



## Digital Storytelling - zusätzliche Anmerkungen



Dieses Dokument ist für Bildungszwecke bestimmt und steht unter der [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International Lizenz](#) @ [The Cur8 Consortium](#)

*Das Cur8-Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.*

### FOLIE 9

#### **Gute Geschichten sind fesselnd**

*Drehbücher und Animationen* sind zwei beliebte Methoden des Storytellings in der Erwachsenenbildung.

#### **Gute Geschichten sind nachvollziehbar**

Schneiden Sie Ihre Geschichte auf Ihr Publikum zu, indem Sie Charaktere schaffen, mit denen man sich identifizieren kann. Wenn sich die Lernenden mit einer Figur identifizieren können, fühlen sie sich besser mit ihr verbunden und entwickeln ein Verständnis für die Erfahrungen der Figur.

#### **Gute Geschichten sind sprachlich authentisch**

Schreiben Sie Dialoge, die im Umgangston gehalten sind, und verwenden Sie eine Sprache, die die Lernenden tatsächlich untereinander und mit ihren Kindern verwenden würden. Erwägen Sie die Verwendung von „Slang“, um die Konversation authentischer zu gestalten. Vermeiden Sie Akronyme. Lesen Sie Ihre Dialoge laut vor, um sicherzustellen, dass sie wie ein natürliches Gespräch klingen.

#### **Gute Geschichten sind persönlich**

Schrecken Sie nicht davor zurück, persönliche Geschichten zu erzählen, in denen es um Misserfolge und gelernte Lektionen geht. Persönliche Geschichten, die von Herzen kommen, kommen bei den Lernenden in der Regel gut an und bieten ihnen einen Safe Space, in dem sie lernen können, was sie tun (oder nicht tun) sollten. Schließlich ist es sicherer – und macht viel mehr Spaß – aus den Fehlern anderer zu lernen, als selbst zu scheitern.

#### **Gute Geschichten sind einprägsam**

Beginnen Sie damit, sich einen starken Einstieg und ein starkes Ende auszudenken, und konzentrieren Sie sich dann auf die Ausarbeitung der verschiedenen Elemente, die dazu beitragen, dass Ihre Geschichte im Gedächtnis bleibt. Bauen Sie Konflikte ein, um Ihre Figuren menschlich wirken zu lassen. Überlegen Sie, wie Sie Ihre Geschichte visualisieren wollen. Entscheiden Sie, ob Sie die Geschichte in einem Stück erzählen oder sie nach und nach in die Lerninhalte einbauen wollen.

#### **Gute Geschichten sind simpel**

Lesen Sie die Geschichte immer wieder und überarbeiten Sie sie dabei. Bitten Sie andere, Ihre Geschichte zu überprüfen und so zu verbessern, damit sie simpel, aber dennoch fesselnd, nachvollziehbar, sprachlich authentisch, persönlich und einprägsam ist.



## Gute Geschichten sind unterhaltsam

Wenn Sie z. B. Animationen verwenden, sollten Sie Ihre Geschichte auf ein bestimmtes Thema, wie z. B. Superhelden, ausrichten. Haben Sie Spaß daran, Lernaktivitäten zu Ihrem Thema zu entwickeln. Verwenden Sie zum Beispiel Schurken, die sich „daneben benehmen“. Wenn Sie Spaß daran haben, Ihre Geschichte zu erzählen, werden die Lernenden viel mehr Spaß am Lernen haben.

## SLIDE 11: Design Thinking und Storytelling

1. **Empathie:** Einfühlungsvermögen ist das Herzstück des menschenzentrierten Design Thinkings. Um eine innovative Lösung für ein Problem zu finden, ist es wichtig, die Menschen zu beobachten – was sie tun, wie sie leben und was sie erzählen. Durch die Beobachtung von Menschen entsteht ein Verständnis dafür, wie sie denken und fühlen, was sie wertschätzen und wie sie die Welt sehen. Empathie beinhaltet fast immer eine Art von Auseinandersetzung mit Menschen. Dabei kann es sich um ein Gespräch handeln oder um eine Schritt-für-Schritt-Erklärung zu bestimmten Abläufen.

2. **Definition:** Die Definition einer Frage oder Herausforderung auf der Grundlage von Empathie verändert oft das ursprüngliche, scheinbar gut zu lösende Problem. Die Definition eines Problems oder einer Herausforderung auf Grundlage der Bedürfnisse der Nutzer\*innen ermöglicht eine Fokussierung, setzt einen Rahmen für das Thema, inspiriert und stärkt, liefert Kriterien für die Bewertung konkurrierender Ideen und überträgt die Frage in den Bereich des „Machbaren“.

3. **Ideen:** Feiern Sie die Macht der Möglichkeiten! Im Rahmen der Ideenfindung können Sie sich eine Vielzahl von „wildem, gewagten und praktischen“ Konzepten ausdenken, ohne dafür verurteilt zu werden. Die Ideenfindung unterdrückt das lineare Denken und hilft den Menschen, über die offensichtlichen Lösungen hinauszugehen.

4. **Prototyp:** Sobald Sie Ideen gesammelt haben, ist es an der Zeit, mit Prototypen zu experimentieren. Ein Prototyp ist eine potenzielle Lösung, die Gelegenheit zum Feedback bietet. Prototypen sind simpel – Storyboards, handgefertigte Modelle, Poster oder Rollenspiele. Es ist wichtig, schnell Prototypen zu erstellen, um festzustellen, ob das ursprüngliche Problem gelöst wurde. Vielleicht ist die Fragestellung an sich falsch, und Sie müssen noch einmal von vorne beginnen. Es ist besser, schnell und kostengünstig zu scheitern, als zu schnell zur formalen Bewertung überzugehen.

5. **Test:** Die Testphase ist der Höhepunkt der Empathie-Definition-Idee-Prototyp-Räume des Design Thinkings. Die Probleme wurden definiert und neu formuliert. Jetzt ist es an der Zeit, Tests in der Praxis und in Echtzeit durchzuführen, an denen die Nutzer\*innen beteiligt sind. Nur wenn wir selbst, unsere Teams und unsere Lernenden die Möglichkeit haben, die Design-Thinking-Phasen zu durchlaufen, können wir authentische Bewertungen vornehmen.

Design Thinking ist ein aktiver und inklusiver Prozess. Und Kinder übernehmen Design Thinking mit Begeisterung. Schulen auf der ganzen Welt nutzen Design Thinking als eine neue Art des Lernens und als Möglichkeit, das Engagement der Schüler\*innen zu steigern.



## Wie man eine wirkungsvolle Geschichte schreibt

### Konzentrieren Sie sich auf ein Hauptkonzept nach dem anderen

Machen Sie es sich einfach! Wenn Sie mit dem Schreiben einer Geschichte beginnen, ist es wichtig, dass Sie sich jeweils nur auf ein Hauptkonzept konzentrieren. Sie müssen nicht alle Informationen vermitteln, die Sie auch im Unterricht oder in einem Text vermitteln würden, aber Sie müssen die wichtigsten Punkte herausgreifen, die Ihre Schüler\*innen sich merken sollen. Was ist die wichtigste Erkenntnis, die die Lernenden mitnehmen sollen? Nehmen wir an, Sie versuchen, den Lernenden das Konzept der positiven Korrelationen näher zu bringen. Ihre Erzählung darf sich nur auf positive Korrelationen konzentrieren und auf nichts Anderes. Überlegen Sie, welche Botschaft das Konzept eigentlich vermitteln soll. Formulieren Sie die Botschaft aus und halten Sie sie simpel.

### Planen Sie anhand eines Drehbuchs

Es empfiehlt sich, ein Drehbuch zu verfassen, wenn auch nicht Wort für Wort, so doch zumindest detailliert und aussagekräftig gegliedert.

Bevor Sie loslegen sollten Sie einige wichtige Dinge beachten:

**Genauigkeit** – überprüfen Sie Ihre Fakten. Auch wenn Sie Ihre Inhalte genau kennen, sollten Sie Daten, Orte und Fakten im Allgemeinen überprüfen. Sind Ihre Daten aktuell? Und wenn Sie Daten verwenden, sollten Sie darauf achten, dass sie nicht zu zeitkritisch sind, wenn Ihr Video längerfristig funktionieren soll.

**Länge** – Untersuchungen und unsere eigenen Erfahrungswerte zeigen, dass die Aufmerksamkeitsspanne kurz ist. Wir versuchen, unsere Videos/Animationen unter sieben Minuten und noch lieber unter vier Minuten zu halten. Sie müssen nicht alle Informationen in Ihr Video packen. Es ist eine einzelne Geschichte. Die anderen Inhalte können in Form von Lesestoff, anderen Arten von Videos, Texten und Grafiken sowie schülerorientierten Aktivitäten präsentiert werden.

**Zielgruppe** – Richtet sich Ihre Geschichte an Studierende? Hochschulabsolvent\*innen? Berufstätige Studierende? Haben diese einen Bezug zu Ihrer Geschichte und ist ihnen die Terminologie vertraut? Sind sie global? Wenn Sie einen geografischen Ort in den Vereinigten Staaten erwähnen, ist diese Stadt auch Studierenden in Abu Dhabi bekannt? Vergewissern Sie sich, dass Sie global sprechen – sowohl in geografischer als auch in kultureller Hinsicht.

### Analysieren Sie den Inhalt und setzen Sie Ziele

Betrachten Sie zunächst Ihre eigenen derzeit vorliegenden Inhalte. Ihre Präsenzvorträge dauern vielleicht anderthalb Stunden und beinhalten wahrscheinlich mehrere verschiedene Lehrmethoden. Viele Personen gehen davon aus, dass sie all ihre aktuellen Vorträge aufzeichnen werden, aber Video oder Animation können einen Vortrag nicht ersetzen. Sie stoßen an Grenzen, die berücksichtigt werden müssen:

- Sie sind linear
- Sie bewegen sich in ihrem eigenen Tempo, nicht im Tempo der Lernenden
- Sie sind nicht interaktiv
- Im Rahmen eines Videos können dichte Grafiken, Diagramme oder Texte nicht gut dargestellt werden.



Denken Sie über die gesamte Struktur Ihrer Lektion und über die gesamte Palette der Ihnen zur Verfügung stehenden Technologien nach. Wir sind der Meinung, dass der größte Faktor für den Erfolg eines Videos oder einer Animation bereits vor der Aufnahme oder der Entwicklung des Drehbuchs liegt, nämlich bei der Auswahl der Inhalte, die Sie aufnehmen möchten.

Gute Geschichten zu erzählen bedeutet, gute Geschichten parat zu haben, und die meisten von uns verwenden gute Geschichten in ihren Vorträgen, auch wenn der gesamte Vortrag nicht in diese kürzere Struktur passt. Achten Sie auf Folgendes: Anekdoten, historische Erzählungen, Fallbeispiele, Allegorien, Gedankenexperimente – all das sind gute Anknüpfungspunkte. Unterschätzen Sie nicht, wie wichtig es ist, einen persönlichen Bezug zu einer Geschichte herzustellen. Wenn etwas in Ihrer Arbeit oder Forschung Sie selbst berührt hat, ist es umso wahrscheinlicher, dass es auch Ihre Schüler\*innen berühren wird.

### **Beginnen Sie mit einem Aufhänger**

Es ist wichtig, dass Sie Ihre Geschichte mit einem Aufhänger beginnen, der die Aufmerksamkeit Ihres Publikums weckt. Ein Aufhänger ist eine interessante Begebenheit, eine Frage oder ein Problem, das die Lernenden dazu anregt, weiter zuzuhören. Wenn Sie z. B. das Konzept der positiven Korrelationen vermitteln wollen, sollten Sie Ihre Geschichte mit einer Begebenheit, einem Rätsel oder einem Problem beginnen, das am Ende der Geschichte gelöst wird.

### **Machen Sie Ihre Hauptfiguren sympathisch und glaubwürdig**

Die Hauptfigur(en) muss (/müssen) für die Lernenden so glaubwürdig sein, dass sie ihnen sympathisch ist (/sind). In manchen Fällen, wenn Sie eine Fabel oder ein Gleichnis schreiben, müssen die Figuren keine realen oder menschlichen Personen sein. Sie können Tiere, Außerirdische oder leblose Objekte sein. Aber sie müssen sich in dem Sinne real anfühlen, dass sie nicht perfekt sind, sondern Stärken und Schwächen haben wie jeder andere auch.

### **Überlegen Sie sich ein Thema, einen Schauplatz und klar umrissene Charaktere**

Was ist das Thema Ihrer Geschichte? Wo findet sie statt? Und wer ist die Hauptperson oder -figur in der Geschichte, wer sind die Nebenfiguren?

### **Beginnen Sie mit dem Ende und arbeiten Sie rückwärts**

Machen Sie sich von Anfang an klar, wo das Ende ist, damit Sie sich nicht in Abgründen verlieren, die Ihr Publikum verwirren oder vom zentralen Thema oder der Botschaft ablenken. Erstellen Sie eine Zeitleiste, indem Sie vom Ende zum Anfang zurückgehen. Überlegen Sie dann, was direkt vor dem Ende geschieht und so weiter. Arbeiten Sie sich weiter rückwärts vor, bis Sie am Anfang Ihrer Geschichte angekommen sind.

### **Überleitung zum Mittelteil**

Gehen Sie vom Einstiegspunkt aus auf die Frage oder das Problem ein, das im Aufhänger genannt wird. Erarbeiten Sie das zentrale Thema, die Figuren und den Schauplatz, der die Zuhörer\*innen/Zuschauer\*innen auf den Weg zur Lösung führt.

### **Bringen Sie die Botschaft durch ein Aha-Erlebnis auf den Punkt**



Gestalten Sie Ihren Schluss als Aha-Erlebnis, das das zentrale Thema Ihrer Geschichte verdeutlicht. Das Ende sollte auf die Aussage, die Moral der Geschichte, die Lösung oder die Bedeutung im großen Ganzen anspielen.

### **Machen Sie sich mit der Erstellung von Entwürfen und Storyboards vertraut**

Beginnen Sie mit einem Entwurf Ihrer Geschichte, um alle Punkte festzuhalten, die Sie behandeln müssen. Legen Sie die Geschichte dann beiseite und greifen Sie sie erst nach ein oder zwei Tagen wieder auf. Wenn Sie die Geschichte wieder zur Hand nehmen, überprüfen Sie ihre Klarheit und Schlüssigkeit. Überarbeiten Sie die Geschichte, um das Thema, die Details und den Erzählfluss zu entwickeln. Vergewissern Sie sich, dass es einen Anfang, einen Mittelteil und einen Schluss gibt und die Geschichte einen klaren Bogen beschreibt.

### **Erwägen Sie den Einsatz von visuellem Material und Bewegung**

Manchmal können Sie Ihre Geschichte ganz ohne Bilder erzählen und sich auf die Vorstellungskraft des Publikums verlassen. In anderen Fällen sind visuelle Elemente für das Verständnis und die Verdeutlichung der Botschaft unerlässlich. Bildmaterial kann in Form von Fotos, Zeichnungen oder Animationen eingesetzt werden. Visuelle Darstellungen, insbesondere animierte, können die Geschichte zum Leben erwecken. Sie können Ihren Körper einsetzen, um die Geschichte darzustellen oder Zeichnungen entwickeln. So können Sie die Aufmerksamkeit des Publikums auf die Botschaft lenken, die Sie vermitteln wollen.

Wenn Sie Bilder einsetzen, müssen Sie nicht jedes einzelne davon erklären, und umgekehrt können auch Bilder Worte ersetzen. Tatsächlich entstehen viele der wirkungsvollsten Bilder außerhalb des Studios oder Klassenzimmers. Wir empfehlen Ihnen, darüber nachzudenken, sich nach draußen zu begeben - in die Stadt, um Ihren Schüler\*innen Beispiele für Ihre Geschichte zu zeigen oder andere Expert\*innen zu interviewen.

Sie müssen kein\*e Künstler\*in sein, um Ihre Geschichte visuell zu untermalen, aber wenn Sie sich mit der visuellen Gestaltung nicht wohlfühlen, können Sie eine\*n Grafiker\*in beauftragen, der\*die Ihnen beim Storyboarding und der Ausarbeitung Ihrer Geschichte hilft. Studierende der bildenden Künste können in diesem Bereich sehr hilfreich sein, und sie sind sehr daran interessiert, ihr Portfolio durch konkrete Arbeiten zu erweitern. Schreiben Sie Ihre Geschichte in einem dreispaltigen Drehbuch (siehe Beispiel) und entwickeln Sie das Bildmaterial oder arbeiten Sie mit dem\*der Grafiker\*in zusammen. Der Storyboard-Prozess wird dabei helfen, die Geschichte weiter zu verfeinern.

Wenn Sie ein vollständiges Drehbuch schreiben, denken Sie daran, dass das Schreiben für die filmische Umsetzung prägnanter und dialoglastiger ist.

WENN SIE DAS GESCHICHTENERZÄHLEN ÜBERNEHMEN:

### **Fordern Sie zur Interaktion auf und richten Sie sich an Ihren Lernzielen**

Hier sind einige Strategien:

- Stellen Sie im Anschluss an Ihre Geschichte Fragen und geben Sie Diskussionsanregungen.
- Bitten Sie die Lernenden, die Geschichte in einem kurzen Aufsatz nachzuerzählen.



- Bitten Sie die Lernenden, weitere Probleme zu lösen (Demonstration des Lernens und der Transferenz).
- Lassen Sie die Lernenden ihre eigenen Geschichten zu den erlernten Konzepten erfinden.
- Verwenden Sie gute Methoden der Mediengestaltung.
- Fügen Sie nicht zu viele verwirrende visuelle Details hinzu.
- Stimmen Sie Audio- und Bildmaterial so aufeinander ab, dass die Lernenden die Botschaft verarbeiten können.
- Benutzen Sie nicht gleichzeitig Musik und Audiokommentar.
- Benutzen Sie nicht gleichzeitig Text und Audiokommentar.
- Setzen Sie Techniken wie Zooms und Schwenks angemessen ein.
- Bearbeiten, bearbeiten, bearbeiten.

### Feedback und Überarbeitungen

Wenn Sie einen Entwurf Ihres Drehbuchs fertiggestellt haben und damit zufrieden sind, zeigen Sie ihn einem\*einer Kolleg\*in – jemandem, der\*die mit dem Inhalt vertraut ist, oder besser noch, ein\*e Anfänger\*in ist und es vielleicht eher lesen würde wie eine\*r Ihrer Lernenden. Ermitteln Sie, ob es irgendwelche Unklarheiten gibt und ob die Geschichte das transportiert, was Sie beabsichtigen. Achten Sie auf den Tonfall, in dem Sie schreiben, denn auch hier gilt, dass der Bildschirm einen lockereren Umgangston erfordert als das Papier. Gehen Sie nicht davon aus, dass Ihr Publikum die gesamte Terminologie versteht.