



Onlinematerialien zu den Karten



Barbara Messer

75 Bildkarten Storytelling

Impulse, Türöffner, Positionierung

Mit 32-seitigem Booklet und Downloadmaterial

GTIN-Code 4019172300074

E-Book 978-3-407-36723-5

© Beltz Verlag 2019, Weinheim und Basel

www.beltz.de

Übersicht über die Storytellingmethoden

| Karten-nummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|---------------|---|--|
| 1 | <p>Geschichte in fünf Sätzen</p> <p>Einzelpersonen oder kleine Gruppen erzählen eine Geschichte, die aus fünf Sätzen besteht.</p> | Training, Coaching |
| 2 | <p>Und doch ein Happy End</p> <p>Eine persönliche Geschichte wird ausgewählt und dann mit einem anderen Abschluss versehen, damit es zu einem Happy End kommt. Anschließend wird darüber reflektiert, was diese Person anders gemacht hat, damit die Geschichte gut ausgeht.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, Geschichten/Lehrgeschichten |
| 3 | <p>Wenn du neue Geschichten erzählen möchtest, dann tue neue Dinge!</p> <p>Wer für sich selbst, in der Biografiearbeit oder in Vorträgen Geschichten erzählen möchte, die etwas verdeutlichen, dann kann es gut sein, neue Dinge auszuprobieren. Eine Bildkarte wird gezogen oder bewusst ausgewählt. Mithilfe des Fotos wird eine Geschichte erzählt, über das, was ausprobiert werden soll. Oder es wird eine Geschichte erzählt, in der etwas wirklich Neues ausprobiert worden ist, beziehungsweise wo das Vorhaben entstanden ist, dass etwas Neues ausprobiert wird.</p> | Coaching, persönliche Geschichten |
| 4 | <p>Geschichten, die das Leben schreibt</p> <p>Eine Karte wird ausgewählt, die an eine persönliche Geschichte erinnert. Dabei können eine oder mehrere Aspekte eine Rolle spielen. Der Auftrag lautet: »Finde einen Weg, dass diese Geschichte zu einer kraftvollen Erinnerung wird.«</p> | Coaching, persönliche Geschichten, kreatives Schreiben |
| 5 | <p>Am Tisch</p> <p>Eine kleine Gruppe sitzt am Tisch. Jeder bekommt ein Blatt Papier und etwas zu schreiben. Am Kopfende des Tisches sitzt der Trainer oder »niemand«, wenn die Übung allein durchgeführt wird. Jeder nimmt sich eine Karte aus dem Kartenset und schreibt dazu eine Geschichte. Oder der Anfang der jeweiligen Geschichten lautet »Am Tisch« ...</p> | Training, kreatives Schreiben |
| 6 | <p>Der Nachruf</p> <p>Eine Karte wird ausgewählt, die einen Impuls für den eigenen Nachruf gibt. Dieser wird aufnotiert. Er kann so etwas wie eine Grabrede werden oder ein schriftlicher Nachruf, der in Medien erscheint. Der Nachruf steht für eine realisierte Zielvision – das, was wir jetzt planen und uns vornehmen, kann zur Realität werden.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Positionierung und Marketing, kreatives Schreiben |
| 7 | <p>Die Rezension</p> <p>Eine Karte wird ausgewählt, die für eine bestimmte Stimmung oder einen Impuls steht. Nun wird eine 5-Sterne-Rezension eines absolut begeisternden Rezensenten für das Buch geschrieben, welches geschrieben werden soll.</p> <p>Für das Marketing kann eine begeisterte Produktbeurteilung von einem Kunden geschrieben werden.</p> | Kreatives Schreiben, Positionierung und Marketing |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|--|---|
| 8 | <p>Da war doch was!</p> <p>Überall im Alltag lassen sich Anfänge von Geschichten finden. Diese können als Anfang oder Ende bei einem Vortrag oder einer Präsentation genutzt werden. Oder sie unterstützen beim kreativen Schreiben. Eine Karte wird ausgewählt und mithilfe der Abbildung eine Geschichte erzählt.</p> | Training, Präsentationen, kreatives Schreiben |
| 9 | <p>Schritte durch den Vortrag</p> <p>Ein lebendiger Vortrag lebt von Beispielen und Erzählungen. Mithilfe dieser Methode können passende Geschichten für einen Vortrag zusammengestellt werden, indem für jede Geschichte oder persönliche Story eine Bildkarte gewählt wird. So lässt sich durch den Zusammenhang von Bildkarte und Geschichte die Dramaturgie erstellen.</p> | Präsentationen, Training, Coaching |
| 10 | <p>Mit allen Sinnen</p> <p>Im Coaching kann der Klient eine Bildkarte wählen, die zu seiner Geschichte passt. Er erhält den Auftrag: »Schildere deine Geschichte mit allen Sinnen, schmücke die einzelnen Aspekte sinnlich aus.« Bei einer Präsentation können sinnliche Eindrücke einer Story oder Situation ganz präzise geschildert werden.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, Präsentationen, kreatives Schreiben |
| 11 | <p>Die Morgenseiten</p> <p>Die Morgenseiten (engl. Morning Pages) können als tägliches Ritual genutzt werden. Es handelt sich dabei um eine Art Schreibmeditation, die das kreative Schreiben fördert, aber auch den Blick auf persönliche Geschichten lenkt. Daher kann diese Übung gut im Coaching und in der individuellen persönlichen Weiterentwicklung genutzt werden.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 12 | <p>Katharina, die Große</p> <p>Das biografische Schreiben hat viele Varianten und Wirkungen. Bei »Katharina, die Große« wird die Biografie einer Persönlichkeit geschrieben, die Faszination auf die Person ausübt. Sie kann damit auch zum entscheidenden Schlüssel einer Geschichte zu einem Fachthema werden.</p> | Training, Coaching, Präsentationen, Erzählen, kreatives Schreiben, Geschichten/Lehrgeschichten |
| 13 | <p>Das Familienerbstück</p> <p>Erbstücke oder alte Gegenstände bieten eine ganz wunderbare Perspektive auf ein Thema oder das persönliche Leben. Ein solcher Gegenstand oder ein Bild davon wird ausgewählt und dann hineingespürt, was der Gegenstand zu erzählen hat.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 14 | <p>Mein Leben in zehn Kapiteln</p> <p>Bei dieser Übung wird das Leben in zehn Kapitel aufgeteilt. Die einzelnen Abschnitte kann man Revue passieren lassen. Anschließend gibt es viele Möglichkeiten, mit dem Ergebnis zu arbeiten. Ebenso können zehn Kapitel aus dem Leben einer Führungskraft zusammengestellt werden.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 15 | <p>Mal angenommen</p> <p>»Mal angenommen, Sie sind ein großer Held geworden ... Oder der bekannteste Looser der Stadt, der Bürgermeister oder ein Politiker ... – Wer wären Sie dann?«</p> <p>Diese Methode stiftet zum radikalen Perspektivenwechsel an. Die Übungen können sich auch in ein anderes Land oder eine andere Epoche »beamen«, sodass der berufliche Alltag beziehungsweise bestimmte Themen aus deren Sicht beschrieben werden können.</p> | Coaching, Training, persönliche Geschichten, Präsentationen, Positionierung und Marketing, Erzählen, kreatives Schreiben, Geschichten/Lehrgeschichten |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|---|---|
| 16 | <p>Seifenblasen</p> <p>Seifenblasen schillern bunt, und wenn wir welche sehen, wecken sie schnell Erinnerungen. Diese Methode lebt vom Assoziieren und Aufgreifen einer Erinnerung, die schnell die nächste auslöst. Die Gruppe sitzt im Kreis. Einer beginnt mit einer kleinen Geschichte. In wenigen Sätzen wird die Erinnerung erzählt, dann geht es weiter zum Nachbarn. Und so geht es in der Runde weiter.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen |
| 17 | <p>Freies Assoziieren</p> <p>Den Gedanken freien Lauf zu lassen kann sehr inspirierend und befreiend sein. Diese Methode hilft Menschen, ihre Assoziationsfähigkeit zu verbessern und sie gilt als Schatz für das Storytelling, aber sie kann auch für die Alltagssprache und Schulung der Fantasie genutzt werden. Wer gut assoziieren kann, dem fallen schnell Geschichten ein. Diese Aufgabe kann allein, mit einem Coach oder auch in Gruppen ausgeführt werden.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen |
| 18 | <p>Aus Schwächen Stärken machen</p> <p>Im Coaching oder der persönlichen Einzelarbeit wird ein gezielter Blick auf die eigenen Schwächen geworfen. Ganz im Sinne der Achillesferse, der persönlichen Verwundbarkeit, werden diese Schwächen angeschaut. Wofür waren sie bisher gut? Was lässt sich daraus lernen? Das ist der Anfang einer Erfolgsgeschichte, die wahrhaft menschlich ist.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Präsentationen, Positionierung und Marketing, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 19 | <p>Das Haustier packt aus</p> <p>Bei dieser Übung kommt das Haustier zu Wort. Daraus lassen sich tolle Ideen für Geschichten entwickeln. Auch für die Positionierung oder das Marketing für Produkte sind diese Geschichten hilfreich.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Präsentationen, Positionierung und Marketing, Erzählen, kreatives Schreiben, Geschichten/Lehrgeschichten |
| 20 | <p>Der erste Kuss</p> <p>An den ersten Kuss erinnern wir uns alle. Und ähnlich ist es mit vielen anderen Lebensereignissen. Bei dieser Übung erinnern sich die Teilnehmenden an bestimmte Situationen in Ihrem Leben und verweilen dort einen Moment, um rund um dieses Lebensereignis noch einmal ganz spezielle Facetten und Situationen herauszufinden. Dabei lässt sich herausarbeiten, was der Gewinn, die Erkenntnis aus dieser Geschichte sind.</p> | Präsentationen, persönliche Geschichten, Erzählen, kreatives Schreiben, Geschichten/Lehrgeschichten |
| 21 | <p>Wenn du ein Auto wärst</p> <p>Wenn Klienten, Teilnehmende oder Einzelpersonen an ihrer Positionierung arbeiten, dann können sie sich fragen, welches Auto sie wären. Anhand dieser Vorstellung nähern sie sich Schritt für Schritt an ihre persönlichen Attribute heran. Im nächsten Schritt werden die Antworten auf die Person als »Marke« übertragen: Was können Sie daraus für Ableitungen, Erkenntnisse und Attribute ziehen?</p> | Coaching, Training, Positionierung und Marketing, persönliche Geschichten |
| 22 | <p>Herr Meyer (oder Frau Meyer)</p> <p>In dieser Übung wird mithilfe von Storytelling der idealtypische Vertreter (beziehungsweise Vertreterin) der Zielgruppe (Wunschkunde) herausgearbeitet und seine Bedürfnisse auf den Punkt gebracht.</p> | Training, Positionierung und Marketing |
| 23 | <p>Erfolgsgeschichten</p> <p>Die persönlichen Erfolge werden hervorgehoben und resümiert. Dabei ist es wichtig, zunächst Erfolg zu definieren und die Geschichte zu erzählen, wie es zu dem Erfolg kam.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Positionierung und Marketing |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|--|--|
| 24 | <p>Name und Gegenstand</p> <p>Die Teilnehmenden gehen in Gruppen von drei bis fünf Personen zusammen. Jede Gruppe erhält einen Gegenstand und einen Zettel mit einem Vor- und Nachnamen. Mit dem Satz »Es war einmal« beginnt die erste Person, die dabei den Gegenstand in der Hand hält, die Geschichte zu erzählen. Dann reicht sie den Gegenstand an die Nachbarin weiter, die die Geschichte weitererzählt. So geht es von Person zu Person. Der besondere Effekt dieser Methode liegt darin, dass die meisten bereits eine Idee im Kopf haben, wie die Geschichte weitergehen könnte, doch dann setzt der Vorgänger einen vollkommen anderen Akzent. Ein wertvoller Impuls für Gruppen.</p> | Training, Erzählen |
| 25 | <p>Einmal Ortswechsel bitte</p> <p>Eine starke, eindrückliche, persönliche Geschichte wird ausgewählt, doch diese findet nun an einem komplett anderen Ort statt. Die neuen Orte können ganz unterschiedliche Räume sein: ein Hotel, eine Geisterbahn, eine Schule, ein anderes Land, ein anderer Kontinent oder auch ein anderer Planet ...</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Präsentationen, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 26 | <p>Schlüpf in andere Schuhe</p> <p>Bei dieser Methode geht es darum, sich in die Schuhe einer Spielfigur hineinzubegeben. Mittels einer Requisite und/oder eines Kostümteils schlüpfen die Teilnehmenden in eine andere Rolle und sprechen aus deren Sicht zum gewählten Thema.</p> | Präsentationen, Training |
| 27 | <p>Heimat</p> <p>Heimat ist meist der Ort, aus dem wir stammen. Mit dem Stichwort Heimat verbinden die meisten Menschen Geschichten, und zwar sehr persönliche. Die Klienten oder Teilnehmenden reisen gedanklich in ihre Heimat. Assoziationen und Sinneseindrücke werden geschildert. So lässt sich die Botschaft einer Geschichte herausfiltern.</p> | Training, Coaching, Präsentationen, Erzählen, persönliche Geschichten |
| 28 | <p>Und das ist eine meiner Geschichten</p> <p>Die Teilnehmenden stellen sich in Kleingruppen von je drei bis fünf Personen mit einer persönlichen Geschichte vor.</p> | |
| 29 | <p>Liebes Tagebuch</p> <p>Diese Methode ist sehr wirksam und nachhaltig. Sie kann unglaublich vielseitig zum Einsatz kommen. Der Trainer schreibt öffentlich einen Tagebucheintrag und liest ihn beim Schreiben laut vor. In diesen Tagebucheintrag können sehr viele Botschaften eingewoben werden. Anschließend haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, einen eigenen Tagebucheintrag zu schreiben.</p> | Training, Coaching, Präsentationen |
| 30 | <p>Der Brief I</p> <p>Trotz E-Mails, Handy und Messengerdiensten haben Briefe, also nicht offizielle Amtsbriefe, meist einen hohen Stellenwert. Sie sind persönlich. Und genau darum geht es in dieser Methode. Gerade im Coaching geht es oft um das Klären von Beziehungen. So kann das Briefeschreiben, neben einem Gespräch oder Anruf eine wertvolle Maßnahme sein.</p> | Coaching |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|--|---|
| 31 | <p>Der Brief II</p> <p>Ein Brief kann auch als wertvoller Mind-Opener in einem Meeting, einer Präsentation oder einem Vortrag eingesetzt werden. Jeder der Teilnehmenden überlegt sich, wer etwas Prägnantes, Witziges, Beispielhaftes, Entscheidendes zum gewählten Thema sagen könnte. Aus der Sicht dieser Person wird ein Brief entworfen. Um beim Vortrag oder bei der Präsentation die andere Person zu verdeutlichen, kann man zum Beispiel einen Hut aufsetzen, sich ein Cape um die Schultern werfen – je nachdem, welche Rolle dargestellt werden soll. Ebenso kann sich der Trainer einen »gefakten« Brief auswählen, den er oder sie vorliest.</p> | Training, Präsentationen |
| 32 | <p>Das Blitzlicht</p> <p>Das Blitzlicht wird vielfach eingesetzt: Die aktuelle Stimmung wird erfasst und beschrieben, die Teilnehmenden äußern sich zu ihrer Befindlichkeit oder ihren Eindrücken. Die Bildkarten geben Impulse und Anregungen. Der Trainer legt die Karten zum Beispiel im Kreis auf den Boden. Die Teilnehmenden wählen sich eine Karte aus, die zu ihrer Stimmung am besten passt. Wenn alle Teilnehmenden ihre Karte ausgewählt haben, beginnen sie in beliebiger Reihe mittels der gewählten Karte ihre Geschichte oder Eindrücke zu schildern. Im Coaching kann eine Bildkarte ausgesucht werden, die der persönlichen Erkenntnis am besten entspricht.</p> | Coaching, Training |
| 33 | <p>An die Wand gepinnt</p> <p>Präsentationen leben von visuellen Bildern und Eindrücken. Zum Thema passende Bildkarten werden auf einem Flipchart angebracht. Dazu werden Wörter, Sätze und/oder Botschaften notiert oder bildlich dargestellt.</p> | Training, Präsentationen |
| 34 | <p>Es war einmal und wurde anders</p> <p>Mit dem bekannten »Es war einmal« beginnen viele Märchen. Genauso startet diese Storytellingmethode unter Zuhilfenahme eines bekannten Märchens. Aber: Dann wird es anders - das Ende der Geschichte wandelt sich. Die Teilnehmenden gehen zu zweit oder dritt in Kleingruppen zusammen. Sie bekommen ein bekanntes Märchen als Vorgabe oder sie wählen eines aus, mit dem sie arbeiten möchten. Dem Märchen soll dann im Verlauf eine andere Wendung gegeben werden.</p> | Training, Coaching, Präsentationen |
| 35 | <p>Zu zweit</p> <p>Zwei Personen schreiben quasi gemeinsam eine Geschichte. Beide legen die Schritte beziehungsweise Meilensteine der Geschichte fest, schreiben dann aber jeweils aus dem eigenen Blickwinkel.</p> | Training, Coaching, kreatives Schreiben |
| 36 | <p>Das Konzerthaus in Bristol</p> <p>Geschichten von Unternehmen, die sich gerade in einer Krise befinden, werden neu geschrieben. Beispielsweise leidet das Konzerthaus in Bristol an Besuchermangel. Nun erarbeiten die Teilnehmenden in Kleingruppen, wie die Attraktivität gesteigert wurde. Sie gehen also von der Erfolgsgeschichte aus. Steht die Lösung, wird im nächsten Schritt der Weg vom Problem zum Erfolg erarbeitet. Der Trainer oder die Trainerin wählt zuvor entsprechende Unternehmensgeschichten aus, die später verteilt werden.</p> | Training |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|---|---|
| 37 | <p>Zu einer anderen Zeit</p> <p>Diese Methode ist eine Einladung zum Genrewechsel. Das Thema wird mit den bekannten Fakten in einen ganz anderen Kontext gestellt: Es wird eine Zeit in der Vergangenheit oder Zukunft gewählt und es kann auch ein Ortswechsel stattfinden.</p> | Training, Präsentationen |
| 38 | <p>Damals in Griechenland</p> <p>Die Methode knüpft an mögliche Verbindungen zwischen Menschen an und schafft damit gleich zu Beginn eines Seminars Momente der Verbundenheit. Jeweils zwei Teilnehmende suchen gemeinsam ganz intensiv nach möglichen Orten oder Ereignissen, an oder zu denen sie sich hätten begegnen können. Sofern sie keine wirkliche Begegnungsoptionen finden können, »mogeln« sie ein bisschen und entwickeln eine fiktive Begegnung. Diese reichern sie mit weiteren Erinnerungen an, die meist auf der Basis von Lebenswerten erzählt und geteilt werden.</p> | Training, persönliche Geschichten |
| 39 | <p>Die Übereifrigen</p> <p>Diese Storytellingmethode bedient sich der Übertreibung und Persiflage. Ein Sachverhalt oder ein Thema werden stark übertrieben vorgestellt.</p> | Training, Präsentationen |
| 40 | <p>Weit, weit weg</p> <p>Der Fokus liegt bei dieser Methode darauf, in einer kleinen Szene die Essenz des jeweiligen Trainings herauszuarbeiten, um so den Transfer in den Alltag besser zu schaffen. Doch bedient sich diese Methode diverser Genres, die dem tatsächlichen Alltag weit entfernt sind.</p> | Training |
| 41 | <p>Die Schlagzeile</p> <p>Das Seminar wird in Form einer Überschrift auf den Punkt gebracht. Die Methode lässt sich gut zur Seminauswertung anstelle von Feedbackbögen nutzen. Mithilfe vorbereiteter Papiervorlagen, die Platz lassen für eine Schlagzeile, entwickeln die Teilnehmenden in Kleingruppen in wenigen Minuten eine Schlagzeile, die das erlebte Seminar wiedergibt. Diese Schlagzeilen werden an eine Pinnwand geheftet, vorgelesen und eine kurze Anmerkung dazu gemacht.</p> | Training, Positionierung und Marketing |
| 42 | <p>Der Anruf</p> <p>Während des Seminalgeschehens ruft der Trainer (gefakt) jemanden an und spricht laut mit ihm. Er wählt eine geeignete Botschaft aus, die er mittels der Methode »Der Anruf« transportieren möchte. Nun wird der passende Moment überlegt, geplant und dessen Inszenierung festgelegt.</p> | Training |
| 43 | <p>Wofür es gut ist</p> <p>Es gibt mehrere Möglichkeiten, die Kraft und Erkenntnis aus persönlichen Ereignissen herauszuarbeiten. Zentral sind dabei immer Fragen wie: »Wofür war das gut?« Oder: »Was kann ich daraus lernen?« Im Training eingesetzt erzählt jeder in einer Kleingruppe eine persönliche Geschichte aus seinem Leben, die schwierig war und vielleicht noch ist. Die anderen hören zu und nach jeder Geschichte sammeln sie, was darin Positives zu entdecken war und was es zu lernen gibt. Die erzählende Person hört lediglich ruhig zu.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, kreatives Schreiben, Geschichten/Lehrgeschichten |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|---|--|
| 44 | <p>Die Flaschenpost</p> <p>Das Bild einer Flaschenpost, die am Strand liegt, löst meist viele Assoziationen aus. In jedem Fall scheint sich eine Geschichte anzubahnen. Bei dieser Methode ist es so, dass in den Flaschen ausgewählte Geschichten liegen, die zum Seminarthema passen.</p> | Training |
| 45 | <p>Die TV-Show</p> <p>Die TV-Show bietet sich für viele Formate und Themen an. Sie funktioniert ganz einfach: Ein Thema wird in einem passenden Sendeformat aufbereitet und präsentiert.</p> | Training, Präsentationen |
| 46 | <p>Das geheime Paket</p> <p>Dieses Storytellingformat bringt neue Gedankengänge in eine Geschichte. Bei Bedarf können Storys entwickelt werden, die stellvertretend für die Arbeit mit Tabus verwendet werden können. In der erzählten Geschichte muss ein geheimes Paket vorkommen, dessen Inhalt aber nicht ausdrücklich erwähnt wird. Es darf über das Paket gesprochen und geschrieben werden, doch es wird nicht aufgelöst, was es enthält.</p> | Training, Coaching, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 47 | <p>Ohne sie</p> <p>Ohne sie könnte auch heißen ohne ihn oder es. Wie ist die eigene Welt, wenn sie oder er oder es fehlt und nicht mehr da ist? Die Teilnehmenden schreiben einen Text zum Titel »Ohne sie«. Sie schreiben einfach drauflos. Anschließend erzählt jeder seine Geschichte. Welche Story ist dazu in den Sinn gekommen? Ohne sie kann nämlich auch heißen: ohne die wärmenden Handschuhe ..., ohne die nervige Mathelehrerin ... Ebenso kann es heißen: mit ihr/ihm/es ...</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen, kreatives Schreiben |
| 48 | <p>Weg damit</p> <p>Mit diesem Format können Einzelpersonen oder Teams arbeiten und etwas, das sie loswerden wollen, hinter sich lassen. Zu dem, was man loswerden möchte, wird eine Geschichte erzählt und die Essenz auf einen Zettel geschrieben, der anschließend »entsorgt« wird.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten |
| 49 | <p>Reiche Ernte</p> <p>Der Coachee oder die Teilnehmenden im Training schreiben auf ein Blatt Papier, welche Erntefrüchte sie in ihrem Leben (oder Arbeitsleben) entdecken können. Im nächsten Schritt kann das Notierte mit einer zusätzlichen Beschreibung ausgeschmückt und mit einer Geschichte um das ganze Drumherum bereichert werden.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Positionierung und Marketing |
| 50 | <p>Der schönste Tag im Leben</p> <p>Viele haben ihn sicher gleich präsent: diesen schönsten Tag im Leben. Es können auch mehrere sein. Zunächst beginnt man damit, die Erinnerungen zu aktivieren. Alle Eindrücke werden in Stichworten festgehalten. Dann können diese vertieft und ausgeschmückt werden.</p> | Training, Coaching, persönliche Geschichten, Positionierung und Marketing, kreatives Schreiben |
| 51 | <p>Der Preis</p> <p>Die Teilnehmenden überlegen zunächst, für welchen Preis sie sich mit einem ihrer Produkte oder einer ihrer Dienstleistungen bewerben möchten. Dann machen sie sich Gedanken über die Bewerbung. Und schlussendlich wird die Begründung der Jury formuliert.</p> | Training, Positionierung und Marketing |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|--|--|
| 52 | <p>Die Zukunftskonferenz</p> <p>Drei bis fünf Visionäre aus der Großgruppe ziehen sich zurück und entwickeln eine Zukunftsidee unter bestimmten Vorgaben, die mit der konkreten Ausgangslage des Unternehmens zu tun haben. Eine andere Gruppe von drei bis vier Personen finden sich als Presse zusammen. Diese formulieren Fragen aus Sicht einer Zeitschrift. Alle übrigen Teilnehmenden richten den Raum für die Preisverleihung her. Ein Moderator wird ausgewählt. Dann wird die Konferenz eröffnet. Die Gruppe stellt ihr Konzept vor, Presse und der Moderator fragen. So entsteht schnell eine lebendige Atmosphäre.</p> | Training |
| 53 | <p>Im Zug</p> <p>Im Zug kommt relativ einfach mit fremden Menschen ins Gespräch und kann dadurch viele Geschichten kennenlernen. Die gehörten Geschichten von den anderen Mitreisenden können in abgewandelter Form für Vorträge und Präsentationen oder andere persönliche Geschichten genutzt werden.</p> | Coaching, persönliche Story, kreatives Schreiben |
| 54 | <p>Weiter an den Nachbarn</p> <p>Kleingruppen à fünf Teilnehmende sitzen jeweils an einem Tisch zusammen, um gemeinsam an der Geschichte zu schreiben. Einer der Teilnehmenden beginnt und schreibt auf ein Blatt Papier den ersten Satz. Danach gibt er das Papier an seine Nachbarin weiter. Diese notiert den nächsten Satz und gibt das Blatt weiter. Der Letzte in der Gruppe entscheidet, ob die Geschichte nach einer Runde fertig ist oder ob noch eine zweite Runde stattfinden soll.</p> | Training, kreatives Schreiben |
| 55 | <p>Ab in die Fußgängerzone</p> <p>Welche Geschichte erzählen wir, ohne es zu merken, und wie wirken wir auf andere? – Darum geht es bei dieser Methode. Von Fremden wird ein Feedback über die eigene Ausstrahlung eingeholt.</p> | Training, Positionierung und Marketing |
| 56 | <p>Die Achillesferse</p> <p>Bei diesem Storytellingformat entwickelt jeder eine sehr persönliche Geschichte, mit der er andere Menschen im Vortrag oder einer Präsentation berühren möchte. Durch die sehr persönliche Seite der Darstellung können sich die Zuschauer stark mit der Person identifizieren, denn sie ist Mensch und Experte zugleich. Gerade dann, wenn die Verletzung überwunden wurde, lassen sich gute Geschichten erzählen, die für andere Menschen einen Mehrwert haben.</p> | Coaching, persönliche Story, Präsentationen, kreatives Schreiben |
| 57 | <p>Die Satire</p> <p>Ein Thema lässt sich stärken, wenn man genau das Gegenteil darstellt – dann bleibt am Ende das Wichtigste, der Extrakt, ganz deutlich im Raum stehen. Dazu gehört ein ausgeprägtes Um-die-Ecke-Denken, das aber starke Eindrücke hinterlässt. So wird bei dieser Methode das Thema im satirischen Sinne verzerrt.</p> | Training, Präsentationen, persönliche Geschichten |
| 58 | <p>Science-Fiction</p> <p>Das Thema wandert in die Zukunft! Bei dieser Storytellingmethode wird aus dem jeweiligen Thema eine Science-Fiction-Geschichte kreiert.</p> | Training, Präsentationen, persönliche Geschichten, Positionierung und Marketing, kreatives Schreiben |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|---|--|
| 59 | <p>Der Held meiner Kindheit</p> <p>Als Kinder hatten wir Helden, die wir liebten, die uns in schlaflosen Nächten oder bei Angst beruhigten und die uns auch ein Vorbild waren. Manche dieser Kindheitshelden haben für unser Erwachsenenleben nach wie vor eine Bedeutung. Diese Methode eignet sich hervorragend für Vorstellungsrunden im Training, aber auch im Coaching.</p> | Training, Coaching |
| 60 | <p>Das Geheimnis</p> <p>In Form einer persönlichen Reflexion werden eigene Geheimnisse im Leben gesichtet, herausgefunden und dann im nächsten Schritt bearbeitet. Wenn nicht das ganze Geheimnis gelüftet werden soll, kann es eventuell verfremdet werden: Es gehört jemandem anderen.</p> | Coaching, persönliche Story, Erzählen |
| 61 | <p>Das Missgeschick</p> <p>Wir alle haben Missgeschicke in unserem Leben verursacht. Manche können als Fettnäpfchen bezeichnet werden, die wenig Negatives angerichtet haben. Andere sind vielleicht eher ein Fehler und haben jemanden verletzt. In jedem Falle aber sind sie ein starker Impuls für eine Geschichte. Aus dieser Geschichte lässt sich dann die tiefere Botschaft freilegen.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, kreatives Schreiben |
| 62 | <p>Der Grillabend</p> <p>Wir alle kennen Grillfeste, Weihnachtsfeiern in der Familie oder Geburtstagspartys, bei denen es anders läuft, als geplant. Eine Panne könnte zum Beispiel alles durcheinanderbringen. Im Nachhinein bringen uns solche Situationen zum Lachen oder auch zum Nachdenken. Ein solcher Anlass wird ausgewählt, betrachtet und neu bewertet. Was war das Besondere, das Komische oder Spezielle an diesem Fest oder Ereignis? Welche Pointe, welche Botschaft oder welcher Wert liegen darin?</p> | Coaching, Training, persönliche Geschichten, kreatives Schreiben |
| 63 | <p>Die Ratgeber</p> <p>Sich mit Ideen und Anregungen von anderen Menschen inspirieren zu lassen, ist etwas ganz Besonderes, denn wir können dadurch über den persönlichen Tellerrand hinausschauen. Das ist ganz besonders wertvoll, wenn wir Probleme haben, mit denen wir nicht allein zurechtkommen. Diese Methode arbeitet damit, dass einer oder auch mehrere Ratgeber befragt werden. Wichtig ist, sich Ratgeber zu suchen, die aus unterschiedlichen Rollen, Positionen beziehungsweise Schuhen auf das Problem schauen oder die Fragen beantworten, die sich in diesem Zusammenhang stellen.</p> | Coaching, Training |
| 64 | <p>Die Kontaktanzeige</p> <p>Vorstellungsrunden im Training werden schnell langatmig, da sind Abwechslung und knackige Formate immer gut. Die Kontaktanzeige ist eine solche Möglichkeit, jeder stellt sich mittels einer Kontaktanzeige vor. Das bringt meist eine stimmige Mischung aus »Privatem und Beruflichem«, die eine tolle Grundlage für den weiteren Austausch ist.</p> | Training |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|--|--|
| 65 | <p>Wähle zwei Steine!</p> <p>Dieses Format ist eine kleine Einladung, mit den eigenen Gedanken und Ideen zu spielen. Und es ist eine Einladung zum Meditieren. Die Teilnehmenden suchen sich einen ruhigen Platz, an dem sie in Ruhe sitzen und meditieren können. Sie wählen zwei Steine aus, die Sie in den Händen halten. Dann schließen Sie die Augen und meditieren. Sie lassen ihre Gedanken fließen und sinnieren über das, was ihnen einfällt. Die Steine dienen als Anker für die Geschichten.</p> <p>Eine solche Geschichtenmeditation kann auch dazu genutzt werden, persönliche Geschichten in Ruhe zu reflektieren, sodass sie die für verschiedene Anlässe genutzt werden können.</p> | Coaching, Training, Präsentationen, Vorträge |
| 66 | <p>Die Autopanne</p> <p>Wer ein Auto hat oder immer mal wieder mit anderen Menschen zusammen im Auto unterwegs ist, der wird sich an so manche Panne erinnern können. Wenn so etwas wie eine Autopanne passiert, sind Menschen meist sehr sensibel für die Qualität der Hilfe und die Services der Menschen, mit denen man dann zu tun hat. Die Erinnerung daran wird resümiert und Details sowie zentrale Werte herausgeschält.</p> | Coaching, Training, Präsentationen, Vorträge |
| 67 | <p>Kindergeschichten</p> <p>In unserer Kindheit haben wir viele Geschichten gehört, Märchen die uns vorgelesen wurden, Bilderbuchgeschichten, die wir liebten. Diese Geschichten schlummern immer noch in uns und wir können sie nutzen. Die Teilnehmenden werden gebeten, sich an ihre Kindheitsgeschichten zu erinnern. Zusätzlich können Märchenbücher oder Kinder- und Jugendbücher zum Einsatz kommen. Nun reflektieren Teilnehmer, welche Botschaft in der Geschichte steckt. Warum war die Geschichte damals so bedeutsam? Was können die Teilnehmer jetzt daraus ziehen?</p> | Training, Coaching, Präsentation, Vortrag |
| 68 | <p>Dankeschön</p> <p>Dankbarkeit zu empfinden macht viele Menschen glücklich und so setzt sich diese Storytellingmethode mit der Dankbarkeit auseinander. Insbesondere geht es darum, sich mithilfe einer Bildkarte an die bedeutsamen Momente und Geschichten zu erinnern, für die wir dankbar sind, in denen wir diese tiefe Dankbarkeit empfunden und erlebt haben.</p> | Coaching, Training, Präsentationen, Vorträge |
| 69 | <p>Das kleine Glück der letzten Tage</p> <p>Nicht erst durch die Positive Psychologie ist das Besinnen auf positive Gefühle und Situationen sowie die Anlässe für Dankbarkeitsmomente en vogue.</p> <p>Menschen, die regelmäßig Tagebuch schreiben, erleben Ähnliches. Mit dieser Methode kann gleich zu Beginn eines Seminars, Meetings oder Vortrags ein »richtig gutes Gefühl« geschaffen werden.</p> <p>Die Teilnehmenden werden gebeten, sich an eine Begebenheit der letzten Tage zu erinnern, die sie glücklich gemacht hat. Dann gehen sie zu zweit zusammen und erzählen sich jeweils zwei Minuten lang von dieser Situation.</p> | Coaching, Training, Präsentationen, Vorträge |

| Kartennummer | Storytellingmethode mit kurzer Beschreibung | Einsatzmöglichkeiten |
|--------------|---|--|
| 70 | <p>Die Hauptbotschaft</p> <p>Die Teilnehmenden stellen sich vor, dass sie nur noch eine Woche zu leben hätten. Sie lassen diesen Gedanken kurz zu und stellen sich vor, dass sie jetzt ein Gespräch mit ihrem Kind oder Lieblingsemenschen führen möchten. Was gibt es zu sagen? Was ist wichtig? Sie arbeiten die wichtigste Aussage beziehungsweise Kernbotschaft heraus, die sie weitergeben wollen.</p> | Coaching, persönliches Erzählen, Vortrag, Präsentation |
| 71 | <p>Die Lesung</p> <p>Die Lesung bedient sich eines feinen Stilmittels: Ein Text, eine Quelle oder ein Zitat werden vorgelesen, anstatt selbst vorzutragen. Dadurch erhöht sich die Aufmerksamkeit auf diesen Text. Wenn es sich um kompliziertere Textstücke handelt, empfiehlt es sich, diese zweimal lesen zu lassen. Anschließend kann über dieses Textstück diskutiert oder im Sinne einer Schweigeminute – oder gar anschließende Pause – still darüber reflektiert werden.</p> | Training, Präsentationen, Vorträge |
| 72 | <p>Am Feuer</p> <p>Das Lagerfeuer ist – auf die Geschichte der Menschheit geblickt – ein Ort, an dem Menschen sich aufgehalten, wo sie Sicherheit empfunden und sich Geschichten erzählt haben. Auch im Meeting oder Seminar kann man am Feuer sitzen. Wenn es keinen richtigen Feuerplatz gibt, dann reichen auch ein paar trockene Holzscheite, die in der Mitte des Raums aufgestellt werden. Die Teilnehmenden werden gebeten, sich rund um das Feuer zu setzen.</p> <p>Dort am Feuer kann nun gesungen, Geschichten vorgelesen oder erzählt werden.</p> | Training, Coaching, Präsentationen |
| 73 | <p>Die Inszenierung</p> <p>Der Gedanke, Themen zu inszenieren, stammt aus dem Theater. Das Thema bekommt einen ganz besonderen Rahmen und wird intensiv erleb- und erfahrbar aufbereitet. Diese Inszenierung findet sich zum Beispiel in der Dekoration und Einrichtung des Raums wieder oder in der Umsetzung einer Metapher.</p> | Training, Präsentationen, Vorträge |
| 74 | <p>Finde eine Metapher</p> <p>Passende Metaphern und Analogien helfen, Zusammenhänge emotional besser zu verstehen und zu verankern. Eine stimmige Metapher bringt Dinge auf den Punkt und hat meist einen längeren Nachhall, als wenn Zahlen-Daten-Fakten einfach so nackt erzählt werden. Dazu werden die Fotos auf der Bildkartenvorderseite genutzt und Aussagen dieser Bilder herausgearbeitet.</p> | Coaching, Training, Präsentationen, Vorträge |
| 75 | <p>Die Geschichte der anderen</p> <p>Jeder Mensch erlebt in seinem Leben viele Geschichten. Gerade ältere Menschen werden zu wichtigen Zeitzeugen, wenn sie etwas erzählen, was Jüngere nicht mehr kennen, da sich die Welt so schnell wandelt. Um diese Geschichten zu hören, werden bei dieser Methode (ältere) Menschen um ihre besonderen Geschichten gebeten.</p> | Coaching, persönliche Geschichten, Erzählen |