



Co-funded by
the European Union



Digitales Geschichtenerzählen vorbereiten

Brainstorming zum Thema und
Techniken des Geschichten-
schreibens



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

THEMEN



1. Kreislaufwirtschaft verstehen



2. Digitales Geschichtenerzählen vorbereiten



3. Digitale Tools für Lehrkräfte



3. Digitale Tools für Schüler*innen



5. Geschichten erzählen über die Kreislaufwirtschaft



6. Kompetenzen entwickeln



7. Digitales Geschichtenerzählen im Unterricht



8. Kompetenzen für die Zukunft entwickeln



AM ENDE DIESES MODULS KÖNNEN SIE ...

1. die Prinzipien und Vorteile des Mindmappings für das digitale Geschichtenerzählen benennen und dessen Nutzen für die Ideenfindung, Erzählstruktur und Kreativität erläutern.
2. die Phasen des Design Thinking im Storytelling-Prozess anwenden und erklären, wie diese Methode hilft, nutzerzentrierte digitale Geschichten zu entwickeln.
3. geeignete Formate digitaler Geschichten (z. B. persönlich, narrativ, dokumentarisch, interviewbasiert) projekt- und zielgruppengerecht auswählen
4. Inhalte gestalten, die emotional ansprechen, das Publikum einbeziehen und zum Handeln motivieren.
5. Gestaltungselemente wie Typografie, Farben, Bilder und Layout gezielt einsetzen, um die visuelle und emotionale Wirkung einer digitalen Geschichte zu steigern.
6. digitale Geschichten klar strukturieren und visualisieren, um Verständlichkeit und Engagement des Publikums zu fördern.

ÜBERBLICK

In diesem Material werden wir uns auf die wichtigsten Schritte konzentrieren, die zur effektiven Vorbereitung Ihrer digitalen Geschichte erforderlich sind. Lernen Sie, wie Sie Mindmapping als Werkzeug für das Brainstorming und die Organisation Ihrer Ideen nutzen können, um eine klare Struktur für Ihre Erzählung zu schaffen. Außerdem erfahren Sie mehr über Design Thinking, einen kreativen Prozess, der Ihnen hilft, Ihre Geschichte so zu gestalten, dass sie den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe entspricht. In diesem Abschnitt werden wir auch die verschiedenen Arten von digitalen Geschichten untersuchen, um Ihnen bei der Auswahl des am besten geeigneten Formats für Ihr Projekt zu helfen. Am Ende dieses Abschnitts werden Sie einen klaren Fahrplan für die Planung, Strukturierung und Vorbereitung Ihrer digitalen Story haben, um sicherzustellen, dass sie ansprechend und zielgerichtet ist und mit Ihren Zielen übereinstimmt.



WARUM BRAINSTORMING WICHTIG IST



Was ist Brainstorming?

Es ist eine kreative Methode, bei der Ideen spontan und ohne Einschränkungen entwickelt werden. Das Ziel ist es, Lösungen für Probleme zu finden oder neue Ideen zu entwickeln.

Die 4 Phasen des Brainstormings

- ❖ Generieren und Sammeln von Ideen
- ❖ Organisieren
- ❖ Bewerten
- ❖ Planung der Umsetzung

Brainstorming ist für DST unerlässlich, da es

- ❖ kreative und einzigartige Ideen fördert.
- ❖ eine klare Struktur für die Erzählungen bietet.
- ❖ sicherstellt, dass die Geschichte zum Publikum und ihrem Zweck passt.



MINDMAPPING FÜR EINE DIGITALE GESCHICHTE



Was ist Mindmapping?

Mindmapping ist ein visuelles Brainstorming-Werkzeug, das dabei hilft, Ideen zu organisieren, Erzählstrukturen zu entwerfen und Themen zu verbinden. Es fördert kreatives Denken und bietet eine klare Orientierung für die Erstellung von Geschichten.

Vorteile:

- ❖ **Es spart Zeit:** Mindmaps sind einfach zu erstellen, beschleunigen den Brainstormingprozess, Besprechungen und das spätere Abrufen von Informationen.
- ❖ **Mindmaps sind klar und organisiert:** Das nicht-lineare Format einer Mindmap entspricht der Art, wie das Gehirn Informationen verarbeitet, was das Verständnis und die Produktivität verbessert.
- ❖ **Mindmaps sind flexible und erweiterbar:** Es ist einfach, neue Ideen zu bestehenden Strukturen in eine Mindmap hinzuzufügen und diese zu aktualisieren.
- ❖ **Es reduziert Stress:** Alle wichtigen Informationen sind an einem Ort gespeichert, was das Risiko des Vergessens minimiert, und die Effizienz verbessert.



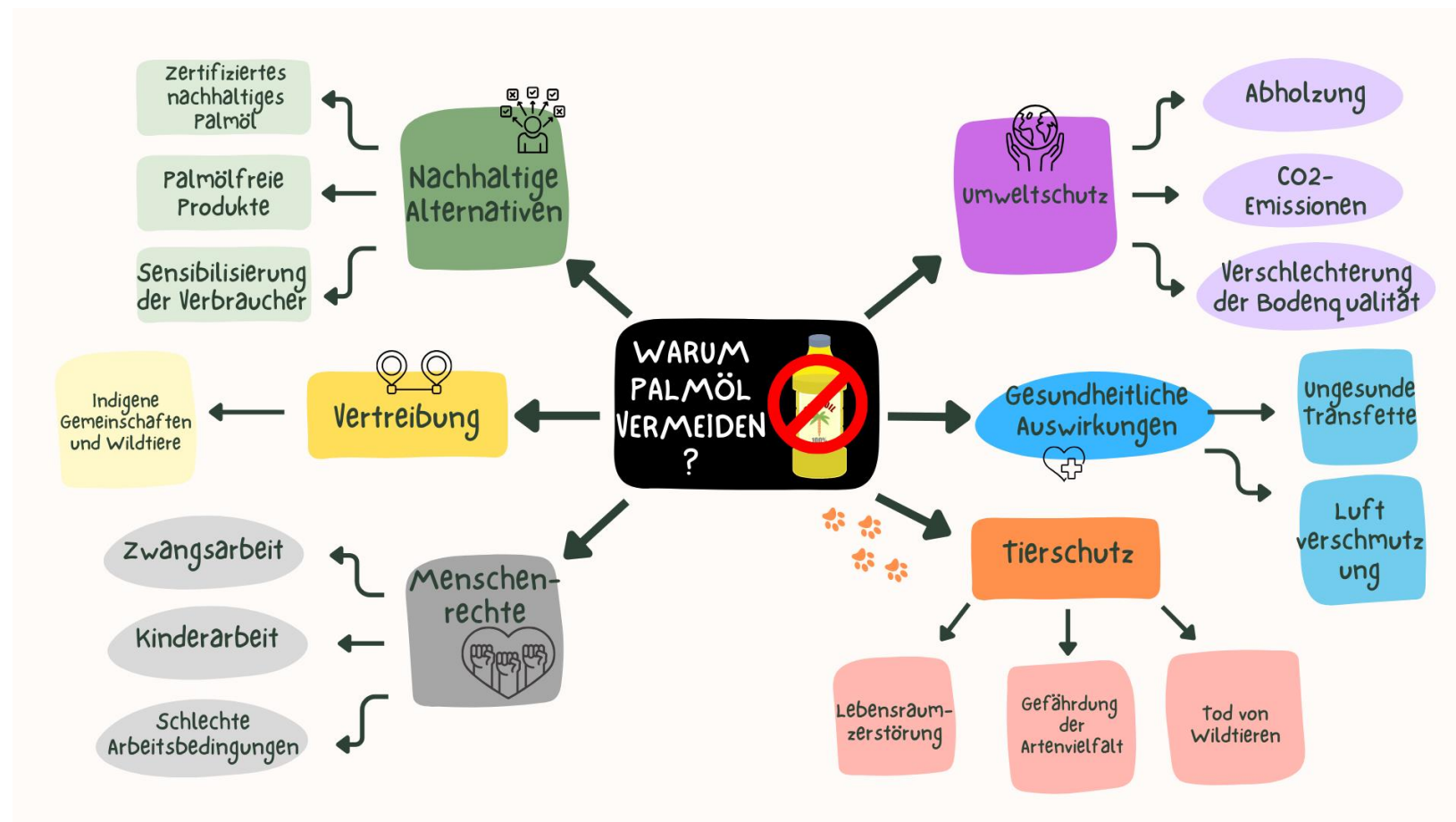
MINDMAPPING FÜR EINE DIGITALE GESCHICHTE



Wie man eine kreative Mindmap erstellt

- ❖ **Verwenden Sie den Querformat-Modus:** Maximiert den Raum und spiegelt das räumliche Denken wider, was der Art entspricht, wie das Gehirn arbeitet.
- ❖ **Beginnen Sie in der Mitte:** Starten Sie mit den Hauptthemen und erweitern Sie sich nach außen. Schreiben Sie Schlüsselwörter auf Linien, die nach außen verzweigen, und fügen Sie Unterzweige für weitere Ideen hinzu.
- ❖ **Verwenden Sie Schlüsselwörter, keine Sätze.**
- ❖ **Integrieren Sie visuelle Elemente:** Fügen Sie einfache Symbole oder Zeichnungen hinzu (z.B. eine Glühbirne für Ideen, Fußabdrücke für die nächsten Schritte, etc.). Visuelle Elemente machen die Map ansprechender und leichter merkbar.
- ❖ **Nutzen Sie Farben:** Unterscheiden Sie Themen oder Prioritäten (z.B. Blau für Ziele, Rot für kritische Pfade, Grün für Lösungen, etc.)

BEISPIEL ZUR INSPRIATION



MIT DESIGN THINKING DIGITALE GESCHICHTEN ERZÄHLEN



Was ist Design Thinking?

- ❖ Ein kreativer Problemlösungsprozess mit klar definierten Phasen.
- ❖ Fokussiert auf die Entwicklung innovativer Ideen, basierend auf den Bedürfnissen der Menschen.
- ❖ Fördert interdisziplinäre Zusammenarbeit.
- ❖ Menschenzentriertes Design: Lösungen, die gezielt auf die Bedürfnisse der Nutzer*innen abgestimmt sind.
 - Hier: Schüler*innen der Sekundarstufe.
- ❖ Ziel ist es, nicht nur kreative Ideen zu entwickeln, sondern auch praktische und umsetzbare Lösungen.



MIT DESIGN THINKING DIGITALE GESCHICHTEN ERZÄHLEN



Die Phasen des Design Thinkings

Design Thinking folgt einem strukturierten Prozess, der in mehrere Schlüsselphasen unterteilt ist:

- ❖ **Einfühlen = Mitfühlen & Verstehen:** Herausfinden und verstehen, was andere fühlen und brauchen – durch Gespräche, Beobachtungen und Forschung.
- ❖ **Definieren = das Problem genau benennen:** Was ist das eigentliche Problem? Wie kann es beschrieben werden, so dass es alle verstehen?
- ❖ **Ideen entwickeln = kreative Ideen sammeln:** Es sollen möglichst viele Lösungsideen gesammelt werden – auch unkonventionelle Ansätze sind ausdrücklich erwünscht.
- ❖ **Prototypisieren = Ideen sichtbar machen:** Eine Idee wird visualisiert oder in einem einfachen Modell umgesetzt – z. B. durch Zeichnungen, Skizzen oder gebastelte Objekte.
- ❖ **Testen – Feedback einholen:** Die Idee oder das Modell wird vorgestellt, Rückmeldungen werden gesammelt und für Verbesserungen genutzt.

BEISPIEL ZUR INSPRIATION



Ein Design Thinking-Prozess zur Erstellung einer digitalen Geschichte über die negativen Auswirkungen der Fast Fashion

❖ Einfühlen

- Recherchieren Sie die Auswirkungen der Fast Fashion.
- Teilen Sie echte Geschichten von Textilarbeiter*innen und Aktivist*innen.

❖ Definieren

- Problem: "Wie können wir das Bewusstsein für die versteckten Kosten der Fast Fashion schärfen und nachhaltigere Entscheidungen fördern?"
- Fokus: Heben Sie nachvollziehbare Probleme hervor (z.B. den kurzen Lebenszyklus von Kleidung und seinen versteckten Folgen).

❖ Ideen entwickeln

- Brainstormen Sie Storytelling-Formate: Eine Erzählung, die dem Weg eines T-Shirts von der Produktion bis zur Entsorgung folgt.

❖ Prototypisieren

- Entwickeln Sie eine kurze Animation oder ein Video mit dem Titel „Was passiert mit deiner Kleidung?“

❖ Testen

- Sammeln Sie Feedback zur emotionalen Wirkung, Klarheit und Effektivität der Botschaft.

ARTEN DIGITALER GESCHICHTEN



- ❖ Entscheiden Sie sich für die Art der Geschichte, die Sie erstellen möchten, bevor Sie mit der digitalen Geschichte beginnen.
- ❖ Das Format der Geschichte bestimmt, wie Ihre Botschaft vermittelt wird und beeinflusst das Engagement des Publikums.
- ❖ Jeder Typ hat einzigartige Stärken, die für unterschiedliche Zwecke geeignet sind.

Zur Auswahl stehen folgende Typen:

- ❖ Persönliche Geschichten
- ❖ Erzählgeschichten
- ❖ Dokumentarische Geschichten
- ❖ Interviewbasierte Geschichten



ARTEN DIGITALER GESCHICHTEN



Persönliche Geschichten

- ❖ fokussieren sich auf individuelle Erlebnisse, Emotionen und persönliche Reflexionen.
- ❖ machen die Geschichte ansprechend und fesselnd.
- ❖ erzeugen Empathie, indem sie Erfahrungen teilen.

Beispiel

Meine Reise zu einem Zero-Waste-Lifestyle

Ein persönlicher Bericht über die Herausforderungen und Erfolge einer Person bei der Reduzierung von Abfall im Alltag. Die Geschichte teilt bewegende und emotionale Momente, wie die Entscheidung, auf Einwegplastik zu verzichten, nachdem die Person Bilder von Meerestieren gesehen hatte, die von der Verschmutzung betroffen waren.

Erzählgeschichte

- ❖ ist eine strukturierte Geschichte, entweder fiktiv oder nicht-fiktiv.
- ❖ hat einen klaren Anfang, Mittelteil und Schluss.
- ❖ vermittelt eine wichtige Botschaft auf unterhaltsame Weise.

Beispiel

Die Geschichte eines Waldes

Eine fiktive Geschichte, erzählt aus der Perspektive eines jahrhundertealten Baumes im Regenwald. Der Baum erzählt, wie sein Zuhause einst lebendig war und eine vielfältige Tierwelt beherbergte, aber durch Abholzung allmählich zerstört wurde. Die Geschichte weckt Empathie und ruft zu einer Aktion für Aufforstung auf.

ARTEN DIGITALER GESCHICHTEN



Dokumentarische Geschichten



- ❖ recherchieren reale Probleme oder Ereignisse anhand von faktenbasierten Informationen und Forschung.
- ❖ bieten Einblicke und schaffen Bewusstsein.
- ❖ Informieren das Publikum über ein spezifisches Thema oder Problem.

Beispiel

Die verborgenen Kosten der Fast Fashion

Eine faktenbasierte digitale Geschichte, die die Umweltzerstörung aufzeigt, die durch die Modeindustrie verursacht wird. Sie untersucht Themen wie die Wasserverschmutzung durch Färbefabriken, den übermäßigen Einsatz natürlicher Ressourcen für die Stoffproduktion und die massiven Mengen an Textilabfällen, die auf Deponien landen. Die Geschichte enthält Interviews mit Umweltexperten und hebt Lösungen wie nachhaltige Modeinitiativen und Recyclingprogramme hervor.

Interviewbasierte Geschichten

- ❖ stellen die Stimmen und Perspektiven anderer durch strukturierte Gespräche vor und verleihen ihnen Tiefe sowie Authentizität.
- ❖ schaffen Authentizität durch echte Stimmen und gelebte Erfahrungen.
- ❖ bieten vielfältige Perspektiven und Expertenwissen.

Beispiel

Stimmen von den Frontlinien des Klimawandels

Eine digitale Geschichte mit Interviews von Menschen aus Küstengemeinden, die bereits die Auswirkungen des steigenden Meeresspiegels erleben. Diese persönlichen Berichte unterstreichen die Dringlichkeit des Klimawandels und bieten unterschiedliche Perspektiven zu diesem Thema.

FESSELENDE INHALTE ERSTELLEN



- ❖ Bevor eine digitale Geschichte erstellt wird, ist es wichtig, den Inhalt und die Engagement-Strategie genau zu durchdenken.
- ❖ Eine gut vorbereitete digitale Geschichte geht weit über das bloße Erzählen hinaus...
- ❖ Die Geschichte muss das Publikum emotional ansprechen.
- ❖ Die Geschichte muss fesselnd sein.

Im Voraus zu überlegen, wie man sein Publikum erreichen möchte, hilft dabei, eine wirkungsvollere und nachhaltigere digitale Geschichte zu gestalten – eine, die nicht nur informiert, sondern auch zum Nachdenken anregt und zum Handeln inspiriert.



FESSELENDE INHALTE ERSTELLEN



Die folgenden Schlüsselfaktoren sollten im Voraus berücksichtigt werden, um fesselnde Inhalte zu erstellen:

Zielgruppenorientierung

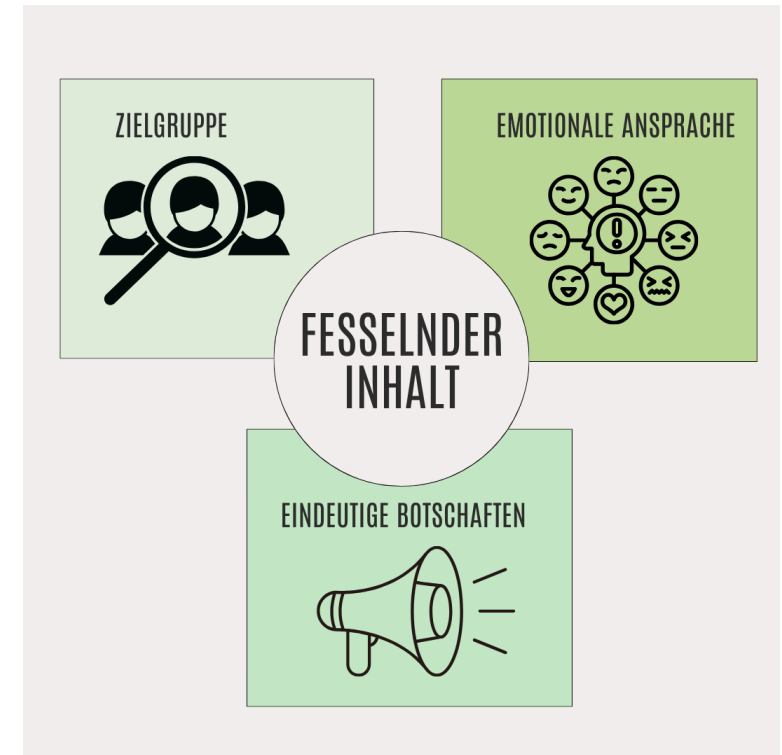
- ❖ Passen Sie die Inhalte an das Alter, die Interessen und den Hintergrund der Zielgruppe an.
- ❖ Verwenden Sie eine Sprache, die das Publikum anspricht, z.B. einfache Formulierungen für jüngere Zielgruppen oder Fachbegriffe für fortgeschrittene Lernende.

Emotionale Ansprache

- ❖ Teilen Sie persönliche Geschichten oder Herausforderungen, die emotionale Reaktionen hervorrufen.
- ❖ Entwickeln Sie ansprechende Charaktere.

Eindeutige Botschaften

- ❖ Vermitteln Sie die Kernbotschaft auf verständliche Weise.
- ❖ Konzentrieren Sie sich auf die Hauptidee.



FESSELENDE INHALTE ERSTELLEN



Die folgenden Schlüsselfaktoren sollten im Voraus berücksichtigt werden, um, um fesselnde Inhalte zu erstellen:

Konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

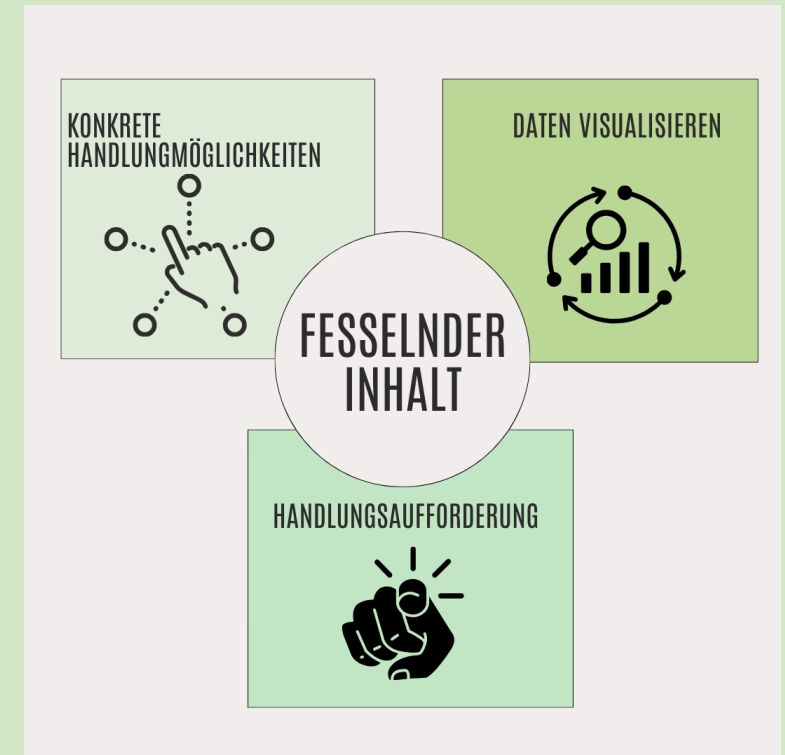
- ❖ Verdeutlichen Sie, dass individuelle Handlungen Wirkung zeigen können – so fühlt sich das Publikum ermutigt, aktiv zu werden.
- ❖ Bieten Sie konkrete und umsetzbare Lösungen an, die das Publikum direkt in den Alltag integrieren kann.

Daten visualisieren

- ❖ Gestalten Sie Datenvisualisierungen klar, verständlich und übersichtlich, vermeiden Sie Überfrachtung.

Handlungsaufforderung (Call to Action)

- ❖ Beenden Sie die Geschichte mit einer klaren und konkreten Handlungsaufforderung.
- ❖ Motivieren Sie das Publikum, aktiv zu werden, indem Sie leicht umsetzbare Schritte vorschlagen.



GESTALTUNG IM DIGITALEN GESCHICHTENERZÄHLEN



In der Vorbereitungsphase hilft Kommunikationsdesign dabei, Ihre Geschichte sowohl visuell als auch verbal so zu strukturieren, dass sie eine starke emotionale Wirkung auf das Publikum hat.

Kommunikationsdesign:

- ❖ stellt sicher, dass Ihre digitale Geschichte klar, ansprechend und wirkungsvoll ist.
- ❖ unterstützt die effektive Vermittlung der Botschaft durch den gezielten Einsatz von Bildern, Layout, Typografie und Tonalität.
- ❖ sorgt dafür, dass alle Gestaltungselemente mit dem Zweck der Geschichte und den Bedürfnissen der Zielgruppe übereinstimmen.
- ❖ hilft dem Publikum, sich auf die wesentlichen Inhalte zu konzentrieren.
- ❖ schafft emotionale Verbindungen mit dem Publikum.



ELEMENTE DES KOMMUNIKATIONSDESIGNS



Typografie

- ❖ Bestimmt die Tonalität einer digitalen Geschichte und beeinflusst die Wahrnehmung der Botschaft.
- ❖ Die Wahl der Schriftart kann unterschiedliche Emotionen oder Eindrücke hervorrufen, z. B. Seriosität, Modernität oder Verspieltheit.

Farben

- ❖ Farben sind ein wirkungsvolles Mittel, um Atmosphäre und emotionale Bindung zu erzeugen.
- ❖ Sie spiegeln die Stimmung der Geschichte wider und verstärken ihr Thema.
- ❖ Ein guter Farbkontrast verbessert die Lesbarkeit und Barrierefreiheit.

Visuelle Hierarchie

- ❖ Eine klare Anordnung der Elemente lenkt die Aufmerksamkeit auf die wichtigsten Inhalte.
- ❖ Größe, Platzierung und Hervorhebung beeinflussen, wie das Publikum die Informationen wahrnimmt und verarbeitet.

Bildsprache

- ❖ visuelle Elemente bereichern die Geschichte, indem sie Tiefe und Emotion hinzufügen..
- ❖ Sie vereinfacht komplexe Sachverhalte, schaffen Verbindungen und verstärken die Wirkung der Erzählung.

Layout

- ❖ Ein ausgewogenes Layout sorgt für Klarheit und einen reibungslosen Lesefluss.
- ❖ Der bewusste Einsatz von Raum und Ausrichtung schafft Harmonie und eine angenehme visuelle Struktur.

NÜTZLICHE KONZEPTE



1.

Storyboarding

Ein Storyboard ist ein visuelles Planungswerkzeug, das hilft, die Geschichte in klare Schritte zu gliedern und die visuelle Umsetzung zu planen.

2.

Ethische Überlegungen

Ethische Überlegungen tragen dazu bei, dass digitale Geschichten nicht nur informativ und ansprechend sind, sondern auch respektvoll und präzise mit den behandelten Themen und beteiligten Personen umgehen.



KONZEPT 1

Storyboarding

Das Storyboarding ist eine Methode zur visuellen Planung und Strukturierung einer Geschichte. Alle wichtigen Szenen werden als Skizzen oder Panels dargestellt, in denen Handlung, Text und visuelle Elemente festgelegt werden. Es hilft, die Geschichte logisch und klar zu strukturieren, indem zentrale Elemente wie Dialoge, Bilder und Chronologie im Voraus geplant werden. Auch der Einsatz von Ton oder Musik wird dabei berücksichtigt. Ein Storyboard macht die Produktion effizienter, vermeidet Missverständnisse und ermöglicht es, die gesamte Geschichte vorab zu überprüfen und zu optimieren.



KONZEPT 2

Ethische Überlegungen

Die ethische Dimension von Geschichten umfasst den respektvollen Umgang mit sensiblen Themen und Informationen. Dabei ist es wichtig, Diskriminierung und Stigmatisierung zu vermeiden und Stereotype bewusst zu hinterfragen. Die Wahrhaftigkeit der Inhalte muss gewahrt bleiben, um Fehlinformationen zu verhindern. Das Ziel ist es, sicherzustellen, dass Geschichten informativ, respektvoll und geeignet sind, komplexe Themen auf eine bildende Weise darzustellen.

Beispiel zum Thema Fast Fashion:

- ❖ Respektvoller Umgang mit den betroffenen Arbeiter*innen – klischeehafte Darstellungen vermeiden.
- ❖ Verwendung überprüfter Daten zu Arbeitsbedingungen und Umweltauswirkungen.
- ❖ Vermeidung von Schuldzuweisungen an einzelne Länder oder Kulturen.

PRAKTISCHER TIPP #1



Problemstellung

Zu viele Informationen und unstrukturierte Inhalte

Was tun?

Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche. Achten Sie darauf, dass die Geschichte nicht mit zu vielen Informationen überladen wird. Wählen Sie sorgfältig aus, welche Fakten und Details wirklich wichtig sind, um die Kernbotschaft zu vermitteln. So bleibt die Geschichte klar und verständlich.

PRAKTISCHER TIPP #2



Problemstellung

Unklare Zielsetzung der Geschichte

Was tun?

Legen Sie im Voraus das Hauptziel und die Kernbotschaft Ihrer Geschichte fest. Überlegen Sie, was Sie mit der Geschichte erreichen möchten und welche Reaktionen sie beim Publikum hervorrufen soll.

ÜBERPRÜFEN SIE, WAS SIE GELEHRT HABEN



01. Beschreiben Sie, wie Mindmapping hilft, Ideen für eine digitale Geschichte zu sammeln und zu strukturieren.
02. Nennen Sie die wichtigsten Phasen des Design Thinking und erläutern Sie deren Anwendung beim digitalen Geschichtenerzählen.
03. Welche Kriterien helfen bei der Auswahl des passenden Formats für eine digitale Geschichte?
04. Wie kann eine digitale Geschichte geplant und strukturiert werden, um den Bedürfnissen des Publikums gerecht zu werden?
05. Nennen Sie Gestaltungselemente, die zur Verbesserung der Klarheit und Wirkung einer digitalen Geschichte beitragen.
06. Wie kann eine digitale Geschichte gezielt vorbereitet und überarbeitet werden, um maximale Wirkung zu erzielen?



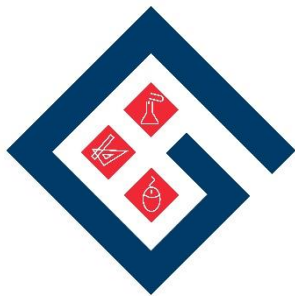
AdM
ArchiviodellaMemoria



Agrupamento de Escolas
Marinhas do Sal
Rio Maior



European
Learning
Centre



Istituto di Istruzione Superiore
Michele Giua Cagliari



Co-funded by
the European Union

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die des Autors/der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können für sie verantwortlich gemacht werden.