AG Gamification &
Serious-Games

HessenHub
Netzwerk digitale Hochschullehre Hessen

Von Gamification bis Serious-Games

Begrifflichkeiten und wissenschaftlicher Hintergrund

Storytelling

GAMEBASE for LEARNING

WAS VERSTEHT MAN UNTER *STORYTELLING*?

Autorin: Nina Christ

Kurzdefinition

Storytelling, die Kunst des Geschichtenerzählens, ist seit jeher ein zentrales Element menschlicher Kultur und Kommunikation (vgl. Zwanziger 2024). In Bildungsprozessen nimmt Storytelling eine besondere Rolle ein, da es die Vermittlung von Wissen und Werten auf eine Weise ermöglicht, die sowohl einprägsam als auch emotional ansprechend ist (vgl. Römer 2024).

Im Kontext der Hochschullehre gewinnt Storytelling zunehmend an Bedeutung. Diese didaktische Methode nutzt das Erzählen von Geschichten, um komplexe Inhalte verständlich zu vermitteln und die Lernmotivation zu steigern.

Storytelling ist mehr als nur das Erzählen von Geschichten; es ist ein pädagogisches Werkzeug, das Lernende in die Lage versetzt, Informationen und Konzepte auf eine tiefere, persönlichere Ebene zu integrieren. Durch narrative Strukturen werden abstrakte und komplexe Inhalte greifbar gemacht, was zu einem besseren Verständnis und einer höheren Behaltensleistung führt. Geschichten fördern die Vorstellungskraft und Kreativität und ermöglichen es Lernenden, Verbindungen zwischen dem Lernstoff und ihren eigenen Erfahrungen herzustellen. Frenzel et al. definieren Storytelling wie folgt:
„Storytelling heißt Geschichten gezielt, bewusst und gekonnt einzusetzen, um wichtige Inhalte besser verständlich zu machen, um das Lernen und Mitdenken der Zuhörer nachhaltig zu unterstützen, um Ideen zu streuen, geistige Beteiligung zu fördern und damit der Kommunikation eine neue Qualität hinzuzufügen“.

Angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und den damit verbundenen neuen Lehr- und Lernformen stellt sich die Frage, wie Storytelling effektiv in die Hochschullehre integriert werden kann. Im Bildungsbereich oder konkret in der Lehre kann Storytelling auf vielfältige Weise eingesetzt werden.

Storytelling in der Lehre dient nicht nur der Wissensvermittlung, sondern auch der Förderung von Schlüsselkompetenzen wie kritischem Denken, Problemlösungsfähigkeiten und Empathie (vgl. Römer 2024). Lehrende können Storytelling nutzen, um komplexe Themen zu veranschaulichen, indem sie Lerninhalte in Geschichten einbetten und so selbst anspruchsvolle Sachverhalte zugänglicher machen (vgl. ebd.). Zudem steigert eine fesselnde Geschichte die Motivation der Lernenden, indem sie deren Interesse weckt und die Aufmerksamkeit aufrechterhält. Darüber hinaus kann Storytelling als Ausgangspunkt für Diskussionen dienen und die kritische Auseinandersetzung mit verschiedenen Themen fördern. Schließlich ermöglicht Storytelling die Integration von Diversität, indem unterschiedliche Perspektiven und Kulturen eingebracht werden, was zur Stärkung der sozialen Kompetenz beiträgt.

Die fünf Erfolgsbausteine des Storytellings

Die fünf Erfolgsbausteine des Storytellings umfassen essentielle Elemente, die eine Geschichte wirkungsvoll und einprägsam machen (vgl. Brehmer & Becker 2017). Zunächst benötigt jede Erzählung einen klaren Zweck. Dies gibt der Geschichte Richtung und Bedeutung. Zentral für eine gute Geschichte ist zudem die Hauptfigur. Sympathische Hauptcharaktere ziehen die Zielgruppe an. Durch Identifikation mit einem Charakter kann das Interesse der Lernenden geweckt werden. Durch eine Figur kann einfacher eine neue Perspektive eingenommen werden, die Verständnis und kritisches Denken fördern kann (vgl. Römer 2024). Ein weiteres, unverzichtbares Element ist der Konflikt. Spannung wird durch Konflikte erzeugt, wobei auch kurze und prägnante Konflikte effektiv sein können. Darüber hinaus spielen Emotionen und Bilder eine wichtige Rolle. Geschichten sollten Emotionen wecken und sowohl durch visuelle als auch sprachliche Anreize Neugier und Spannung erzeugen. Schließlich ist die Weiterverbreitung von entscheidender Bedeutung für den Erfolg einer Geschichte. Erfolgreiche Geschichten werden sowohl im direkten Gespräch als auch online geteilt und weitererzählt, was zur Steigerung ihrer Reichweite und Wirkung beiträgt.

Planung von Storytelling

Beim Storytelling ist es entscheidend, zunächst die Botschaft zu klären und die Ziel- sowie Kernbotschaft der Geschichte klar zu definieren. Dies gibt der Erzählung eine klare Richtung und ermöglicht es, die gewünschten Informationen präzise zu vermitteln. Authentizität spielt dabei eine zentrale Rolle: Die Geschichte muss zur erzählenden Person oder Institution passen, um glaubwürdig und vertrauenswürdig zu wirken. Im Hochschulkontext kann dies bedeuten, dass eine Geschichte in einen Kontext eingebunden wird, welcher beispielsweise für das spätere Berufsleben der Lernenden von hoher Relevanz ist.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Einbauen von Emotionen. Indem man persönliche Ängste und Sorgen teilt, schafft man eine emotionale Identifikation und Nähe zur Zielgruppe. Dies fördert das Vertrauen und macht die Geschichte nachvollziehbar und menschlich. Zudem sollten Geschichten sowohl emotional als auch kognitiv ansprechend sein: Sie sollen Emotionen wecken und gleichzeitig Denkanstöße geben, um nachhaltig in Erinnerung zu bleiben. Geschichten mit Emotionen werden besser gemerkt, da die Einbettung in narrative Strukturen eine stärkere Wirkung erzielen als reine Fakten (vgl. Zwanziger 2024).

Ebenso wesentlich ist es, die Zuhörenden bzw. die Zielgruppe gut zu kennen und entsprechende Darstellungsformen zu wählen (vgl. Erhardt, Gausling, Böhm-Kasper 2023). In diesem Zusammenhang ist es wichtig, die Erwartungen des Publikums zu erfüllen oder sogar zu übertreffen. Dies steigert die Zufriedenheit und fördert die Bereitschaft, der Geschichte zu folgen und sie weiterzuverbreiten.

Zuletzt ist die Interaktivität ein wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Storytellings. Indem man die Lernenden aktiv einbindet, durch Fragen, Diskussionen oder andere interaktive Elemente, wird die Identifikation und das Engagement der Zuhörenden weiter gefördert. Daraus entsteht eine stärkere Verbindung zur Geschichte und letztlich zur erzählenden Person oder Institution.

Die Integration von Storytelling in der Hochschullehre kann auf verschiedenen Ebenen erfolgen:

1. **Vorlesungen und Seminare**: Lehrende können Geschichten nutzen, um theoretische Konzepte zu veranschaulichen. Beispielsweise können historische Ereignisse oder Fallstudien in Form von narrativen Erzählungen präsentiert werden, um den Stoff lebendiger zu gestalten.
2. **Projektarbeit**: Studierende können eigene Geschichten entwickeln, die mit den Studieninhalten in Verbindung stehen. Diese Methode fördert nicht nur kreatives Denken, sondern auch ein tieferes Verständnis des Materials.
3. **Digitale Medien**: Die Nutzung von Videos, Podcasts und anderen digitalen Formaten ermöglicht es, Geschichten auf multimediale Weise zu erzählen. Dies kann besonders in Online-Kursen oder Blended-Learning-Umgebungen von Vorteil sein.

Herausforderungen

Trotz der vielen Vorteile gibt es auch Herausforderungen bei der Implementierung von Storytelling in der Hochschullehre. Eine der größten Herausforderungen ist der Zeitaufwand, da die Vorbereitung und Integration von Geschichten zusätzliche Zeit und Mühe erfordern. Darüber hinaus stellt die Qualität der Geschichten eine weitere Hürde dar. Nicht jede Geschichte eignet sich zur Vermittlung bestimmter Inhalte, weshalb eine sorgfältige Auswahl und Anpassung notwendig ist. Schließlich muss auch die Diversität der Studierenden berücksichtigt werden. Geschichten sollten so gestaltet werden, dass sie für eine diverse Studierendenschaft zugänglich und relevant sind.

Digital Storytelling

Mit dem Aufkommen digitaler Medien hat sich auch das Storytelling weiterentwickelt. Digitales Storytelling kombiniert traditionelle Erzähltechniken mit modernen Technologien, um multimediale Lernerfahrungen zu schaffen (vgl. Otto 2020). Durch die Integration von Bildern, Ton und Video wird das Erzählte lebendig und interaktiv. Digitales Storytelling eröffnet neue Möglichkeiten für kollaboratives Lernen und kann die Medienkompetenz der Lernenden fördern. Während digitales Storytelling in Deutschland eher selten in der Lehrpraxis zum Einsatz kommt, ist es im internationalen Kontext eine durchaus verbreitete pädagogische Praxis (vgl. ebd.).

Digital Storytelling ist aus lerntheoretischer Perspektive konstruktivistischen Ansätzen zuzuordnen, bei denen das Individuum als aktiver Ausgangspunkt der Wissenskonstruktion betrachtet wird (vgl. Otto 2020). Digital Storytelling erscheint daher besonders geeignet für problemorientiertes Lernen. Dabei werden Studierende mit einer Problemstellung konfrontiert, die sie durch verschiedene Strategien lösen. Die Studierenden agieren konstruierend, kollaborativ und möglichst

selbstgesteuert (vgl. ebd.).

Um Digital Storytelling in die eigene Lehre implementieren zu können, gibt es zahlreiche Ansätze, die darlegen, welche Planungsschritte durchlaufen werden müssen. Otto (2020) erwähnt in seiner Publikation sechs elementare Planungsschritte und berücksichtigt hierbei die Entwicklung einer ersten Idee, der genauen Recherche, das Erstellen eines Drehbuchs und Storyboards, das Sammeln und Anfertigen der Materialien, das eigentliche Erstellen einer digitalen Geschichte sowie die Ergebnispräsentation mit Feedbackschleife. Ein weiteres sehr anschauliches Planungskonzept bietet Morra (2013) und nennt hierbei acht Planungsstufen.

Stand: 15.07.2024

Quellen

Brehmer J. & Becker, S. (2017). „Storytelling"… die ursprünglichste Form der Wissensvermittlung. Online abrufbar unter: https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/0952de622746c494217a0eff248a78c6.pdf/02_Storytelling.pdf (letzter Aufruf: 19.06.24).

Erhardt, Y., Gausling, P., & Böhm-Kasper, O. (2023). Storytelling bei der Vermittlung von Data Literacy in der Hochschullehre. In L. Mrohs et al. (Hrsg.), Digitale Kulturen der Lehre entwickeln, Perspektiven der Hochschuldidaktik (https://doi.org/10.1007/978-3-658-43379-6_16).

Frenzel, K., Müller, M. & Sottong, H. (2006). Storytelling. Das Praxisbuch. München/Wien: Hanser Verlag.

Morra, S. (2013). 8 Steps To Great Digital Storytelling. Online aufrufbar unter: https://samanthamorra.com/2013/06/05/edudemic-article-on-digital-storytelling/ (letzter Aufruf am 19.06.24).

Otto, Daniel. (2020). Hochschullehre und Digitalisierung: Digital Storytelling als Lehr- Lernmethode für Kompetenzen in der digitalen Welt. 10.5771/9783748906247-135.

Römer, S. (2024): Von der Höhle bis in den Cyberspace: Mit Storytelling Wissen festigen. Online aufrufbar unter: https://zfw.rub.de/von-der-hoehle-bis-in-den-cyberspace-mit-storytelling-wissen-festigen/ (letzter Aufruf am 19.06.24).

Zwanziger, K. (2024). Storytelling: Erfolgreiche Integration von Präsenz- und virtuellem Unterricht durch innovative Unterrichtsmethoden in der Hochschulbildung. R&E-SOURCE, 11(1), 49–61. https://doi.org/10.53349/resource.2024.i1.a1227.

AG Gamification & Serious-Games

HessenHub
Netzwerk digitale Hochschullehre Hessen

Impressum

HMWK-Projekt HessenHub
AG Gamification und Serious Games
https://www.hessenhub.de/netzwerk-und-news/gamification/
Kontakt: julia.geissler@hs-rm.de

Das Dokument ist veröffentlich unter CC-Lizenz:
CC BY-NC-ND 2.0 DE