

Heinrike Paulus: Erzähl mal von Nachhaltigkeit!

Beitrag aus Heft »2021/04 MedienBildung für nachhaltige Entwicklung«

Fischer, Daniel/Fücker, Sonja/Selm, Hanna/Sundermann, Anna (Hrsg.) (2021): Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren? München: oekom. 178 S., 29,00 €.

Ob Artensterben, Kinderarbeit in der Schokoladenproduktion oder das Menschenrecht auf sauberes Trinkwasser: Mit Hilfe eines interessanten und effizienten Storytellings lassen sich nachhaltigkeitsbezogene Themen jungen Erwachsenen besser kommunizieren.

Die wissenschaftliche Publikation Nachhaltigkeit erzählen beleuchtet Mehrwert und didaktische Potenziale des Geschichtenerzählens für dieses Thema. Was heute mit dem Buzz-Word Storytelling umschrieben wird, ist schon seit tausenden von Jahren als älteste und ursprünglichste Form der Vermittlung bekannt. Schon damals wurden Geschichten am Lagerfeuer erzählt, denn Menschen werden auf Themen aufmerksam oder gar dafür begeistert, wenn diese gelungen und spannend aufbereitet werden. Die Geschichten sollen die Adressat*innen fesseln, inspirieren, bewegen oder gar zum Handeln motivieren.

Auf die dramaturgische Methode des Storytellings wird deshalb gerne in Journalismus, Marketing, Hochschulbildung, Unternehmens- oder Forschungskommunikation zurückgegriffen. Bestimmte Erzähl-Strukturen werden angewandt, „um bestimmte effektive, kognitive oder konative Auswirkungen bei Lesenden zu erzielen“ (S. 22). Ihnen wird so ein leichter Einstieg ermöglicht, um sich mit komplexen Zusammenhängen und moralisch-ethischen Fragen zu befassen, Wissen zu erwerben oder das eigene Handeln zu verändern. Da Storytelling auch pädagogische Ziele verfolgt, sollte es sich an für die Nachhaltigkeit relevanten, ethischen Grundwerten orientieren. Außerdem sind Kompetenzen wie etwa Sachwissen, (selbst-)kritischer Umgang, Schreibtechnik oder Kreativität unerlässlich.

Im Band kommen auf 178 Seiten in acht Fachbeiträgen zu Forschung und Praxis Redakteur*innen und Expert*innen aus dem Bereich Storytelling sowie Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie Professor*innen für Umweltpsychologie, Journalistik, Lehr- und Lernforschung oder Medienpsychologie zu Wort. Nachhaltigkeit erzählen eignet sich als Einstiegslektüre und ist das Ergebnis eines von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Forschungsprojekts zur Nachhaltigkeitskommunikation. Die empirischen Studienresultate verdeutlichen die Einsatzmöglichkeiten und Grenzen des Storytellings. Ebenso wird aufgezeigt, wie Medienbeiträge in Form von Texten, Vorträgen, Ausstellungen, Science Slams, Podcasts oder Videos von Rezipient*innen der Altersgruppe zwischen 18 und 24 Jahren wahrgenommen werden und auf sie wirken. Beleuchtet wird auch das Verhältnis von Storytelling und E-Learning. Zudem werden den Lesenden Anwendungsbeispiele für nachhaltigkeitsbezogenes Storytelling aufgezeigt. Jedoch könnten gerade diese vor dem Hintergrund der wissenschaftlichen Beiträge durchaus umfassender sein. Die angegebenen Literaturhinweise können dies nur bedingt auffangen. Trotz des umfangreichen Praxisbezugs bleibt größtenteils unerwähnt, wie Soziale Netzwerke durch multimediales Erzählen zu Erzählplattformen für nachhaltigkeitsbezogene Themen werden könnten.