

Storytelling in der politischen Kommunikation

GRUNDLAGEN DES DIGITALEN GESCHICHTENERZÄHLENS

Lab 1

Dr. Marie Elisabeth Müller

Kommunikationsberaterin, Interims-Chefin vom Dienst

Ehrenamtlich tätig in der **SPD Düsseldorf** im Kommunikationsteam,
in der AfB und als Ratskandidatin für Düsseldorf-Lichtenbroich

Mobile 0049 177 7467271

E-Mail mem@gmx.com



Inhalt

1. Warum erzählen wir überhaupt Geschichten?
2. Nur emotionale Botschaften überzeugen!
3. Erfolgsfaktoren für einfache Geschichten mit demokratischen politischen Botschaften!
4. CheckListe!
5. Wo setze ich Generative KI unterstützend ein?
6. Ausgewählte Quellen.
7. Fortsetzung und nächste Termine.

**WARUM ERZÄHLEN WIR
ÜBERHAUPT GESCHICHTEN?**

Storytelling

Uralte orale Kulturtechnik beginnt an Welt-Mensch-Schnittstelle

- überliefert Historie und Zeitgeschichte an **nächste Generationen**.
- übersetzt relevante Informationen in **menschliche Nahgeschichten**.
- schließt an **kollektive Erinnerungen** und Muster an.
- **visualisiert Daten**, Zahlen, Informationen, Fakten.
- **simuliert Erfahrungen** und stimuliert Fantasie.
- **weckt Emotionen** und bleibt im Gedächtnis **wie eine Erfahrung**.
- **verbindet Menschen**, befördert ihre Transaktionen, Konversationen, und Beziehungsaufbau.
- ...



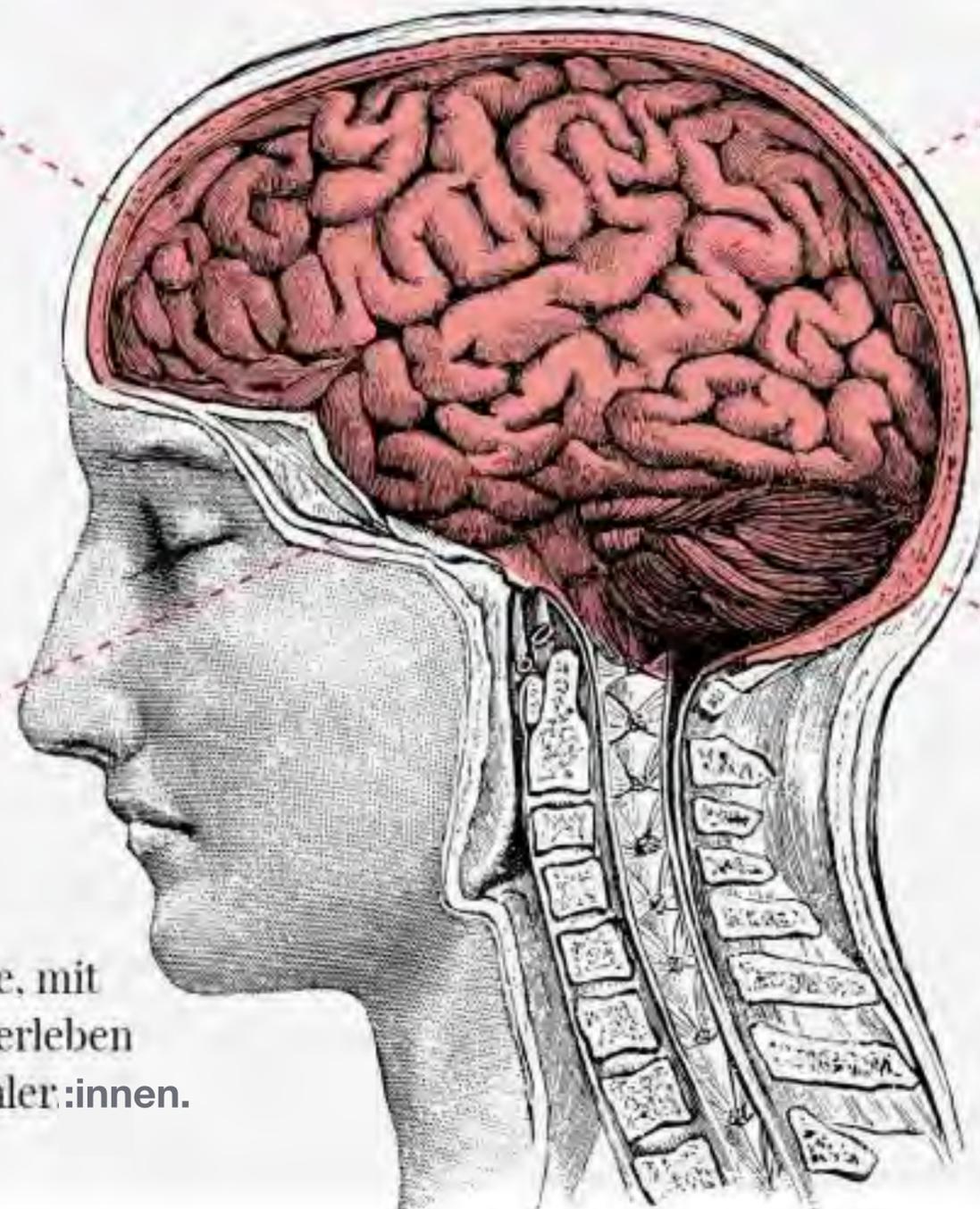
Wie sich *Storytelling* auf unser Gehirn auswirkt

Neuronale Kopplung

Geschichten aktivieren den Part des Gehirns, der es dem Zuhörer ermöglicht, die vermittelte Geschichte in eigene Ideen und Erfahrungen zu übersetzen.

Spiegeln

Gutes Storytelling erschafft Charaktere, mit denen wir uns identifizieren. Zuhörer erleben ähnliche Hirnaktivitäten wie die Erzähler:innen.



Dopamin Ausschüttung

Dopamin wird freigesetzt, wenn emotional aufgeladene Situationen übermittelt werden. Dies stärkt die Erinnerung und speichert Erlebtes genauer ab.

Kortex-Aktivität

Bei der Informationsverarbeitung werden das Broca-Areal (Sprachverarbeitung) und Wernicke-Zentrum (Sprachverständnis) angesprochen. Eine gut erzählte Geschichte kann jedoch viele zusätzliche Gehirnbereiche wie den motorischen, sensorischen und frontalen Kortex ansprechen.

Sozialdemokratische Politik ist keine "öffentliche Dienstleistung", die sich in Einzelmaßnahmen erschöpft.

Wir müssen mit jeder Maßnahme immer auch eine **übergeordnete politische Vision** und einen auf die Zukunft gerichteten politischen Gedanken **glaubwürdig kommunizieren** -

um neue Zielgruppen und traditionelle Zielgruppen wieder emotional zu erreichen, eine Beziehung aufzubauen und sie zu mobilisieren.

Fallbeispiel

Thema

Einzelhandel im vernetzten Kiez befördern

Zielgruppe(n) im Fokus

Menschen, Bürgerinnen und Bürger insbesondere: Enttäuschte und Wütende (über 30% der Bevölkerung)

Zielgruppe(n) nicht im Fokus

Medien, Politik

ÖFFENTLICH-PRIVATE FÖRDERUNG VON LOKALEN ONLINE-MARKTPLÄTZEN



PARKPLÄTZE



VERKEHRSLAGE

Sagen

Welche Maßnahmen stärken den stationären Einzelhandel in Lichtenbroich?

1. Hybride Lokale Online-Marktplätze, kombiniert mit Verkehrsberuhigung und intelligenter Parkraumbewirtschaftung:

Lokale Einzelhändler:innen vernetzen sich digital. Auf einer Online-Plattform bieten sie einen Mix an kostenpflichtigen Produkten und kostenlosen Services an. Neben einem Online-Shop unter anderem auch Informationen über Hilfsleistungen in der Nachbarschaft, tagesaktuelle Feinstaubwerte und verfügbare Parkplätze und Verkehrsinformationen, und vieles mehr.

Zeigen und Sagen

Welche Maßnahmen stärken den stationären Einzelhandel in Lichtenbroich?

1. Hybride Lokale Online-Marktplätze, kombiniert mit Verkehrsberuhigung und intelligenter Parkraumbewirtschaftung

Lokale Einzelhändler:innen vernetzen sich digital. Auf ihrer Online-Plattform bieten sie einen Mix an kostenpflichtigen Produkten und kostenlosen Services an.

Neben einem Online-Shop gibt es Informationen über Einkaufs-Helfer:innen in der Nachbarschaft, tagesaktuelle Feinstaubwerte, verfügbare Parkplätze und Verkehrsinformationen, und vieles mehr.

Die hybride intelligente Marktstruktur hilft Händler:innen und Menschen im Kiez, sich offline und online zu vernetzen, wirksamer ihre Zeit und Kosten zu kontrollieren, sich besser kennen zu lernen, die Teilhabe wir inklusive für viele besser möglich.

Alle identifizieren sich mehr mit ihrem Kiez und sind eher bereit, sich aktiv für den weiteren Wandel zu engagieren.

**Fiktives Beispiel mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.*

Hybride Lokale Online-Marktplätze



Gib Daten ein Gesicht!

Wie läuft's mit ...?

Hybride Lokale Online-Marktplätze in Lichtenbroich, kombiniert mit Verkehrsberuhigung und intelligenter Parkraumbewirtschaftung

2020 so und so viele Geschäftsaufgaben

2023 Einführung hybrider lokaler Online-Marktplätze

2025 so und so viele Geschäftsaufgaben
so und so viele Geschäftsneugründungen
so und so viel Umsatzsteigerung

2035 anvisiert so und so viele Geschäftsneugründungen

**Fiktives Bild mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.*



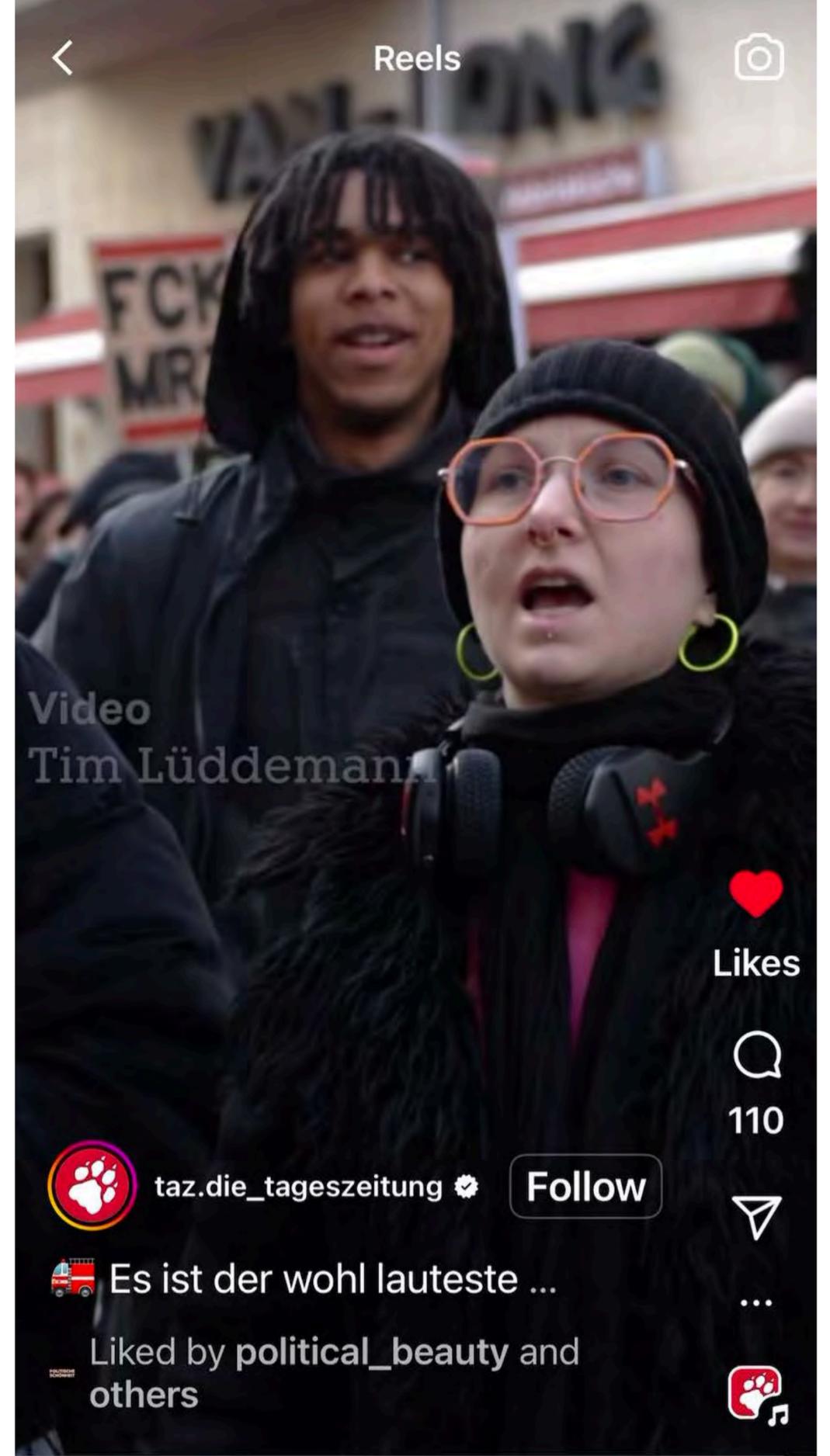
**NUR EMOTIONALE
BOTSCHAFTEN ÜBERZEUGEN!**

Die freiwillige Feuerwehr des Antifaschismus

10.2.2025, Berlin

“Sie zündeln, wir löschen!”

“Alle freiwilligen Unterstützungskräfte haben am 23. Februar die Möglichkeit, an der Wahlurne Löscharbeit zu leisten, mit den Hauptlöschmitteln Wahlzettel und Ausweis.”



Emotionen bedingen
gelingende Kommunikation!

Deutsche wollen von Politiker:innen
emotional angesprochen werden!

Politik-Mensch-Transfer

Mit politischer Botschaft Menschen berühren

Transfer muss im ersten Satz gelingen, offline und online



Politik-Mensch-Transfer

Mit politischer Botschaft Menschen berühren



In einer besser vernetzten Stadt geht es den Einzelhändler:innen in Deinem Kiez gut, geht es den Menschen gut.

Kaufe in Deinem Kiez ein, gewinne Zeit, spare Geld und triff öfter Menschen. Dadurch kennt man sich besser, kümmert sich mehr um seine Nachbar:innen und weniger Menschen sind einsam.

Deine Oma soll mit Rollator einkaufen können?

Du willst was fürs Klima tun und Deine Brötchen, Bücher, Hemden lieber im Laden um die Ecke kaufen?

Hoffnung

Politik-Mensch-Transfer

Politische Botschaft in 3 Hauptgefühlslagen in deutscher Bevölkerung 2025

Hoffnung

In einer besser vernetzten Stadt geht es den Einzelhändler:innen in Deinem Kiez gut, geht es den Menschen gut.

Besorgnis/Angst

Gelingt es nicht, den Einzelhandel weiter zu entwickeln, veröden unsere Stadtteile, vereinsamen viele Menschen. Wir werden unserer Zukunft beraubt.

Wut

Es ist eine Schande, dass keiner sich um die Versorgung vor Ort im Kiez kümmert. Wenn die Bedürfnisse von Alten und Familien missachtet werden, geht hier alles den Bach runter.

Bauplan Posting 1

1 Einstieg
Politik-Mensch-Transfer

Deine Oma soll mit Rollator einkaufen können?

Du willst was fürs Klima tun und Deine Brötchen, Bücher, Hemden lieber im Laden um die Ecke kaufen?

2 Relevante Information + Service

Bei "Mein Kiez" kümmern wir uns mit Nachbarn und dem Förderkreis lokale Wirtschaft darum, dass wieder mehr Geschäfte in Lichtenbroich öffnen und für alle gut erreichbar sind.

3 Demokratisch-emotionale Botschaft
(Hoffnung + Zukunftsvision)

In einer besser vernetzten Stadt geht es dem Einzelhandel und den Menschen gut. Denn unsere Heimat liegt auf beiden Seiten der Haustür.

4 CTA Aufruf zu Aktion + Service

*Mach mit, sag uns was Du brauchst:
Link zu Umfrage - oder werde gleich Mitglied: Link zu Mitgliedschaft.*

**Bild mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.*

ÖFFENTLICH-PRIVATE FÖRDERUNG VON LOKALEN ONLINE-MARKTPLÄTZEN



PARKPLÄTZE



VERKEHRS-LAGE

Bauplan Posting 2

1 "Ich"-Botschaft

Demokratisch-emotional
(Hoffnung + Zukunftsvision)

Ich setze mich für eine vernetzte Stadt mit einem lebendigen Einzelhandel in jedem Kiez ein. Denn unsere Heimat liegt auf beiden Seiten der Haustür.

2 "Wir"-Botschaft

Bei "Mein Kiez" kümmern wir uns mit Nachbarn und dem Förderkreis lokale Wirtschaft darum, dass wieder mehr Geschäfte in Lichtenbroich öffnen und für alle gut erreichbar sind.

3 "Nächster Schritt"-Botschaft

(CTA) Aufruf zu Aktion + Service

Mach mit, sag uns was Du brauchst: Link zu Umfrage - oder werde gleich Mitglied: Link zu Mitgliedschaft.

*Bild mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.

ÖFFENTLICH-PRIVATE FÖRDERUNG VON LOKALEN ONLINE-MARKTPLÄTZEN



PARKPLÄTZE



VERKEHRSLAGE

**ERFOLGSFAKTOREN FÜR EINFACHE GESCHICHTEN
MIT DEMOKRATISCHEN POLITISCHEN
BOTSCHAFTEN!**

**Soziale Medien dürfen für Politiker:innen nie Klamauk sein.
Politiker:innen dürfen nie sinnlos Trends hinterher rennen.**

Jede Geschichte muss immer einen politischen Gedanken kommunizieren, (sonst Zeitfresser für alle, auch schädlich für die Reputation und Glaubwürdigkeit).

Notiere Dir:

“Politischer Gedanke” meint nicht: noch mehr Slogans, Formeln, Phrasen ohne konkrete Relevanz. Gehe immer davon aus, dass viele Menschen Deine Werte nicht teilen oder kennen.

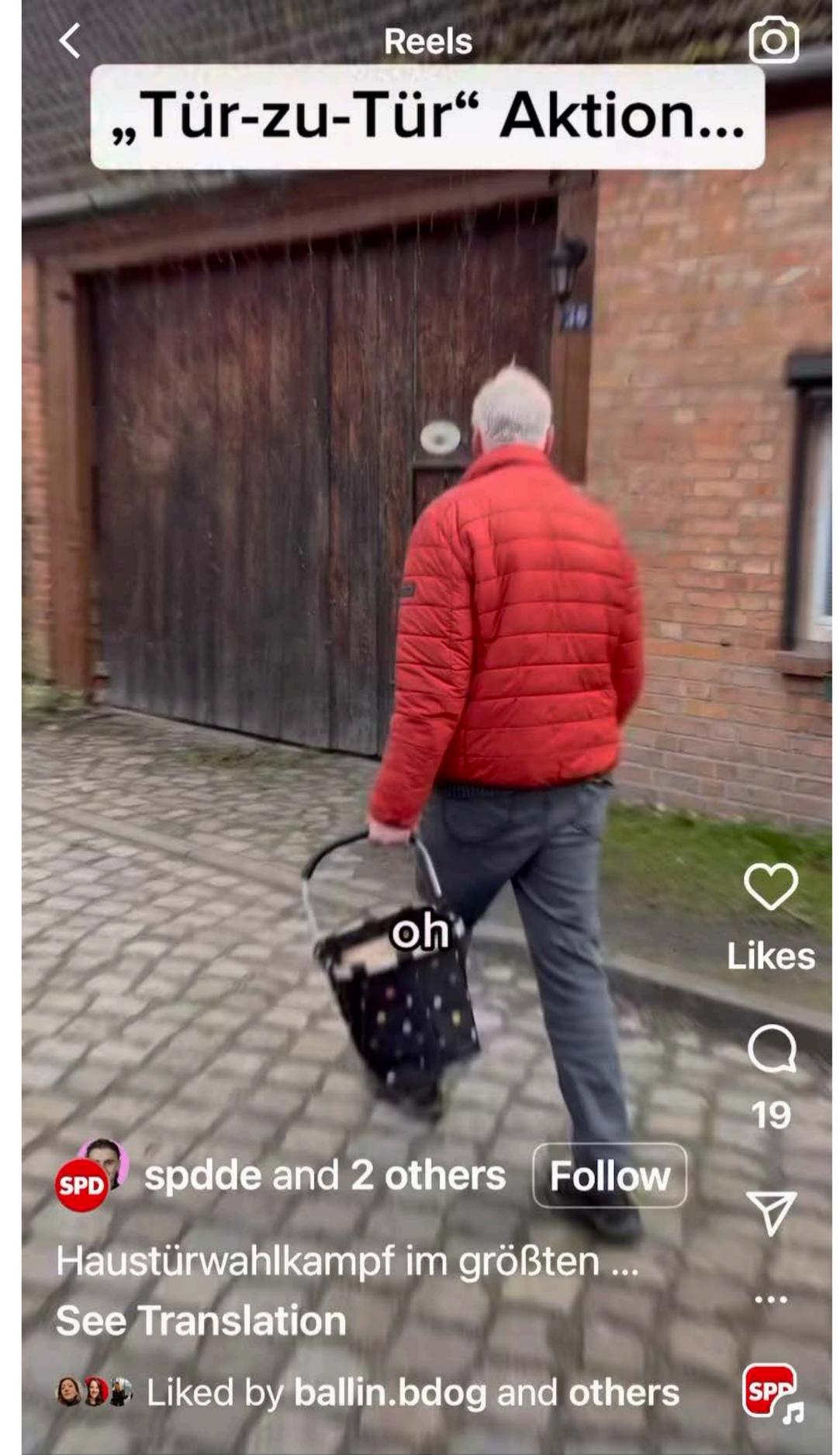
Sei glaubwürdig, weil Du Daten und Fakten mit relevanten Botschaften und neuen Zukunftsnarrativen kombinierst, Bürger:innen und Expert:innen zu Wort kommen lässt.

TzT-Wahlkampf

11.2.2025, Stendal

Herbert Wollmann

MdB für die Altmark 2021-2025



Erfolgsfaktoren

Sprechen und Tonalität für Demokrat:innen in Sozialen Medien

- Sei **nahbar** und sprich immer auf Augenhöhe mit allen Menschen. Sei nicht Deine eigene Pressesprecherin.
- Fasse Dich kurz, sprich **Klartext**, beschönige nichts, teile die Gefühle von Bürgerinnen und Bürgern auf demokratische Weise: Hoffnung, Sorge, Wut - jedoch gib immer eine **Perspektive auf Zukunft** mit!
- Sprich **als ob Du mit Deinen Freundinnen**, Freunden oder dem Paar, das den Kiosk in Deinem Kiez betreibt, sprichst. (Tonalität)
- Gleichzeitig: komme immer gleich zur Sache und setze nicht voraus, dass dich alle schon kennen. (Aufbau)
- Setze kein Parteiwissen, Fachwissen und Terminologie **voraus**, bei keinem Thema. (Einfache Sprache)
- Sei **konkret**, nutze Fakten, Daten, erkläre mit konkreten Menschen und Beispielen. Abstrakte ethische Appelle machen keinen Sinn. Menschliche Fakten, Leid und Freude berühren.
- Wann immer möglich, trete sichtbar und hörbar **in Dialog**, gib anderen eine Stimme in Deinen Postings, nimm sie mit ins Bild. Setze andere nicht ins Bild wie eine Pressesprecherin.
- Sozialdemokratische DNA 2025: wir sind **solidarisch** und wir sitzen alle **in demselben Sturm in demselben Boot** und gewinnen nur gemeinsam wieder Land!

KIJU Wuppertal

7.9.2024, Wuppertal

Miriam Scherff

SPD Vorsitzende für Wuppertal und OB-Kandidatin für Wuppertal 2025

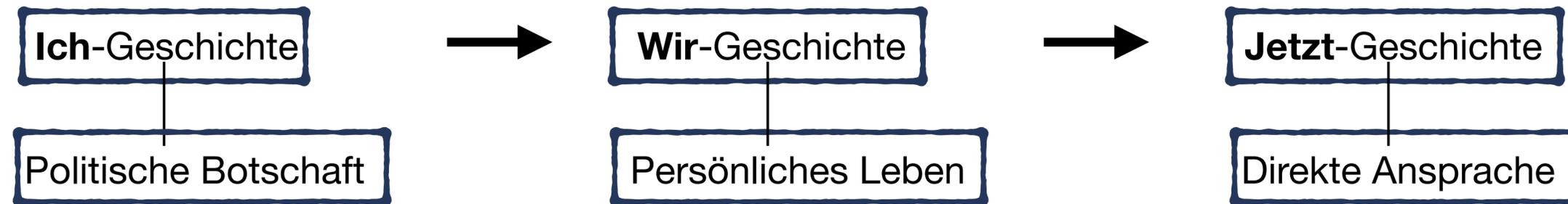
im Gespräch mit Nadine Most
pädagogische Leiterin von KIJU



CHECKLISTE

Bauplan einfache Geschichte

- Was ist mein **Markenkern**?
- Welches **Thema** möchte ich mit welcher **Gefühlslage** ansprechen und mit **Zukunftsperspektive** aufladen?
- Arbeite ich **induktiv** (vom konkreten Einzelfall zu Daten/Thema als Einordnung) **oder deduktiv** (von Daten/Thema zu konkretem Einzelfall als Beispiel)?
- Plane die **Geschichte in 3 Schritten** (siehe Slides 16-20):



- Baue einen multimedialen Post mit Texten, Bildern, **beantworte diese Fragen** für Dich:
 1. Welchen **Mehrwert** haben Nutzer:innen?
 2. Welches **Gefühl** löse ich bei Nutzer:innen aus?
 3. Betrifft mein Beitrag die **Lebensrealität** der Nutzer:innen?
 4. Werden Nutzer:innen **angeregt**, den Beitrag **zu teilen** oder weiterzuempfehlen?
 5. Was passiert als **Nächstes** ("CTA", Call to action) = **Information + Service** (keine Pseudobeteiligung)

**WO SETZE ICH
GENERATIVE KI EIN?**

Generative KI

Neue Kulturtechnik an Computer-Mensch-Schnittstelle

- Fertige strukturierte **Zusammenfassungen an**.
- **Brainstorme** Themen, Argumente, Maßnahmen, Geschichten und vieles mehr.
- **Plane** Publikationen, Reisen, Projekte und vieles mehr.
- **Automatisiere** Routineaufgaben und Workflows, mit Deinen eigenen Agenten.
- **Überarbeite**, entwerfe und redigiere Texte.
- **Durchforste** strukturierte und unstrukturierte Materialien, **finde** Elemente und neue Muster.
- **Erstelle** Skizzen, Grafiken, Bilder, Audio, Videoclips und vieles mehr.
- ...



Generative KI nutzen

Brainstorming mit ChatGPT 4.o

Zu Maßnahmen für sozialdemokratische Kommunalpolitik für den Einzelhandel

Prompt 1

Unterstütze Jill bei der Vorbereitung für einen Storytelling-Workshop für Sozialdemokraten mit einem Fallbeispiel, mit sprachlichen Formulierungen, mit Bildern.

Zuerst, nenne drei Maßnahmen, mit denen die Kommunalpolitik in Großstädten in NRW den Einzelhandel schnell, wirksam und messbar unterstützt. Gleichzeitig ein zukunftsfähiges Verkehrskonzept einer vernetzten, inklusiven Stadt zu befördern.

Und die Politik so zu kommunizieren und umzusetzen, das Einzelhändler, Kunden, Anwohner, Nachbarschaftsgemeinschaft überzeugt sind.

Prompt 2

Generiere für jede der drei Maßnahmen ein Diagramm, dass die Maßnahme für alle Stakeholder selbsterklärend visualisiert und emotional hoffnungsfroh ist. Jedes der drei Diagramme möchte ich einzeln als Bilddatei herunterladen können.

Generative KI nutzen

Output 1 (Ausschnitt)

Maßnahme 1: Hybride Lokale Online-Marktplätze

- **Ziel:**
Die digitale Sichtbarkeit und Reichweite des lokalen Einzelhandels steigern – durch einen kommunal unterstützten, gemeinsamen Online-Marktplatz mit Click & Collect-Option, kombiniert mit lokaler Lieferung per Lastenrad oder zu Fuß.
- **Maßnahme:**
Entwicklung und Betrieb eines hybriden E-Commerce-Portals, das lokale Händler, Handwerker:innen und Dienstleister:innen digital vernetzt – mit einfacher Benutzeroberfläche für ältere Menschen und Integration in bestehende Stadtmarketing-Kanäle.
- **Wirkung:**
 - Umsatzsteigerung und Resilienz kleiner Betriebe.
 - Gleichwertige Sichtbarkeit lokaler Anbieter gegenüber Großplattformen.
 - Reduzierung innerstädtischer Lieferverkehre durch Bündelung und smarte Routenplanung.
 - Förderung digitaler Teilhabe.
 - Informationen in Echtzeit über verfügbare Parkplätze und Verkehrsinformationen.
- **Inklusives Element:**
Niedrigschwellige Schulungen, barrierefreie Webgestaltung, analoge Alternativen (z. B. Telefon-Hotline zur Bestellung).
- **Sprachliche Formulierung für Storytelling:**
„Warum Amazon, wenn der Buchladen um die Ecke heute noch liefert? Unsere Stadt bringt deinen Einkauf zu Dir nach Hause – schnell, solidarisch und mit einem kleinen Plausch.“

AUSGEWÄHLTE QUELLEN

Auswahl

1. Mitte Studie, FES, Andreas Zak / Nico Mokros, Rechtsextreme Einstellungen in der Mitte, Berlin 2023.
2. Leipziger Autoritarismus-Studie, Böll-Stiftung, Oliver Decker / Johannes Kiess / Aylin Heller / Elmar Brähler, Vereint im Ressentiment, Gießen 2024.
3. Verkehrsberuhigung und Einzelhandel: Dann wird's laut, Studie des Difu-Instituts, 28.3.2025.
4. Johannes Hillje, Mehr Emotionen wagen, 2025.
5. Marie Elisabeth Müller, Devadas Rajaram, Social Storytelling, 2021.

Fortsetzung und nächste Termine

Storytelling in der politischen Kommunikation

GRUNDLAGEN DES **DIGITALEN GESCHICHTENERZÄHLENS**

Lab 2 Montag, 19.5.2025, 19.00-20.30 Uhr

Geschichten format-spezifisch erzählen und umsetzen

Lab 3 Dienstag, 11.6.2025, 19.00-20.30 Uhr

Geschichten cross-medial entwickeln