschichten zu erzählen, die die Orte einer Veranstaltungsreihe hervorheben. Es ist ein neues, aber in der Entwicklungsumgebung stabiles Tool, und verfügt über ein freundliches Autorentool.

### TIMELINE JS



TimelineJS ist ein Open-Source-Werkzeug, das es jedem ermöglicht, visuell reichhaltige, interaktive Zeitleisten zu erstellen. Anfänger\*innen können eine Zeitleiste mit nichts weiter als einer Google-Tabelle erstellen, wie wir sie für die obige Zeitleiste verwendet haben. Expert\*innen können ihre JSON-Kenntnisse nutzen, um benutzerdefinierte Installationen zu erstellen, wobei die Kernfunktionalität von TimelineJS erhalten bleibt.

### STORYLINE JS

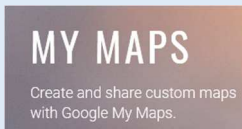


Storyline ist ein Open-Source-Werkzeug, mit dem jeder ein kommentiertes, interaktives Liniendiagramm erstellen kann. Um die Storyline so flexibel wie möglich zu gestalten, enthält die Anwendung ein Diagramm, Achsenbeschriftungen und Karten. Überschriften, Kontext, nähere Angaben zu den Datenquellen und

<sup>6</sup> <sup>7</sup> amazing storytelling tools for teachers and students, available at: <https://www.bookwidgets.com/blog/2018/04/learning-by-telling-stories-7-amazing-storytelling-tools-for-teachers-and-students> (Accessed 6th November 2019)

Credits - die App erwartet von den Benutzern, dass sie auch das einbeziehen, was außerhalb der Storyline benötigt wird.

### MY MAPS



Ermöglicht es den Nutzer\*innen, Karten zu erstellen und Orte hinzuzufügen, um ihre Geschichte zu erzählen. Nutzer\*innen können auch Texte, Fotos und Linien hinzufügen und das Design ändern. Dieses Werkzeug erlaubt es, schnell eine digitale Geschichte zu erstellen.

### TIKI-TOKI



TIKI-TOKI ist eine Software zur Online-Zeitleistenerstellung, mit der interaktive Zeitleisten erstellt werden können, die über das Internet zugänglich sind.

### TIMESCAPE



Timescape ist eine kartenbasierte Erzählplattform. Sie ermöglicht es den Nutzer\*innen, eine globale Menschenmenge zu engagieren, um gemeinsam interaktive kartenbasierte Geschichten rechtzeitig zu erstellen und zu veröffentlichen.

### MAPBOX



MapBox ermöglicht, die Verbindung zwischen Orten durch Hinzufügen einer Markierung, Linie oder eines Polygons anzuzeigen. Es ist benutzerfreundlich und erlaubt es, schnell digitale Geschichten zu erstellen.<sup>7</sup>

In diesem Modul wird der Prozess untersucht, der in einer Gruppenumgebung eingesetzt werden kann, um die Teilnehmer darauf vorzubereiten, mit der Erstellung ihrer eigenen Geschichten zu beginnen. Im Modul stellen wir eine Reihe von Übungen und Aktivitäten vor, die verwendet werden können, gefolgt von einigen technischen Aktivitäten, die Elemente wie Wortspiele und Techniken zum Erstellen und Erinnern einer Geschichte beinhalten.

## Quellen und Inspiration

- What Is Storytelling? : <https://storynet.org/what-is-storytelling/>
- Storytelling: <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling>
- Tangled Routes:  
[https://issuu.com/tangledroutes/docs/tangled\\_routes\\_storytelling\\_toolkit\\_5e4554d61be05c](https://issuu.com/tangledroutes/docs/tangled_routes_storytelling_toolkit_5e4554d61be05c)
- Sheherazade project: <http://www.sheherazade.eu/en/>
- Beginning, middle and end: <https://www.acmi.net.au/education/online-learning/film-it/screenwriting/structuring-screenplays/>
- Storytelling: <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling>

<sup>7</sup> Hackastory tools, Verfügbar unter: <https://tools.hackastory.com/category/mapping/> (Accessed 6th November 2019)



- Exercise 1: <https://www.khanacademy.org/humanities/hass-storytelling/storytelling-pixar-in-a-box/ah-piab-we-are-all-storytellers/a/activity-1>
- StoryRegions: Training Material "Storytelling to foster cooperation and inclusion" - [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/92a984e7-4638-4402-a9dc-656811381118/IO4\\_StoryRegions\\_Training%20material.pdf](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/92a984e7-4638-4402-a9dc-656811381118/IO4_StoryRegions_Training%20material.pdf)
- Resources for storytelling by Dr. Jenny Moran - [https://www.heacademy.ac.uk/system/files/storytelling\\_0.pdf](https://www.heacademy.ac.uk/system/files/storytelling_0.pdf)
- RifugiART: Audio Storytelling workshop with migrants - <https://echis.org/en/rifugiart-audio-storytelling-workshop-with-migrants/>
- A list of the best free digital storytelling tools for teachers - <https://www.wabisabilearning.com/blog/a-list-of-the-best-free-digital-storytelling-tools-for-teachers>
- 8 Steps to Great Digital Storytelling - <https://edtechteacher.org/8-steps-to-great-digital-storytelling-from-samantha-on-edudemic/>
- 7 amazing storytelling tools for teachers and students - <https://www.bookwidgets.com/blog/2018/04/learning-by-telling-stories-7-amazing-storytelling-tools-for-teachers-and-students>
- Hackastory tools - <https://tools.hackastory.com/category/mapping/>

#### 4. Module IV: How to perfectly tell your story

Nachdem er die perfekte Geschichte entwickelt hat, muss ein Geschichtenerzähler einen Schritt nach vorn machen und sich auf die perfekte Darbietung vorbereiten. In diesem Modul werden die Hauptmerkmale einer guten Geschichte und eines guten Geschichtenerzählers vorgestellt, die helfen, mit dem Publikum in Kontakt zu treten und eine Wirkung auf die gesamte Gesellschaft zu erzielen. Unten finden Sie 5 Tipps, wie man eine gute Geschichte erzählt:<sup>8</sup>

1. Reden Sie über eine Handlung:
  - Konzentrieren Sie sich auf die eigentlichen Aktionen, Aktivitäten und Botschaften, die Sie vermitteln möchten.
  - Beschreiben Sie eine persönliche (erfolgreiche) Aktion und erklären Sie, wie diese mit dem Leben Ihres Publikums in Verbindung gebracht werden kann.
  - Vermeiden Sie übertriebene und exzessive Details.
2. Präsentieren Sie sich selbst:
  - Sprechen Sie über sich und Ihre Erfahrungen.
  - Präsentieren Sie eine wahre Geschichte, die auf Fakten beruht.
  - Diskutieren Sie Konflikte, Misserfolge, Fehler, Siege, Freuden und Sorgen.
3. Geben Sie Werte weiter:
  - Fördern Sie Empathie und Verständnis.
  - Geben Sie Werte weiter, die das Leben Ihrer Hörer\*innen beeinflussen können.

<sup>8</sup> Storytelling, available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> (Accessed: 24th September 2019)





- Dies ist besonders wichtig, wenn es um Werte geht, mit denen manche Menschen vielleicht nicht einverstanden sind oder die sie nicht verstehen.
4. Bauen Sie eine Gemeinschaft auf:
    - Ermutigen Sie Ihre Hörer\*innen, Ihre Geschichte mit anderen Menschen zu diskutieren und zu teilen.
    - Erzählen Sie eine Geschichte, mit der sich die Menschen identifizieren können. Stellen Sie vertraute Emotionen und Situationen dar.
  5. Regen Sie Bewusstsein an oder erziehen Sie:
    - Schärfen Sie das Bewusstsein für bestimmte Themen durch Ihre Geschichte.
    - Motivieren Sie Ihre Hörer\*innen, mehr über das zu erfahren, worüber Sie sprechen, und suchen Sie nach weiteren Informationen.

Bei der Entwicklung oder Lieferung einer Geschichte sollte der Erzählende immer sein Publikum im Auge behalten. Um das Publikum für die Geschichte begeistern zu können, müssen sechs Merkmale berücksichtigt werden: *die Idee der Geschichte, die Charaktere, das Szenario, die Struktur, die Visualisierung und der Ton.*<sup>9</sup>

- Eine „gute“ Geschichte muss auf einer bestimmten Idee und Struktur basieren
- Charaktere: Protagonisten/Haupthelden mit einer klarer Rolle in der Geschichte
- Szenario gewählt, um die Hauptidee und die Helden der Geschichte hervorzuheben
- Struktur: die Abfolge der Ereignisse
- Visualisierung: die Art und Weise, wie die Geschichte präsentiert wird, Ausdruckskraft von Körper und Gesicht, Interaktion mit dem Publikum
- Ton: die Komplexität und Ausdruckskraft der Rede und Stimme des Erzählers, um die effektive Übermittlung von Botschaften und Emotionen an das Publikum zu maximieren und ein Kommunikationsklima zu schaffen

Ein guter Vortrag sollte auch die folgenden Anforderungen erfüllen:

- Stellen Sie seine Gedanken und Meinungen klar dar..
- Führen Sie die Ereignisse einfach nicht auf, sondern beschreiben Sie sie!
- Bringen Sie die Charaktere zum Leben.
- Beziehen Sie das Publikum in Ihre Geschichte mit ein
- Benutzen Sie Gefühle und Informationen
- Reisen Sie mit Ihrem Publikum in die einzelnen Orte Ihrer Geschichte
- Verwenden Sie Dialoge anstatt Erzählungen

---

<sup>9</sup> TEDx Speaker Guide: <https://wexcitingadventures.weebly.com/blog/the-ted-talks> (Accessed: 24th September 2019)



Zum Schluss, wenn die Geschichte digital oder vor dem Publikum präsentiert werden soll, erhalten Sie hier einige Tipps für das Storytelling<sup>10</sup>:

#### **Stimmechanik**

- Erhalten Sie eine standardmäßige und klare Sprachebene aufrecht
- Verwenden Sie eine nicht-monotone Stimme

#### **Gesicht/Körper/Gestik**

- Verwenden Sie nonverbale Kommunikation
- Benutzen Sie Ihre Hände und Ihren Körper, um Ihre Gedanken und Gefühle auszudrücken
- Suchen Sie Augenkontakt mit dem Publikum

#### **Benutzen Sie den Raum**

- Seien Sie bequem, entspannt und selbstbewusst
- Stehen Sie nicht still, sondern bewegen Sie sich, während Sie präsentieren

#### **Sprechgeschwindigkeit**

- Sprechen Sie in einem angemessenen Tempo, um das Interesse Ihres Publikums aufrechtzuerhalten
- Konzentrieren Sie sich auf Ihre Äußerung, die es Ihrem Publikum ermöglicht, die Ihre Botschaft zu verstehen

## **Modul V: Wie die Reichweite von Geschichten erhöht werden kann**

Dieses Modul soll Ausbilder\*innen und Erwachsenenbildner\*innen, die mit MigrantInnen sowie Flüchtlingen und Asylsuchenden arbeiten, in die Schlüsselkonzepte der Steigerung der Wirksamkeit des Storytellings einführen.

### **Warum Dissemination?**

In dieser Zeit hochgradig polarisierter Debatten können das Erzählen und das Verbreiten von Geschichten aus dem alltäglichen Leben von Flüchtlingen und Asylsuchenden die öffentliche Wahrnehmung von Migration auf eindrucksvolle Weise informieren und gleichzeitig eine Alternative zu einer ständig wachsenden Anti-Migranten-Rhetorik bieten, die dazu neigt, die Migrant\*innen per hasserregender Slogans zu entmenschlichen. In diesem Sinne hat die Methode, die Komplexität des Phänomens durch die Ich-Erzählung realer Ereignisse vor einem großen Publikum darzustellen, zwei Hauptvorteile: Flüchtlinge werden in die Lage versetzt, ihre Rolle als Erzähler\*innen (vs. "Erzählte") zurückzuerobern, und es wird eine empathische Verbindung zu Menschen in verschiedenen Ländern hergestellt, die eine andere menschliche Perspektive bietet.

### **Was ist Dissemination?**

Wenn man über die Verbreitung und Dissemination von Geschichten aus dem wirklichen Leben nachdenkt, sollte man immer die folgenden Elemente in Betracht ziehen, um eine wirksame Vermittlungsstrategie zu entwerfen:

**Zweck:** Das ist es, was wir anstreben, wenn wir beschließen, eine Geschichte oder Botschaft zu verbreiten. Es kann eine Vielzahl von Gründen dafür geben, warum wir uns entscheiden, ein spezielles Publikum zu

---

<sup>10</sup> How to Tell a Story: <https://www.nytimes.com/guides/smarterliving/how-to-tell-a-good-story> (Accessed: 24th September 2019)





erreichen und eine Geschichte zu erzählen; es ist entscheidend, das Ziel dahinter zu verstehen, bevor wir anfangen, über unsere Verbreitungsstrategie nachzudenken.

**Publikum:** Ebenso können wir ein bestimmtes Publikum im Auge haben, wenn wir unsere Botschaft für einen bestimmten Zweck verbreiten wollen. Es ist wichtig, unser Publikum zu definieren, um unsere Geschichte bestmöglich präsentieren zu können- sowohl in Bezug auf das Medium als auch auf den Kanal.

**Kanal:** Ganz gleich, ob wir unsere Lebensgeschichte ganz oder teilweise mit anderen teilen wollen, geschieht dies über einen gewählten Kommunikationskanal - durch öffentliches Reden, kreatives Schreiben, Zeichnen, Aufnehmen, etc. Einer dieser Kanäle passt für jede Geschichte und hilft den Erzählenden, sich wohler zu fühlen und das Publikum mit deren Botschaft zu erreichen. Es ist wichtig, sich der Möglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Kanäle bewusst zu sein, um die Reichweite und Wirkung unserer Geschichten zu erhöhen.

**Medium:** Schließlich erfolgt die Verbreitung über verschiedene Medien - soziale Medien, Printmedien usw. Vielleicht möchten wir ein Medium wählen, das am besten zu dem Kanal passt, über den wir unsere Geschichte erzählen, oder vielleicht das Medium, das unser Zielpublikum potenziell besser erreicht. Da wir möglicherweise aufgrund von Ressourcen, Zeitbeschränkungen oder mangelndem Zugang in unserer Medienwahl eingeschränkt sein könnten, ist es wichtig zu verstehen, wie die einzelnen Medien funktionieren, und in der Lage zu sein, Alternativen zu finden oder vorzuschlagen, um unsere Geschichte zu vermitteln; es ist auch möglich, zu prüfen, welche Medien uns zur Verfügung stehen, und unseren Kommunikationskanal für das Geschichtenerzählen entsprechend anzupassen

## Zweck/Ziel<sup>11</sup>

Es könnte hilfreich sein, über den Zweck der Verbreitung von Geschichten aus dem wirklichen Leben von Flüchtlingen und Asylsuchenden aus drei verschiedenen Perspektiven nachzudenken:

### 1. Dissemination zur Erzeugung von Aufmerksamkeit

Die Verbreitung bestimmter Situationen aus dem wirklichen Leben, mit denen Flüchtlinge und Asylsuchende vor, während und nach ihrer Flucht aus ihrem Land konfrontiert waren, kann dazu beitragen, verschiedene Zielgruppen für eine Reihe von Fragen im Zusammenhang mit Menschenrechten, Konflikten in bestimmten Gebieten, dem Zugang zu sicheren Migrationsrouten usw. zu sensibilisieren. Gleichzeitig können erfolgreiche Integrationsgeschichten oder in der Ich-Perspektive erzählte Diskriminierungserfahrungen dem Zielpublikum helfen zu verstehen, welche Situationen und komplexen Prozesse Asylsuchende im Ankunftsland durchlaufen muss, während sie mit den lokalen Gemeinschaften interagieren und sich integrieren.

### 2. Dissemination zur Anregung von Verständnis und Empathie

Die Verbreitung von Alltagsgeschichten kann dem von dem Erzählenden angestrebten Zweck dienen, dass sich die Hörenden in bestimmte Aspekte einer Geschichte vertiefen und verstehen, warum der Akteur sich zu bestimmten Entscheidungen und Handlungen entschließt und welche Auswirkungen die Entscheidungen auf den Akteur und seine Mitmenschen ausüben. Letztlich stellt Storytelling die gesellschaftliche Möglichkeit dar, sich in die Position eines Flüchtlings zu versetzen und deren Erfahrungen nachzuempfinden; zu verstehen, was es bedeutet, gezwungen zu sein, die eigene Heimat zu verlassen und sich an unterschiedliche und prekäre Situationen anpassen zu müssen.

---

<sup>11</sup> Adapted from "Create an effective Dissemination Strategy" – see resources.







### 3. Dissemination als ein Handlungsauftrag

Sich auf eine Bühne zu stellen, um anderen Menschen bestimmte, eigene Erfahrungen zu vermitteln, kann dem Bedürfnis entstammen, eine Veränderung anregen zu wollen oder nach Hilfe und Unterstützung zu bitten – zum Beispiel für bessere Migrationsmaßnahmen oder die Beendigung von Abschiebehaft von Asylsuchenden. Die dargestellte Geschichte aus dem wirklichen Leben sollte hierbei Denkanstöße und Momente des Nachdenkens über ein bestimmtes Problem von Flüchtlingen und Asylsuchenden vermitteln. In diesem Fall kann Ihr Publikum aus Entscheidungsträger\*innen oder Personen bestehen, die in der Lage sind, bestimmte Praktiken zu beeinflussen - oder Personen aus der Öffentlichkeit, die Druck ausüben können, damit Veränderungen angeregt werden. Es könnte auch ein Aufruf zum Handeln erforderlich sein, um die Integration durch die Teilnahme an Programmen, Gemeindeveranstaltungen und Freiwilligenarbeit zu fördern.

Die Verbreitung und Verbreitung einer Geschichte kann natürlich für verschiedene Zwecke gleichzeitig oder nach verschiedenen Zielgruppen erfolgen, auch in Abhängigkeit vom Kontext, in dem die Geschichten erzählt werden. Es ist immer wichtig, all die verschiedenen Elemente zu berücksichtigen und gleichzeitig eine wirksame Strategie der Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln, um die beabsichtigte Wirkung des Storytellings zu maximieren.

#### **Publikum**

In einem zweiten Schritt muss man sich bei der Entwicklung einer Dissemination-Strategie gut darüber im Klaren sein, wer das Zielpublikum ist. Jede Kampagne oder Verbreitungsstrategie muss das Zielpublikum in den Mittelpunkt stellen, um zu verstehen, wie und wann man sie erreichen kann, um die gewünschte Wirkung zu erzielen. Wenn Sie nicht wissen, wen Sie erreichen wollen, wird es sehr schwierig sein, eine effektive und wirkungsvolle Strategie zu formulieren.

Es gibt endlose Forschungsstudien und Tipps, die man online finden kann, wie man sein Zielpublikum definiert und versteht, wie man es am besten erreicht, denn dies ist ein Schlüsselkonzept im Marketing. Im spezifischen Kontext des ODISSEU-Projekts - oder ähnlicher Projekte, die sowohl eine erzieherische als auch eine bewusstseinsbildende Komponente aufweisen - werden die Zielgruppen für die Geschichten aus dem wirklichen Leben höchstwahrscheinlich bestimmten Kategorien angehören - Studierenden, Pädagog\*innen, Lehrer\*innen, NGOs, Entscheidungsträger\*innen innerhalb der Bildungsabteilungen - sowie der allgemeinen Öffentlichkeit.

Die Nutzung der Erfahrungen und des Fachwissens von lokalen NGOs, Bildungs- und Kommunikationspraktiker\*innen sowie ein gutes Verständnis des lokalen, regionalen oder länderspezifischen Kontextes wird definitiv die Chancen verbessern, das gewünschte Publikum zu erreichen und das effektivste Medium zur Dissemination zu wählen. Dies könnte durch bestehende Kampagnen und laufende Projekte geschehen, die von NGOs, Schulen, lokalen Behörden und Gemeinschaften durchgeführt werden, um bestimmte Zielgruppen auf europäischer, nationaler oder lokaler Ebene zu erreichen.

#### **Kanal**

Jede Kommunikation umfasst mindestens eine/einen Absender\*in, eine Nachricht und eine/einen Empfänger\*in. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie wir unsere Botschaft weitergeben können:

- Gesprochene oder verbale Kommunikation - dazu gehören z.B. persönliche Erzählungen oder öffentliche Reden;
- Nonverbale Kommunikation - z.B. Körpersprache;





- Schriftliche Kommunikation - dazu gehört die schriftliche Kommunikation über soziale Medien, Presse, Bücher;
- Visuelle Kommunikation - z.B. Zeichnen, Malen, Bilder, Fotos

Da die verschiedenen Arten, seine Geschichte zu erzählen, in den vorhergehenden Modulen untersucht wurden, ist dies der Moment, die Wechselbeziehung zwischen dem Kanal, für den wir uns entscheiden, und den besten Medien zur Verbreitung einer solchen Art der Kommunikation zu betonen.

## Medien

Für die Zwecke des ODISSEU-Projekts müssen wir den Einsatz auf breiterer Ebene und im Bildungskontext in Betracht ziehen. Aus diesem Grund müssen wir neben der Nutzung von Online- und sozialen Medien auch verschiedene Verbreitungsstrategien im Auge behalten.

Einige Medien können mächtiger sein als andere, aber welches Medium auch immer gewählt wird, das Schlüsselwort für das Erzählen von Geschichten ist *Emotion*. Es ist absolut unerlässlich, Eindruck zu hinterlassen und bei den Menschen, die Ihre Geschichte sehen oder lesen, den Nerv der Zeit zu treffen.

Soziale Medien stellen heute weltweit das reichweitenstärkste Kommunikationsmittel dar. Jedes Social Media spricht andere Ziele an, hat eine andere Reichweite und ein anderes Engagement der Nutzer. Soziale Medien sind für eine Vielzahl von Autor\*innen und Konsument\*innen von Inhalten leicht zugänglich und können Geschichten enthalten, die mit verschiedenen Mitteln - Videos, Fotos - erzählt werden, ohne dass viel Text oder Worte verwendet werden müssen, was für diejenigen Erzähler\*innen von Vorteil sein kann, die sich mit schriftlicher Kommunikation nicht allzu wohl fühlen.

Auf der anderen Seite können Online-Archive mit geschriebenen Geschichten ein wirksames Instrument darstellen, um auf einen vollständigeren Überblick über die Geschichte zu verweisen - in der Tat nutzen eine Reihe von Kommunikationskampagnen, die reale Geschichten von Flüchtlingen zeigen, einen gemischten Ansatz, indem sie soziale Medien nutzen, um website-bezogene Inhalte oder Videos, die auf Online-Plattformen gespeichert sind, zu verbreiten.

Soziale Medien können aufgrund ihrer Beschaffenheit in kurzer Zeit starke Emotionen hervorrufen - dies könnte sowohl ein Pro als auch ein Contra für Ihren Verbreitungszweck sein, da das Risiko eines "emotionalen Klick-Baiting" ohne wirkliche Weiterverfolgung der durch die Geschichte vermittelten Botschaft hoch sein kann.

Im Folgenden finden Sie einige gute Beispiele und Praktiken verschiedener Dissemination-Ansätze und Verbreitungsstrategien, die Sie während der Schulungssitzung für Modul 5 verwenden oder zeigen können.

Effektive und interaktive Modelle für die persönliche Kontaktaufnahme/Verbreitung mit einem Gruppenpublikum:

- Living Library-Methode: <https://www.coe.int/en/web/youth/living-library>
  - World Café-Methode: <http://www.theworldcafe.com/key-concepts-resources/world-cafe-method/>

Bewährte Praktiken von Online-Einsätzen und Kampagnen zur Verbreitung von Geschichten aus dem wirklichen Leben von Migrant\*innen und Geflüchteten:

- Die „Living Together“-Kampagne von Terre des Hommes: <https://youthtogether.live/wp/>





- “Destination Unknown Campaign” von Terre des Hommes: <https://destination-unknown.org/category/stories/>
- IOM-Presseraum für Migrationsgeschichten: <https://www.iom.int/press-room/migrant-stories>

Beispiele für inspirierende Live-/Film-Videogeschichten von Flüchtlingen, die über verschiedene Plattformen verbreitet werden:

- “The Refugee Story” von Amal Azzudin: <https://www.youtube.com/watch?v=UH8F9m3rFoc>  
Die Geschichtenerzählerin, eine in Somalia geborene Geflüchtete und Aktivistin, skizziert ihre Flucht, während sie gleichzeitig über Fakten zum Thema Asyl aufklärt und ihre Lebenserfahrungen neben Beispielen anderer realer Lebensgeschichten von Flüchtlingen und Asylsuchenden im England schildert.
- “I am not a number: a refugee’s Tale” von Nujeen Mustafa: <https://www.youtube.com/watch?v=R3r4gnSougQ>  
Die Erzählerin, eine junge kurdisch-syrische Flüchtlings- und Aktivistin mit Cerebralparese, erzählt von ihrer Flucht, den Herausforderungen und Chancen, denen sie sich während des Integrationsprozesses in Deutschland stellen musste, und von der Notwendigkeit, ein Land zu verlassen, das sie liebte.
- “My Story: A Child of Refugee’s Journey” von Sahar Nahib: <https://www.youtube.com/watch?v=C9mareySEAM>  
Die Erzählerin, eine in Afghanistan geborene Lehrerin, erzählt von ihren Erfahrungen bei der Flucht aus ihrem von den Taliban kontrollierten Heimatland im Alter von neun Jahren und ihrer Ankunft in der Tschechischen Republik, wo sie die Möglichkeit erhielt, mit ihrer Familie ein neues Leben zu beginnen.
- “From Refugee to Entrepreneur” von Anna Nooshin: <https://www.youtube.com/watch?v=iaNwKbR5av0>  
Die Erzählerin, eine im Iran geborene Geflüchtete, die in den Niederlanden zur Unternehmerin wurde, spricht darüber, wie es sich für sie als Kind anfühlte, Flüchtling zu sein, und über ihren Weg zum Erfolg.
- “Never Arrive – The Story of Farah”, von Farah Abdullahi Abdi: <https://www.youtube.com/watch?v=sd-yU0aceR0>  
In diesem Video gibt uns die junge Flüchtlingsaktivistin und Autorin Farah einen Überblick über ihre Reise durch Momentaufnahmen des Alltagslebens und prägende Momente, von Somalia bis Malta, die in dem autobiografischen Buch "Never Arrival" erzählt wird.

### Gegenreaktionen online

Da die Verbreitung und Verbreitung von Informationen in hohem Maße von der Nutzung sozialer Medien abhängt, sollte man die Möglichkeit in Betracht ziehen, dass Geschichten aus dem Leben von Flüchtlingen und Asylbewerber\*innen online auch negative Reaktionen und im schlimmsten Fall Online-Mobbing und Hassreden hervorrufen könnten. Dies ist eine Möglichkeit, die man mit den Schulungsteilnehmern zuvor ansprechen und diskutieren sollte.

Andererseits ist es wichtig, dass diejenigen, die die Online-Plattform oder die sozialen Medien verwalten, darauf vorbereitet sind und über eine interne Richtlinie verfügt, um Hassreden und Mobbing zu melden.

Informationen über die weltweite Verbreitung von Hassreden und die von verschiedenen Plattformen vorgesehenen Gegenmaßnahmen finden Sie hier: <https://www.cfr.org/backgrounder/hate-speech-social-media-global-comparisons>





ODISSEU

Die "No Hate Speech"-Kampagne des Europarates bietet detaillierte Informationen über lokale Initiativen und Kampagnen gegen Hassreden, auch online: <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/home>

## Quellen und Inspirationen





Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project Number: 2018-1-IT02-KA201-048187