

Denk_Pause: Mehr Drama bitte – mit Storytelling spannend vom Glauben reden

Stand: 15.01.2025 | Zusammenstellung: Aaron Torner, Referat Glaubenskommunikation

Hintergründe Storytelling:

- Strategisches Storytelling: <https://www.strategisches-storytelling.de/was-ist-storytelling/>
- „Heldenreise“ als prominente Erzählfigur des Storytellings
 - o Allgemeines Schemata: <https://z5b2s6y7.delivery.rocketcdn.me/wp-content/uploads/2023/06/Blog-Heldenreise-Storytelling.jpg.webp>
 - o Erklärfilm: <https://youtu.be/kdOIg7qwRNM>
- Storytelling in Bezug auf Glauben: <https://www.euangel.de/ausgabe-1-2017/sprache/storytelling/>
- Storytelling in Werbefilmen: <https://riskplaywin.com/de/wissen/storytelling-beispiele-werbung>

Einsatzfelder Storytelling:

- Projektvorstellung „The Purpose Pitch“: <https://www.growthbystory.de/wp-content/uploads/2017/09/thepurposepitch2017DE.pdf>
- Fundraising: <https://www.fundraising-evangelisch.de/wissen/strategie/storytelling/>
- Storytelling als Element in der Erstkommunion: z.B. [„Mit Jesus unterwegs“ \(kbw\)](#)
- Storytelling als Teil der Predigt bzw. Preacherslam: z.B. [Christian Schröder auf der dennoch-Konferenz mit einem Poetry-Beitrag zu seinem Verhältnis zu Kirche](#)

Zur möglichen Vertiefung: Online-Workshops (31.01.2025 + 21.03.2025):

- [Mit Erzählungen bewegen! Von der Kraft des Storytellings in Theologie und Praxis - Online Basis Workshop](#)

Sechs exemplarische Fragen als Einladung von sich selbst zu erzählen – im Sinne des Storytellings

Zitiert aus: Sobetzko/Sellmann: Gründer*innen-Handbuch für pastorale Start-Ups und Innovationsprojekte, Würzburg 2017, S. 160f.

Mit Geschichten überzeugen und als Person erkennbar werden. Gute Geschichten fesseln, begeistern, reißen mit.

1. Die „Who I am“ Geschichte: Erzählen, wer bin ich

Name, Wohnort, Beruf, Projekte...alles schnell aufgelistet. Und schnell wieder vergessen. Wie würde eine narrative Form aussehen, wovon würde Ihre „wer ich bin“ – Geschichte handeln? Welches Erlebnis, welches Ereignis können Sie so berichten, dass Ihre Zuhörerinnen wirklich etwas Relevantes über Sie erfahren und sich später daran erinnern werden?

2. Die „Why I am here“ Geschichte: Erzählen, warum ich hier bin

Welche Geschichte sagt etwas darüber aus, warum Sie heute hier sind und genau das tun, was Sie tun? Und wie lässt sie sich so erzählen, dass das Wesentliche überkommt?

3. „Vision stories“: Geschichten über Visionen.

Welche Visionen von Kirche sind Ihnen begegnet? Welche erscheinen Ihnen nachhaltig für Ihr eigenes Handeln? Vor allem aber: in welchen Geschichten lässt sich davon erzählen, wie aus Visionen Aufbrüche werden?

4. „Teaching stories“: Lehrgeschichten und Gleichnisse.

Welche lehrreichen Geschichten können Sie berichten, aus denen auch andere etwas lernen können? Können Sie sie so formulieren, dass sie vor allem instruieren und inspirieren und nicht zu sehr abschrecken und befremden?

5. „Values in action stories“: Geschichten über wirksame Werte.

Wann und wo haben Sie erlebt oder davon erfahren, wie Menschen aus Werten Taten haben werden lassen? Welche gut erzählbare Geschichte haben Sie parat, um von der Wirksamkeit Ihrer eigenen Werte zu berichten?

6. Die „I know what you are thinking“-Geschichte: Andere andocken lassen.

Mit welcher Geschichte können Sie glaubhaft machen, dass Sie Ihre Zuhörer:innen verstehen und Sie nicht nur mit sich selbst beschäftigt sind? Wie bauen Sie narrativ Ihre Brücke zu den Situationen und Leben der Menschen, mit denen Sie hier und jetzt etwas Neues beginnen wollen?