

Geschichte(n) von Freiwilligenagenturen und ihre Stärke(n) – Ergebnisse des Storytellingprozesses der bagfa

Forumsbeitrag auf der Jahrestagung 2015

Susanna Krüger und Burkhard Schaffitzel

09. November 2015

Was uns hier und heute erwartet

Vorhaben für die kommenden zwei Stunden



Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Überblick

- Wofür wir angetreten sind
- Was wir seit der letzten Jahrestagung getan haben
- Welche Erkenntnisse wir dabei gewonnen haben
- Was wir über die Arbeit mit Geschichten gelernt haben

Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

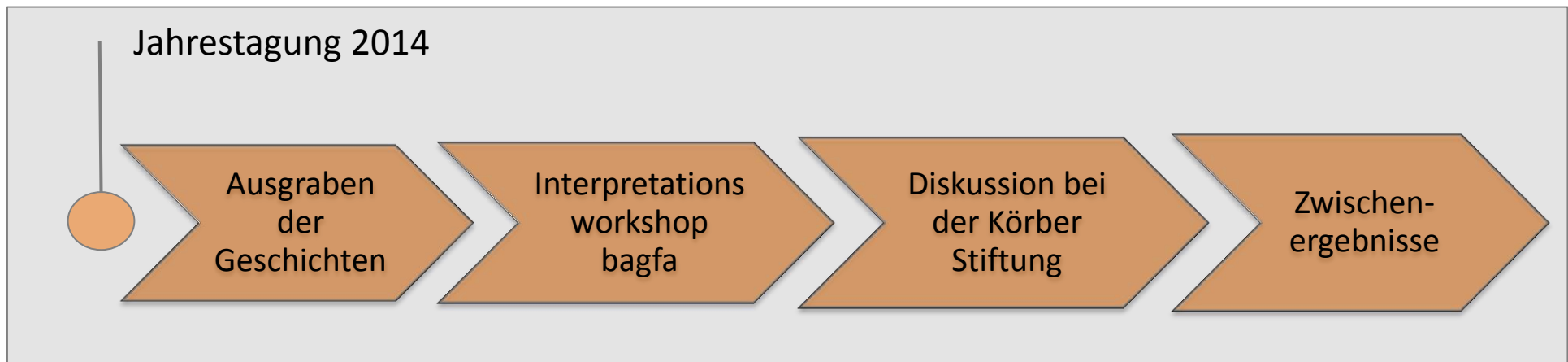
Wofür wir angetreten sind

- Nach Innen horchen
- Verbindende Motive und Bilder suchen
- Das Leitbild mit Leben füllen
- Ideen und Ansätze für Kampagnen sammeln

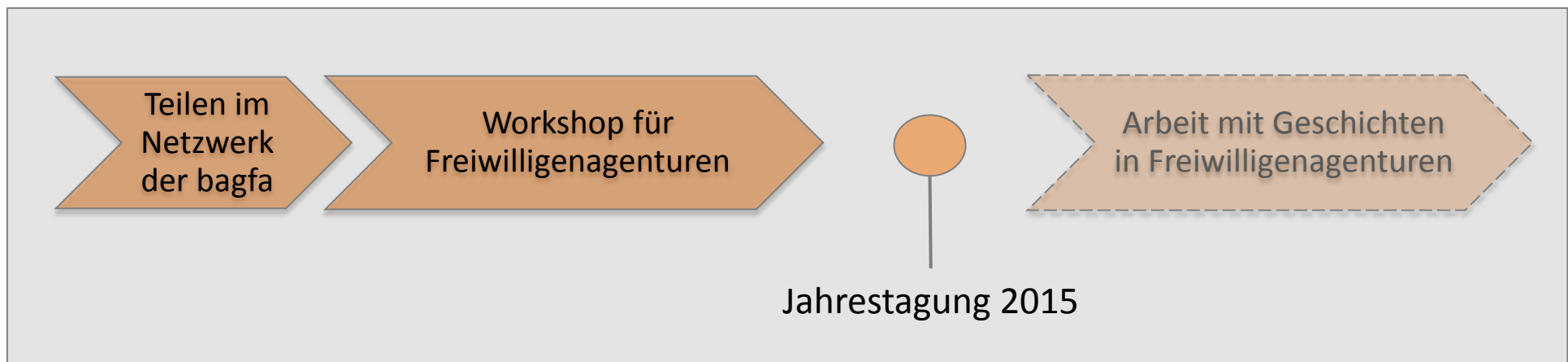
Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Was wir seit der letzten Jahrestagung getan haben

Erste Projektphase



Zweite Projektphase



Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Welche (externen) Erkenntnisse wir gewonnen haben

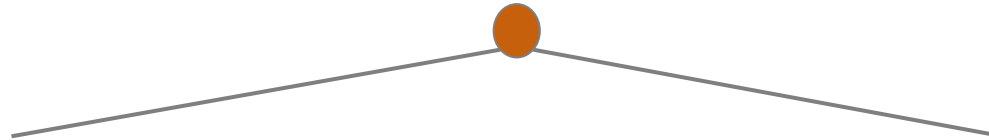
Die Geschichten veranlassen dazu, eine viel **mehr stärken- und ressourcenorientierte** Perspektive auf die Arbeit der Agenturen zu entwickeln und **weniger auf Defizite** (wenig Ressourcen, Anerkennung, Lobby usw.) zu schauen

Ein stärkeorientiertes Selbstbild kann die **Souveränität** der bagfa und der Agenturen in der Kommunikation mit internen und externen Partnern und Förderern **im Sinne ihrer Ziele erhöhen.**



Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Was wir über die Arbeit mit Geschichten gelernt haben (1/2)



Geschichten Ausgraben und Teilen

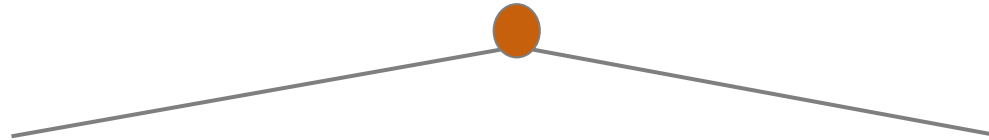
- Die Geschichte wird zum Medium durch das Wissen und die Erfahrungen der Erzählenden, sie befördert etwas an die Oberfläche
- Die Geschichte ergibt sich aus dem Gesagten und wirkt ungeachtet ihrer dramaturgischen Qualität
- Die Sammlung von Geschichten dient der Offenlegung unterschiedlicher Perspektiven auf ein Thema oder eine Organisation.

Geschichten nach Außen Erzählen

- Die Geschichte wird zum Medium um eine bestimmte „Message“ nach Außen zu tragen
- Die Geschichte wird entwickelt, in dem ihre einzelnen Elemente herausgearbeitet und geschärft werden
- Die Geschichte dient der Beeinflussung der Wahrnehmung (meist extern)

Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Was wir über die Arbeit mit Geschichten gelernt haben (2/2)



Geschichten Ausgraben und Teilen

- Zuhörerqualitäten sind gefragt: Die Wirkung von Geschichten entfaltet sich 1. in der Originalität und 2. in der Summe mehrerer Geschichten zu einem Thema
- Wirkungsvolle Fragetechniken
 - Offene Fragen
 - Höflich nachfragen
 - Paraphrasieren

Geschichten nach Außen Erzählen

- Erzählerqualitäten sind gefragt: Die Wirkung einer erzählten Geschichte lässt sich durch die Gestaltung der Geschichte beeinflussen
- Wirkungsvolle Stilmittel sind
 - Fokus setzen
 - Alle Sinne ansprechen, Details
 - Kontraste
 - Empathie schaffen

Erfahrungen aus dem Geschichtenprozess mit der bagfa

Experiment Teil 1

- Nehmen Sie sich 5 Minuten Zeit und fragen Sie ihren Sitznachbarn nach einer Geschichte...
- „Wo haben Sie in den letzten Wochen oder Monaten gedacht: Gut dass wir das als Freiwilligen Agentur gemacht haben.“?

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Übersicht

- Woran ich Geschichten erkenne
- Wie ich Geschichten ausgrabe (Prozess)
- Wie ich Geschichten ausgrabe (Interaktion)
- Wie ich Geschichten intern nutzen kann (als Ohr nach Innen)
- Was eine Geschichte kampagnenfähig macht
- Wie ich Geschichten extern nutzen kann (als Teil einer Kampagne)

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Woran ich gute Geschichten erkenne (1)



Ein Held / eine Heldin _____

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Woran ich gute Geschichten erkenne (2)



Ein Ziel

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Woran ich gute Geschichten erkenne (3)



Ein Hindernis

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Woran ich gute Geschichten erkenne (4)



Ein Konflikt

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Woran ich gute Geschichten erkenne (5)

Eine einfache Formel:

Jemand möchte etwas erreichen und steht dabei vor einem Hindernis.

Elemente einer guten Geschichte

- Held/Heldin Verfolgt aktiv ein Ziel, hat Stärken und Schwächen, muss Widerstände überwinden, erlebt Konflikte, macht eine Veränderung durch
- Ziel konkret, erreichbar, nachvollziehbar biografisch motiviert
- Hindernis nahbar für den Zuhörer, ernsthaft
- Konflikt mehrdeutig lösbar, nachvollziehbar

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten ausgrabe (Prozess)

Methode		
Beobachten (indirekt)	Gespräch/Interview (direkt)	Übung (direkt)
TeilnehmerInnen		
Gruppe	Einzel	
Anwesenheit		
Persönlich	Virtuell	
Technologie		
direkte Interaktion		
Papier & Stift	Tonaufnahmen	Videoaufnahmen
indirekte Interaktion		
Soziale Medien	Fragebogen	Email

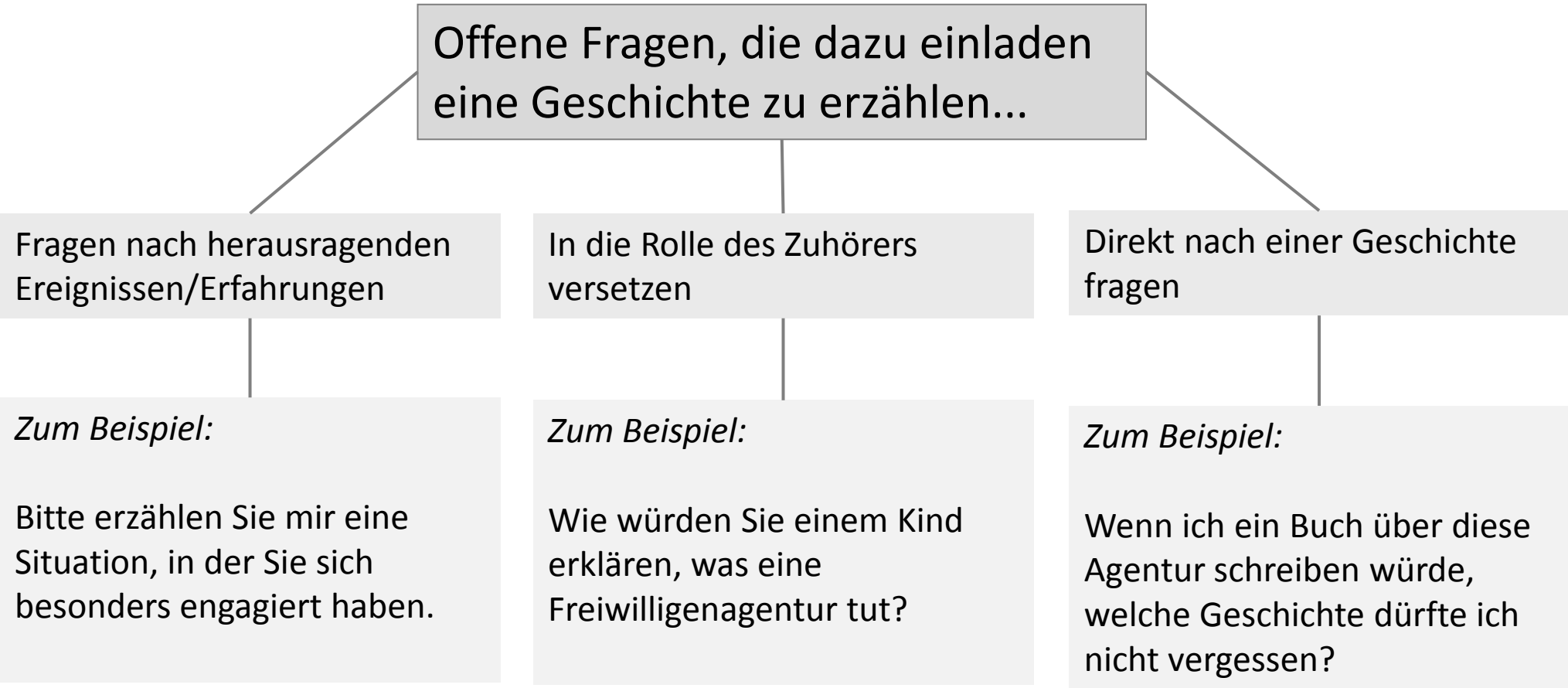
Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten ausgrabe (Prozess)

Methode		
Beobachten (indirekt)	Gespräch/Interview (direkt)	Übung (direkt)
TeilnehmerInnen		
Gruppe		Einzel
Anwesenheit		
Persönlich		Virtuell
Technologie		
direkte Interaktion		
Papier & Stift	Tonaufnahmen	Videoaufnahmen
indirekte Interaktion		
Soziale Medien	Fragebogen	Email

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten ausgrabe (Interaktion)



Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten ausgrabe (Interaktion)

Weiterfragen nicht vergessen...
(Die wenigsten Menschen können alles, was ihnen wichtig ist beim ersten Versuch in eine Antwort verpacken.)

Mehr Information

Was passierte dann?
Was passierte außerdem?
Was noch?
Und dann?

Neue Perspektive

Wie würde jemand anderes die Geschichte erzählen?

Mehr Sinne ansprechen

Wie fühlte es sich an/roch es/hörte es sich an?

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten in der Teamentwicklung nutzen kann (als Ohr nach Innen)



1. Klärung des Nutzens und des Ziels im inneren Agenturteam

- Was möchten wir herausfinden?
- Woran möchten wir intern arbeiten?
- Wollen wir nur intern entwickeln oder auch etwas über Nutzergruppen herausfinden?



2.a) Option: Rein intern

- Wo zeigen sich unsere Werte als Team/was begeistert uns wirklich?
- Geschichten auf Teamworkshop sammeln und sofort teilen (siehe Werkzeugkasten: Gute Fragen stellen)
- Geschichten aufschreiben (einzeln auf Papier)



2.b) Option: Zielgruppenbedürfnisse mit einbeziehen

- Was bewegt unsere Ehrenamtlichen/potentiellen neuen MitarbeiterInnen?
- Geschichten extern sammeln (Einigung auf Fragen)
- Geschichten aufschreiben und in einen internen Workshop bringen

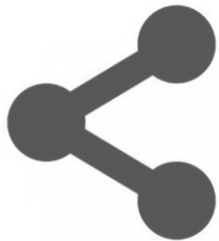
Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten intern nutzen kann (als Ohr nach Innen)



3. Gemeinsame Interpretation

- Geschichten aushängen und gemeinsam kommentieren (Was sehen wir hier? Was überrascht uns?)
- Was bedeutet das für unsere Arbeit?



4. Nutzung der Ergebnisse

- Geschichten in der Agentur sichtbar aushängen
- Kommentare einladen auf Post-Its
- Geschichten weiter/umschreiben (siehe Werkzeugkasten: Kampagnenfähig machen)

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten extern nutzen kann



1. Ziele klären

- Was soll danach anders sein?
- Welchen Zustand streben wir an?

2. Kommunikationsziele festlegen

- Was wollen wir damit vermitteln?
- Welche Tatsache oder Überzeugung steht im Vordergrund?



3. Zielgruppen definieren

- Wer soll es lesen/hören?
- Was soll derjenige danach anders machen?



4. Auf Kanäle einigen

- Wie erfährt unsere Zielgruppe davon?
- Was haben wir noch nie ausprobiert?

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Wie ich Geschichten extern nutzen kann



1. Ziele

- Ich möchte, dass mehr Menschen meine Engagementberatung in Anspruch nehmen, um die Vielfalt von Engagement kennen zu lernen.

2. Kommunikationsziele

- Ich möchte vermitteln, dass die Engagementberatung ein offenes Kennenlerngespräch ist, bei dem am Ende durchaus auch keine Vermittlung das Ergebnis sein kann.



3. Zielgruppen

- Menschen, die sich schon mal engagiert haben und grundsätzliches Interesse haben
- Ich möchte sie überzeugen zumindest mal zu einer Beratung zu kommen.



4. Kanäle

- Internetblogs
- Newsletter
- Website von Organisationen aus der Szene
- Evtl. lokale Tageszeitung

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Was eine Geschichte kampagnenfähig macht (1)

Save the Children international logo
„We save children´s lifes“

Fokus setzen: Beispiel Save the Children

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Was eine Geschichte kampagnenfähig macht (2)

Ein Mann, der eine Familie hatte, **dann gemerkt hat, dass er schwul ist**, wurde von der Familie und allen verstoßen und fiel in ein riesengroßes Loch. Beruflich kriegte sie ihn nicht unter, weil er einfach momentan kein Selbstbewusstsein hatte. **Den Mann konnte ich witzigerweise in eine absolut konservative kirchliche Einrichtung bringen.** Die brauchten dringend jemanden, der da das Büro etwas mit unterstützt, verschiedene Projekte mitmacht und im Bildungswerk mitarbeitet. Ich wusste, dass sich der Verantwortliche in der Einrichtung und der Mann verstehen würden. **Es funktioniert auch richtig gut. er ist total glücklich.** (...)

Kontraste: Beispiel aus den bagfa Geschichten

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Was eine Geschichte kampagnenfähig macht (3)

Alle Sinne ansprechen

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Was eine Geschichte kampagnenfähig macht (4)

„Meine Beraterin bei Jobcenter hat gesagt: Es gibt Projekte zur Vermittlung in den Arbeitsmarkt. Also, ich konnte sie nicht gut verstehen, ne. Sie sagte, ein Projekt, wo man Theater spielen und Bewerbungen schreiben kann. (...) Ich habe nur das Wort Theater verstanden und habe nur gesagt: Ja das will ich. Das will ich. (...) Weil im Kindergarten in der Türkei habe ich als Erzieherin mit meinen Kindern immer kleine Theaterstücke gemacht. Aber selbst stand ich nicht auf der Bühne. Und das wollte ich immer. Dann haben wir angefangen und alles ist gut gegangen. Ich habe wirklich sehr, sehr viel gelernt. Wir waren wie eine Familie. **Ich habe vorher jeden Tag geweint. Ein Jahr. Ich wollte einfach in die Türkei zurückgehen. Ich hatte gar keine Freunde hier. Wenn man die Sprache kann, dann ist es eine Heimat, egal wo man ist. Das ist das wichtigste. Wenn ich meine Gefühle erklären kann – egal wo ich bin - dann kann ich leben.** Nachher viele Leute haben gesagt, also Leute die zu unsern Kiosk kommen sagen: „Du bist ganz anders geworden. Was ist passiert?“ ... Also dass alles hat mir sehr sehr gut geholfen.“

Empathie schaffen: Beispiel aus der PROJEKTFABRIK

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Was eine Geschichte kampagnenfähig macht

Tipps von einer Expertin

- Entscheidet Euch klar für einen Helden oder eine Heldin der jeweiligen Geschichte.
- Erzählt die Geschichte soweit zu Ende wie möglich (oder hört am spannendsten Punkt auf).
- Erzählt immer die Geschichte eines Kampfes oder einer Herausforderung und ihrer Lösung.
- Erzählt von Gefühlen, Beziehungen und Entwicklungen.
- Nutzt Bilder, Atmosphäre, Musik.
- Berührt mit Euren Geschichten die Lebenswelt der Zuhörer, ihre Themen, ihre Gefühle, ihre Anliegen.
- Verankert und verortet die Einzelgeschichten in der großen Geschichte Eures Anliegens.

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Ein Beispiel aus unserer noch ungefilterten internen bagfa Sammlung...

Ich habe zwei Straßen weiter, also quasi neben der Freiwilligenagentur gewohnt und ging relativ oft daran vorbei. Dann habe ich immer wieder ins Schaufenster geguckt. Ich war eher neugierig, hatte aber zu der Zeit noch eine andere berufliche Tätigkeit. Irgendwann im Dezember sah ich dort vorbei, es war gerade Öffnungszeit, und da hing zwar ein Plakat, dass Wahlhelfer gesucht würden, allerdings war die Wahl schon Monate vorher gelaufen. Ich dachte: Ich gehe mal rein, suche mal das Gespräch über das Plakat... Und, das werde ich nie vergessen, die ehrenamtlich Dame, die damals da war, sagte: Ja, wenn Sie so etwas sehen, dann müssen Sie uns bei der Büroarbeit unterstützen. Kommen Sie doch mal am nächsten Mittwoch und lernen Sie unsere Leitung kennen. Das heißt, ich habe dann das erste Jahr dort auch ehrenamtlich mitgearbeitet. Ich lernte viel von den Strukturen kennen und ein Jahr später hat die Leitung sich dann beruflich verändert und ich wurde gefragt, ob ich das Ganze gern übernehmen würde.

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Und wie man diese Geschichte ein wenig umschreiben könnte ... (1)

Es war wieder Dienstag Nachmittag. Ich machte mich zu Fuß auf den Weg zu Sparkasse. Ich gehe dann immer an dieser Agentur vorbei, die sich um Freiwillige kümmert und jedes Mal denke ich: Was machen die denn da drin? Schon oft habe ich durch die Scheibe gelugt um zu sehen, was drin passiert, aber bisher konnte ich mir noch keinen Reim drauf machen. Reingehen, wollte ich nicht. Mir war unwohl dabei. Und außerdem habe ich keine Zeit für Freiwilligenarbeit.

Ein Plakat im Schaufenster fiel mir auf, A3 mit Tesa von Innen an die Scheibe geklebt. In großen Lettern wurden Freiwillige als Wahlhelfer gesucht. Wahlhelfer? Moment, die Wahl war doch schon vor 8 Wochen. Haben die das gar nicht bemerkt? Wer würde sich denn hier freiwillig melden, wenn nicht mal die Plakate im Schaufenster aktuell sind? Ich zögerte. Ich kam mir irgendwie pedantisch vor. Es wäre doch schade, wenn sich andere Leute darüber lustig machen.

Ich öffnete die Tür...

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Und wie man diese Geschichte ein wenig umschreiben könnte ... (2)

Ich betrete einen kleinen Ladenraum. Zwei Schreibtische, eine gemütliche Sitzecke, ein Regal mit Ordnern und Büchern. Hinten eine Teeküche, aus der es nach frischem Kaffee duftete. Eine Frau mit einer Tasse in der Hand tritt aus der Küche, lächelt, hebt die Hand mit der Tasse. Ich nicke, ich habe ja Zeit. Kurz darauf sitzen wir mit zwei dampfenden Tassen in der Sitzecke.

„Ich habe mich über das Plakat im Fenster gewundert. Die Wahl ist doch längst vorbei!? Ich dachte, ich sag Ihnen Bescheid...“ „Welches Plakat?“ die Frau schaut verdutzt. „Ach das, stimmt, wie aufmerksam von Ihnen. Ja, das haben wir vergessen abzunehmen. Manchmal gehen diese einfachen Sachen im Alltag unter. Ich bin mit den Freiwilligen mehr als beschäftigt und zur Zeit leider allein hier.“ „Alleine?“ wundere ich mich. „Aber es gibt doch bestimmt total viele Menschen, die sich engagieren wollen.“ „Wollen tun viele, es ist nur nicht immer leicht, das Richtige für alle zu finden. Zur Zeit suche ich z.B. dringend jemanden, der ein paar Stunden die Woche hier im Büro aushilft. Jemand, dem Dinge, wie ein veraltetes Plakat auffallen, so zu sagen.“ Ein Lächeln. „Ich könnte das machen“ höre ich mich sagen. „Wirklich? Das wäre toll“. „Nun ja, ich denke, so lange Sie hier allein sein.“ Zweifel kommen auf. „Total gern, kommen Sie doch am Mittwoch, da ist auch die Geschäftsleitung da. Die möchte ich Ihnen gern vorstellen. Ich bin übrigens Margot.“ „Juliane“. Die Zweifel weichen Vorfreude. „Ich bin gespannt auf Mittwoch“

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Welche Stilmittel benutzen wir dafür ... (1)

Es war wieder Dienstag Nachmittag. **Ich** machte mich zu Fuß auf den Weg zu Sparkasse. Ich gehe dann immer an dieser Agentur vorbei, die sich um Freiwillige kümmert und jedes Mal denke ich: **Was machen die denn da drin?** Schon oft habe ich durch die Scheibe gelugt um zu sehen, was drin passiert, aber bisher konnte ich mir noch keinen Reim drauf machen. Reingehen, wollte ich nicht. **Mir war unwohl dabei.** Und außerdem habe ich keine Zeit für Freiwilligenarbeit.

Ein Plakat im Schaufenster fiel mir auf, A3 mit Tesa von Innen an die Scheibe geklebt. In großen Lettern wurden Freiwillige als Wahlhelfer gesucht. Wahlhelfer? Moment, die Wahl war doch schon vor 8 Wochen. Haben die das gar nicht bemerkt? Wer würde sich denn hier freiwillig melden, wenn nicht mal die Plakate im Schaufenster aktuell sind? **Ich zögerte. Ich kam mir irgendwie pedantisch vor.** Es wäre doch schade, wenn sich andere Leute darüber lustig machen. Ich öffnete die Tür.

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Welche Stilmittel benutzen wir dafür ... (2)

Es war wieder Dienstag Nachmittag. Ich machte mich zu Fuß auf den Weg zu Sparkasse. Ich gehe dann immer an dieser Agentur vorbei, die sich um Freiwillige kümmert und jedes Mal denke ich: Was machen die denn da drin? Schon oft habe ich durch die Scheibe gelugt um zu sehen, was drin passiert, aber bisher konnte ich mir noch keinen Reim drauf machen. **Reingehen, wollte ich nicht. Mir war unwohl dabei. Und außerdem habe ich keine Zeit für Freiwilligenarbeit.**

Ein Plakat im Schaufenster fiel mir auf, **A3 mit Tesa von Innen an die Scheibe geklebt. In großen Lettern wurden Freiwillige als Wahlhelfer gesucht.** Wahlhelfer? Moment, die Wahl war doch schon vor 8 Wochen. Haben die das gar nicht bemerkt? Wer würde sich denn hier freiwillig melden, wenn nicht mal die Plakate im Schaufenster aktuell sind? Ich zögerte. Ich kam mir irgendwie pedantisch vor. Es wäre doch schade, wenn sich andere Leute darüber lustig machen. Ich öffnete die Tür.

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Welche Stilmittel benutzen wir dafür ... (3)

Ich betrete einen kleinen Ladenraum. **Zwei Schreibtische, eine gemütliche Sitzecke, ein Regal mit Ordnern und Büchern.** Hinten eine Teeküche, **aus der es nach frischem Kaffee duftete.** Eine Frau mit einer Tasse in der Hand tritt aus der Küche, lächelt, hebt die Hand mit der Tasse. Ich nicke, ich habe ja Zeit. Kurz darauf sitzen wir **mit zwei dampfenden Tassen** in der Sitzecke.

„Ich habe mich über das Plakat im Fenster gewundert. Die Wahl ist doch längst vorbei!? Ich dachte, ich sag Ihnen Bescheid...“ „Welches Plakat?“ die Frau schaut verdutzt. „Ach das, stimmt, wie aufmerksam von Ihnen. Ja, das haben wir vergessen abzunehmen. Manchmal gehen diese einfachen Sachen im Alltag unter. Ich bin mit den Freiwilligen mehr als beschäftigt und zur Zeit leider allein hier.“ „Alleine?“ wundere ich mich. „Aber es gibt doch bestimmt total viele Menschen, die sich engagieren wollen.“ „Wollen tun viele, es ist nur nicht immer leicht, das Richtige für alle zu finden. Zur Zeit suche ich z.B. dringend jemanden, der ein paar Stunden die Woche hier im Büro aushilft. Jemand, dem Dinge, wie ein veraltetes Plakat auffallen, so zu sagen.“ Ein Lächeln. „Ich könnte das machen“ höre ich mich sagen. „Wirklich? Das wäre toll“. „Nun ja, ich denke, so lange Sie hier allein sein.“ Zweifel kommen auf. „Total gern, kommen Sie doch am Mittwoch, da ist auch die Geschäftsleitung da. Die möchte ich Ihnen gern vorstellen. Ich bin übrigens Margot.“ „Juliane“. Die Zweifel weichen Vorfreude. „Ich bin gespannt auf Mittwoch“

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Und nun Sie?

- Wen würde eine solche Geschichte interessieren?
- Was könnte sie bewirken?

Die Arbeit mit Geschichten in Freiwilligenagenturen

Experiment Teil II

- Denken Sie an die Geschichte, die Sie vorhin mit ihrer Sitznachbarin ausgetauscht haben.
- Überlegen Sie nun...
 1. was die Geschichte ist (Held, Ziel, Hindernis, Konflikt),
 1. was sie bewirken könnte (Ziel, Zielgruppe, Kanal) und
 1. wie Sie sie jetzt verändern würden, damit sie stärker wird (Fokus, Kontraste, Sinnlichkeit, Empathie)?

Anregung, Inspiration und Ausblick

Zu guter Letzt

Die **Geschichten-Galerie**

Was? 28 Geschichten zum Stöbern und diskutieren
Viele bunte Post-Its zum Kommentieren, Fragen stellen und
Bereichern

Wo? Im Foyer

Wann? Heute Abend zwischen den Programmpunkten und morgen den
ganzen Tag

Wir laden Sie ein zu kommen, zu stöbern und ihre Eindrücke zu teilen

Anregung, Inspiration und Ausblick

Zu allerletzt

Die Jahrestagung als Marktplatz der Geschichten...

Geschichte(n) von Freiwilligenagenturen und ihre Stärke(n) – Ergebnisse des Storytellingprozesses der bagfa

Forumsbeitrag auf der Jahrestagung 2015

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

09. November 2015