

WARUM DIGITALES STORYTELLING

Warum Digitales Storytelling wichtig ist und was
ihr in diesem Leitfaden darüber lernen könnt

Warum Storytelling

Wir alle haben Geschichten zu erzählen: unsere eigenen und die unserer Communities. Geschichten haben die Kraft, Bindungen und Empathie zwischen verschiedenen Gruppen von Menschen herzustellen. Geschichten befähigen uns, zu handeln und uns zu engagieren. Sie treffen uns mitten ins Herz und berühren uns auf nachhaltigere Weise als bloße Schlagzeilen oder Fakten.

Besonders angesichts der Klimakrise brauchen wir Storyteller auf der ganzen Welt, die ihre Erfahrungen, ihre Erfolge und ihre Hoffnungen mit uns allen teilen. Wenn wir unsere Communities inspirieren können, wirklich zu

verstehen und festzuhalten, was um uns herum passiert – dann können wir noch mehr Menschen dazu bewegen, sich für die notwendigen Veränderungen einzusetzen.

Wenn es um den Klimawandel geht, gibt es nicht nur eine Geschichte. Der Klimawandel betrifft uns alle, aber auf unterschiedliche Weise. Wir brauchen viele Storyteller auf der ganzen Welt, um von unseren unterschiedlichen Realitäten und den Folgen des Klimawandels vor Ort zu berichten.





Arten des Digitalen Storytellings

Es gibt viele verschiedene Arten des Digitalen Storytellings.

- 1 Persönliches Storytelling:** persönliche Erfahrungen mit anderen teilen
- 2 Storytelling im Rahmen von Kampagnen:** Geschichten erzählen, die hinter einer Themenkampagne stehen und warum sie dir wichtig sind
- 3 Digitale Reportagen:** Aktionen und Events mit der Hilfe digitaler Tools dokumentieren und mit der Online-Community teilen
- 4 Community Storytelling:** zur kollektiven Geschichte einer Gruppe beitragen

Wir hoffen, dieser Leitfaden wird dir helfen, alle diese Skills zu verbessern. Wir konzentrieren uns hier jedoch hauptsächlich auf die ersten drei.

Was dir dieser Leitfaden bietet

Dieser Leitfaden soll dir helfen:

- Deine Geschichte zu finden. Was möchtest du erzählen?
- 📱 Die richtigen digitalen Tools zu finden und wie du sie anwenden kannst. Wir konzentrieren uns auf **Text, Foto und Video**.
- 📺 Grundlegende Skills in Foto- und Videobearbeitung zu lernen.
- 🔗 Strategien zur Veröffentlichung, wenn deine Geschichte fertig ist.

Was du brauchst

Mit der Verbreitung digitaler Geräte wie Smartphones ist es heute glücklicherweise einfacher denn je, Storyteller zu werden.

Du brauchst keine ausgefallene Kamera und keinen teuren Laptop um ein digitaler Storyteller zu werden. Unsere Tipps und Strategien sind für alle nützlich, die über ein Smartphone verfügen. Du kannst einfach mit den Tools arbeiten, die du auch im Alltag benutzt.



FINDE DEINE STORY

Bevor du dir ein digitales Tool aussuchst, nimm dir Zeit, dir zu überlegen, was du sagen möchtest.

Deine Story zählt

Für eine lebendige Klimabewegung brauchen wir mehr als nur ein paar bekannte Sprecher*innen, die ihre Ideen teilen und Veränderungen anregen. Wir brauchen Menschen, die über den Globus verteilt ihre Stimmen erheben

und sich direkt an ihre Communities wenden. Niemand kennt deine Community so gut wie du. DU kannst die Person sein, die deine Community aufrüttelt und sie zum Teil der Bewegung für die Klimagerechtigkeit macht.



Die Struktur einer Story

Das Modell, dem wir hier folgen, wurde von Marshall Ganz entwickelt – einem Professor in Harvard, der seit vielen Jahren Menschen die für Veränderung eintreten hilft, ihre Geschichten zu erzählen. Für die Verbindung von Storytelling und sozialer Veränderung hat Ganz den Begriff des "Public Narrative" geprägt- das ist deine öffentliche Story.

Ganz guter "Public Narrative" setzt sich aus einer Reihe von Entscheidungspunkten zusammen, die den Handlung deines Lebens strukturieren: die **Herausforderungen**, denen du dich gestellt hast, **die Entscheidungen**, die du getroffen hast und **die Resultate, die du damit erzielt hast.**"

Diese 3 Elemente muss eine gute öffentliche Story beinhalten:

1 Deine persönliche Geschichte: was dich motiviert, deiner Berufung nachzugehen.

2 Unsere gemeinsame Geschichte: die geteilten Ziele und Visionen unserer Communitys und Organisationen.

3 Eine Story des Hier und Jetzt: die Herausforderungen, vor denen deine Community gerade steht, die Entscheidungen, die sie treffen muss, und die Hoffnung, die uns antreibt.

Indem du diese verschiedenen Elemente kombinierst, kannst du eine ganze Reihe von Geschichten erzählen und viele Leute damit erreichen.

Wenn du damit beginnst, dein eigenes "Public Narrative" zu entwerfen, stell dir vor, du stehst vor einer Menschenmenge und möchtest die Menschen überzeugen, dass sie sich deiner wichtigen Arbeit anschließen.



1 Deine persönliche Geschichte

Hier kommt eine kleine Übung. Nimm dir Zeit, über deinen eigenen Weg nachzudenken.



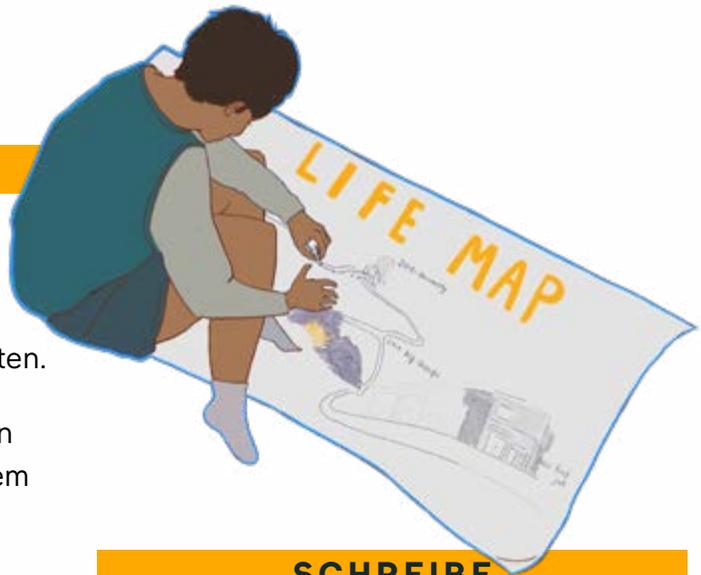
Denke daran:

Eine persönliche und kollektive Geschichte im Hier und Jetzt zu schreiben, ist eine erhellende Erfahrung. Deshalb kann dieser Prozess aber auch emotional sehr intensiv sein. Prüfe vorher, ob du dafür bereit bist. Es kann auch hilfreich sein, eine*n Freund*in zu finden, die oder der dich dabei unterstützt. Was du auch noch bedenken solltest, ist, dass sich deine Geschichte im Lauf deines Lebens verändern wird. **Alle unsere Geschichten sind also "work in progress".**

ZEICHNE

- 1 Nimm ein großes Blatt Papier und ein paar Stifte zur Hand.
- 2 Stelle dir einen Wecker auf 15 Minuten.
- 3 Zeichne auf dem Blatt Papier deinen Lebensweg bis zu dem Punkt, an dem du heute stehst.
- 4 Denke dabei nochmal an all die Herausforderungen, Entscheidungen und Resultate, die dich zu dem jetzigen Punkt in deinem Leben gebracht haben. Denke auch an die Menschen, die dich besonders beeinflusst haben.

Manche zeichnen einen Fluss, andere eine Landkarte. Du kannst selbst entscheiden, welche Form dir am passendsten erscheint.



SCHREIBE

- 1 Geh einen Schritt zurück und betrachte deine Zeichnung. Welche Muster und Themen kannst du erkennen?
- 2 Schreibe jetzt drei Sätze auf das Papier, in denen du die wichtigsten Entscheidungen zusammenfasst, die dich da hingebacht haben, wo du heute stehst.

2

Unsere gemeinsame Geschichte

Wir können schneller Veränderungen in unserem Leben bewirken, wenn wir zusammenarbeiten. Denke an die Communities, denen du dich zugehörig fühlst und an die Werte, die sie repräsentieren. Wen möchtest du gerne in deine Kampagne einbinden? Deine religiöse Gemeinde, deine Schule, deine Familie? Welche Dinge sind euch allen wichtig?

ZEICHNE

- 1 Nimm ein weiteres Blatt Papier.
- 2 Stelle dir einen Wecker auf zehn Minuten.
- 3 Zeichne ein Bild deiner Community.
- 4 Überlege nun, welche Wörter dir einfallen, um eure Gemeinschaft zu beschreiben und schreibe sie ebenfalls auf das Papier. Was sind die Gemeinsamkeiten, die euch zusammenbringen?

SCHREIBE

- 1 Nimm dir Zeit, um deine Zeichnung und die Wörter genau zu betrachten. Was fällt dir besonders auf?
- 2 Schreibe zwei Sätze über die Menschen, die du für deine Kampagne gewinnen möchtest. Wer sind sie? Worauf legen sie im Leben Wert?

3

Die Geschichte des Hier und Jetzt

Überlege dir nun, was die dringendste Herausforderung ist, die du bewältigen möchtest. Und warum ist das gerade in diesem entscheidenden Moment wichtig? Was können Menschen tun, um dieser Herausforderung zu begegnen?

ZEICHNE

- 1 Nimm ein weiteres Blatt Papier zur Hand.
- 2 Stelle wieder einen Wecker auf zehn Minuten.
- 3 Schließe die Augen und stelle dir die Zukunft vor. Wie könnte die Zukunft aussehen, wenn wir alle zusammenarbeiten? Was könnte passieren, wenn deine Kampagne erfolgreich ist?
- 4 Zeichne das Bild, das du dir vorstellst.

SCHREIBE

- 1 Trete einen Schritt zurück und denke nach.
- 2 Schreibe zwei Sätze. Welche dringenden Maßnahmen sollen die Menschen ergreifen? Und warum jetzt?





Wie du die Geschichten zusammenführst

Jetzt hast du bereits einen Entwurf der verschiedenen Teile deiner Story: deiner persönlichen Geschichte, unserer gemeinsamen Geschichte, und der Geschichte des Hier und Jetzt.

- Füge deine Sätze jetzt zusammen. Verändere die Sätze da, wo du sie anpassen musst. Lese das Ganze dir selber und deinen Freund*innen vor.
- Suche ein Bild aus, von dem du das Gefühl hast, dass es deine Story gut repräsentiert. Am besten ist natürlich eines, das du selbst gezeichnet oder fotografiert hast.

So einfach ist das – das ist der Beginn deines eigenen "Public Narrative", deiner eigenen öffentlichen Story.

Wie geht es weiter?

Eine öffentliche Story zu entwerfen und diese Tools zu benutzen, kann in vielerlei Hinsicht nützlich sein. Nimm dir die Zeit, über die folgenden Dinge nachzudenken, die für deine Geschichte wichtig sein können:

- Die Entscheidungen und Herausforderungen, die dich oder uns an einen bestimmten Punkt gebracht haben.
- Die Werte, an denen Menschen festhalten.
- Die Handlungen, die uns offenstehen.
- Die Gründe für die Dringlichkeit kollektiver Handlungen.
- Die Vision, die du verwirklichen möchtest.



DEINE STORY ERSTELLEN

Erkunde die Bausteine des digitalen Storytelling – mit einem Fokus auf Text, Fotografie und Video.

Entwerfe eine Gliederung

Im letzten Kapitel hast du gelernt, was eine gute Story auszeichnet und verschiedene Wege kennengelernt, deine eigene Erfahrung mit einer kollektiven Thematik zu verbinden.

Bevor du mit den digitalen Tools loslegen kannst, solltest du dir Zeit nehmen, um deine Ideen zu gliedern. Strukturiere deine Ideen und was du sagen willst.

Berücksichtige dabei auch folgende Fragen:

- **Wer soll deine Story sehen und warum?**
- **Was soll deine Story bei den Menschen bewirken?**

Wähle dein Medium

Es gibt viele verschiedene Arten und Weisen, eine Story online zu erzählen. Doch in diesem Leitfaden konzentrieren wir uns auf Text, Foto und Video. Sie sind die elementaren Bausteine.

Jetzt solltest du dir überlegen, welches Tool du benutzen möchtest:

Denke an dein Publikum: Wen willst du erreichen? Wie kannst du am effizientesten ihre Aufmerksamkeit gewinnen?

Denke an deine eigenen Kapazitäten, Skills und an die Technologie: Wozu hast du Zugang? Wie viel Zeit hast du zur Verfügung? Mit welchem Medium bist du am besten vertraut?

Zur Erinnerung:
Du brauchst kein
ausgefallenes
Equipment, um effizient
zu sein. Ein bisschen
Kreativität genügt!

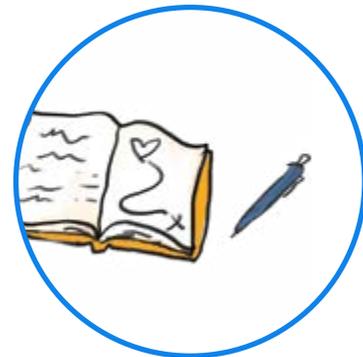


Tipps zur Erstellung der Story

SCHREIBEN

Blogposts oder Artikel zu schreiben können ein hervorragendes Mittel sein, um Geschichten mit einem breiteren Publikum zu teilen. Hier sind einige Vorschläge:

- Was weiß dein Publikum bereits über das Thema? Mache dir Gedanken darüber, wie du ein Thema so präsentieren kannst, dass so viele Menschen wie möglich es verstehen können. Es ist immer hilfreich, seine Ideen anderen laut vorzutragen und zu erklären, bevor du mit dem schreiben beginnst.
- Beginne mit einem guten Aufhänger: kennst du eine starke Anekdote oder einen wichtigen Fakt, der die Leser*innen neugierig auf die Geschichte macht? Der erste Absatz einer Geschichte ist extrem wichtig!
- Schreibe mit einer 'aktiven' Stimme. Wenn du die aktive Form benutzt, übt das Subjekt des Satzes die Handlung aus. In der passiven Form erfährt das Subjekt dagegen die Handlung, und ist nicht aktiv an ihr beteiligt.
- Schreibe so deskriptiv wie möglich, aber auch kurz und knapp. Oft sind kurze Sätze am aussagekräftigsten.





Erstellungstipps



FOTOGRAFIE & VIDEO

Foto Tipps:

Licht: Achte darauf, wo die Lichtquelle ist. Such dir eine Stelle, wo es möglichst wenig Schatten gibt.

Winkel: Probiere verschiedene Positionen aus. Wie verändert sich das Bild, wenn du die Perspektive veränderst? Mach ein ein paar Aufnahmen von weiter weg, einige aus mittlerer Entfernung und ein paar Nahaufnahmen. Nimm den Gegenstand von oben und von unten auf.

Botschaft: Was willst du mit deiner Geschichte sagen? Wie kannst du es überzeugend überbringen?

Achte darauf, dass einige Elemente deiner Botschaft auch im Bild sichtbar sind. Gibt es ein Kampagnenbanner, auf das du aufmerksam machen möchtest? Welche Gefühle und Energien vermitteln die Menschen auf dem Foto?

Hintergrund: Achte darauf, was im Hintergrund des Bildes zu sehen ist. Trägt es etwas zur Story bei? Oder lenkt es ab? Wähle einen Hintergrund, der etwas zu deiner Story beiträgt.

Diese Tipps sind auch beim Filmen von Videos wichtig. Dabei solltest du außerdem noch beachten:

Stabilität: Sorge dafür, dass du deine Kamera stabilisierst. Du kannst Gegenstände um dich herum als Stativ benutzen. Halte deine Einstellungen mindestens 5 Sekunden lang.

Audio: Eine gute Tonqualität ist entscheidend. Stelle dich dicht neben die Person, die du interviewst. Versuche, dich von störenden Geräuschen zu entfernen. Arbeite am besten mit einem Mikrofon. Wenn die Tonqualität schlecht ist, kannst du versuchen, später ein Voiceover oder Untertitel hinzuzufügen.



WAS DU BERÜCKSICHTIGEN SOLLTEST:

- Nimm dir genügend Zeit, um eine Beziehung zu den Menschen aufzubauen, die du fotografierst oder interviewst. Beziehungen sind entscheidend!
- Die Zustimmung ist wichtig. Stelle sicher, dass alle, die Teil deiner Story sind, wissen, was du mit ihren Inhalten machst. Achte darauf, dass sie sich wohlfühlen und ihre Einwilligung geben.
- Denke bei Interviews daran, offene Fragen zu stellen (also Fragen, die sich nicht einfach mit 'Ja' oder 'Nein' beantworten lassen).

**WEITERE KREATIVE IDEEN****Andere Möglichkeiten, Geschichten zu erzählen:**

Arbeite mit Gegenständen: Gegenstände können eine hervorragende Art und Weise sein, eine Geschichte zu erzählen. Wähle ein Thema aus – es kann so klein sein wie ein Schmuck- oder Kleidungsstück, oder aber so groß wie ein Fluss. Erläutere eine Thematik anhand diverser Gegenstände.

SMS und andere Kurznachrichten: auch mit Kurznachrichten kannst du Menschen erreichen. Besonders für Gemeinschaften ohne Internet oder Smartphones kann diese Methode hilfreich sein. Arbeite mit Communities zusammen, um Updates und Stories via SMS zu teilen.

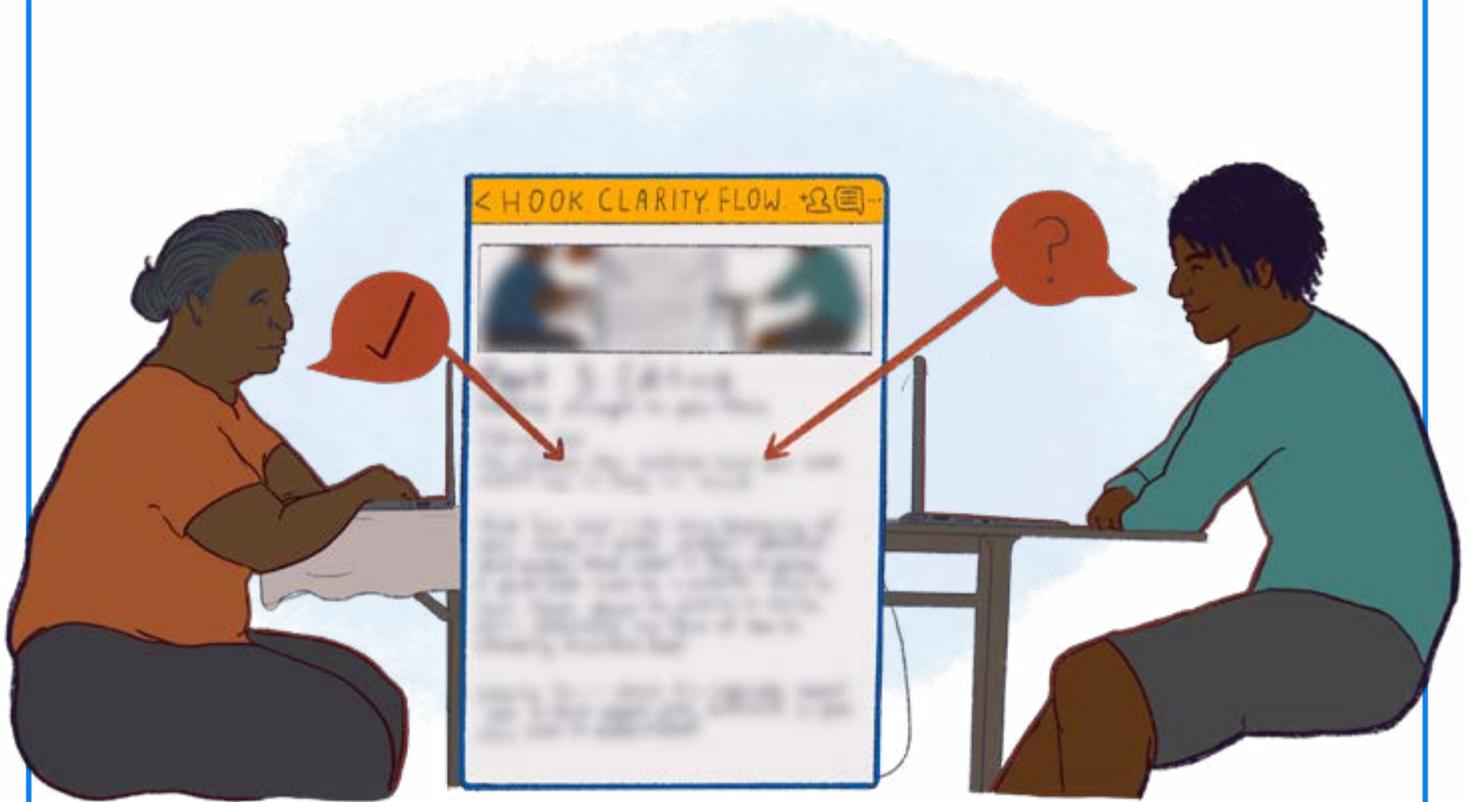
Puppentheater oder Animationen:

Nimm eine Story und verwandle sie in ein Puppentheater oder einen Animationsfilm!

Theater und Performance: Du kannst Geschichten auch als Theater oder Performance umsetzen. So kannst du die Identitäten der Leute schützen und ihre Ideen trotzdem auf anonyme Weise mit der Öffentlichkeit teilen.

Podcasts oder Audio-Dokumentationen:

Audio ist ein starkes Tool, und wenn du kreativ bist, kannst du damit eindrucksvolle und tiefgründige Geschichten schaffen.



EDITING

Verleihe deiner Geschichte Stärke, um sie so ansprechend und klar wie möglich zu gestalten.

Nachdem du den ersten Entwurf deiner Story erstellt hast, nimm dir Zeit, um sie zu bearbeiten und noch stärker zu machen.

Tipps für's Editing

Ganz gleich welches Medium du wählst, hier sind einige nützliche Dinge, die du beachten solltest:

Aufhänger: Dein Aufhänger ist der Anfang deiner Story – damit machst du die Menschen neugierig und erweckst den Wunsch, fortzufahren. Ein guter Aufhänger kann eine starke Geschichte oder Tatsache sein. Überlege dir, welche Probleme und Lösungen du präsentieren möchtest – und wie du sie lebendig präsentieren kannst.

Klarheit: Hier ist es besonders wichtig, an dein Publikum zu denken. Ist deine Geschichte klar verständlich? Wenn du zum Beispiel die Jugend auf der ganzen Welt ansprechen möchtest, aber komplizierte technische Begriffe und spezialisiertes Wissen verwendest – werden die Leute dann in der Lage sein, zu verstehen worum es geht? Achte darauf, nicht zu viele Abkürzungen und Fachausdrücke zu verwenden.

Flow: Sind die Übergänge zwischen den Teilen deiner Story fließend? Kann man dem Weg der Geschichte gut folgen? Stell dir die einzelnen Teile deiner Story wie Steine vor – es muss einfach sein, von Stein zu Stein zu springen!

Feedback: Es ist sehr schwierig, eine starke Geschichte alleine zu produzieren. Suche dir Menschen, denen du vertraust und bitte sie, einen Blick auf deine Story zu werfen. Vier Augen sehen mehr als zwei! Keine Angst vor Feedback!





Schreiben

Es gibt unzählige Bücher darüber, wie man gute und spannende Texte schreibt. Hier ein paar einfache nützliche Tipps:

Laut vorlesen: Ein einfacher Trick ist, deine Story laut zu lesen. So kannst du Fehler leichter entdecken und vermeiden.

Vereinfachen: Auch wenn viele das glauben, ist es nicht eine komplizierte und ausgefallene Sprache, die gute Schriftsteller*innen auszeichnet. Manchmal sind kurze und bündige Sätze die besten. Gehe deine Geschichte einmal durch und entledige dich aller Wörter und Absätze, die dir nicht notwendig erscheinen. Aus einem langen Satz kannst du einfach mehrere kürzere machen.

Aktive Stimme: Arbeite für einen guten Text mit der aktiven Stimme. Benutzt du die aktive Form, wird deutlich, wer die Handlung ausführt. Das ist besonders wichtig, wenn wir über den Klimawandel sprechen. Denn es geht darum, diejenigen zu identifizieren, die verantwortlich sind.

Zum Beispiel:

Aktiv: Kohle-, Öl- und Gaskonzerne haben die Atmosphäre verschmutzt.

Passiv: Die Atmosphäre wurde verschmutzt.

Kontinuität der Zeit und Erzählperspektive: Wer erzählt die Geschichte? Erzählst du sie aus deiner Perspektive (erste Person – ich/wir) oder aus einer weiteren Perspektive (dritte Person – er/sie/es)? Erzählst du deine Geschichte in der Vergangenheit, im Präsens oder Futur? Achte darauf, dass du immer dieselbe Zeit verwendest.

Fotos

Hier sind ein paar einfache Tipps für deine Fotobearbeitung. Online findest du zahlreiche gute Anleitungen, die mehr ins Detail gehen. Aber falls deine Zeit knapp ist – hiermit kannst du beginnen:

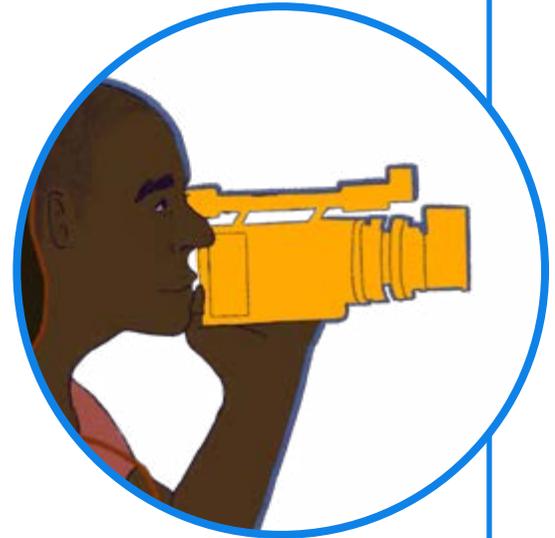
Helligkeit: Eine Änderung der Helligkeit oder Belichtung kann ein Foto wirklich verändern. (Es sollte aber auch nicht zu hell sein).

Kontrast/Highlights: Die Anpassung von Kontrast und Highlights kann dir dabei helfen, die wichtigen Details des Bildes besser zur Geltung zu bringen.

Zuschneiden: Du brauchst nicht immer den gesamten Ausschnitt des Originalfotos. Schneide das Foto auf die Teile des Bildes zu, die am wichtigsten sind.

Je höher die Auflösung des Fotos, desto besser.





Videos

Video editing can get pretty complex. It is up to you how advanced you want Videobearbeitung kann ziemlich kompliziert sein. Es liegt an dir, wie weit du gehen möchtest. Möchtest du die Aufnahme eher im Rohzustand belassen, oder lieber viele Übergänge und Effekte einbauen? Hier sind ein paar Schritte, die dir dabei helfen können:

Wähle dein Tool: Für die Videobearbeitung hast du zahlreiche Optionen, von sehr einfachen zu extrem komplizierten Lösungen. Such dir ein Tool aus, mit dem du dich wohlfühlst. Weiter unten findest du eine Liste mit Programmen.

Storyboard und Auswahl: Was in deinem Video im Mittelpunkt stehen soll, ist deine Story. Erstelle einen Plan der Struktur, bevor du mit dem Editing beginnst.

Such dir aus deinem Filmmaterial die dynamischsten und spannendsten Sequenzen aus.

Text und Grafik: Füge deinem Video Text und Grafiken hinzu. Diese können so einfach oder komplex sein wie du möchtest.

Übergänge: Erstelle Übergänge zwischen den einzelnen Szenen. Die App TikTok kann dir dabei helfen, gute Übergänge für dein Video zu finden – etwa indem du deinen Körper oder Gegenstände benutzt. Auch in deiner Videobearbeitungs-Software gibt es dafür verschiedene Tools.

Musik: Eine angenehme oder spannende Hintergrundmusik hat oft den Vorteil, die Menschen mit den Inhalten und Emotionen eines Videos zu verbinden. Viele Videobearbeitungsprogramme haben kostenlose Musik, die du verwenden kannst. Wähle eine Musik aus, die zu deinem Video passt, aber achte auch darauf, dass sie nicht den Inhalt deines Videos übertönt.

Vorgeschlagene Apps

Foto



Adobe Lightroom



Video

KOSTENLOS



Adobe Spark Video



Animoto



Adobe Premiere Rush



KineMaster



iMovie

FÜR FORTGESCHRITTENE



Adobe Premiere



VERÖFFENTLICHEN & TEILEN

Wie du deine Story mit der Welt teilst.

Du hast jetzt eine mitreißende Geschichte geschaffen, aber du bist noch nicht ganz fertig. Jetzt geht es darum, sie zu verbreiten und sie mit der Welt zu teilen.

Zur Vorbereitung

Stelle sicher, dass jemand einen letzten Blick auf die Story geworfen hat.

Was du beachten solltest:

- Wer soll deine Story sehen? (Sei so präzise wie möglich).
- Woher bezieht deine Zielgruppe ihre Informationen? Wenn du zum Beispiel junge Menschen erreichen möchtest: suchen sie ihre Informationen eher auf Instagram oder auf Blogs? Gibt es spezielle Websites oder Accounts, die sie häufig benutzen?
- Was sollen die Menschen tun, wenn sie deine Story gesehen haben? Hast du einen konkreten Handlungsaufruf?
- Wo möchtest du deine Story unterbringen? Auf einer Blog-Plattform wie Medium? Auf einer anderen Website? Oder direkt in den sozialen Netzwerken?

Tipps für Social Media

Soziale Netzwerke sind eine kostenlose Möglichkeit, deine Stories online zu teilen. Wir sind nicht länger darauf angewiesen, dass Journalist*innen und Websites unsere Stories aufgreifen.

Doch die sozialen Netzwerke sind mit Inhalten nur so überfüllt. Wir müssen also auch Strategien entwickeln, wie wir unsere Stories teilen und posten. In den sozialen Netzwerken **bleibt dir oft nur der Bruchteil einer Sekunde, um die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen.** Deshalb sind einige wichtige Dinge zu beachten. Du musst die Menschen von Beginn an für deine Story begeistern. Achte besonders auf:

- dein Bild
- deine Überschrift / deinen Titel
- deinen Aufruf zum Teilen

Weil die Social-Media-Plattformen sich ständig verändern, sammeln wir von 350.org regelmäßig Informationen darüber, was funktioniert und was nicht. [In diesem Dokument findest du die neusten Trends und Tipps \(auf Englisch\) ↗](#)



Sag es weiter

Deine Story in den sozialen Netzwerken zu posten, ist ein erster Schritt. Nutze dein Netzwerk von Unterstützer*innen und Freund*innen, um sicherzustellen, dass deine Story weite Verbreitung findet. Stelle sicher, dass deine Story Wirkung zeigt.

Hier sind ein paar Tipps:

- Wer sind deine Partner*innen? Welche Journalist*innen, NGOs, Influencer in den sozialen Medien, Communitys und Nachrichtenagenturen können dir helfen, deine Story zu verbreiten?

Sende ihnen eine persönliche Nachricht und bitte sie, deine Story zu teilen. Deine Beziehungen sind ein wichtiges Mittel, damit deine Story gesehen wird.

- Gibt es bestimmte Zielgruppen deiner Kampagne, die du erreichen möchtest? Wie kannst du dafür sorgen, dass Politiker*innen, Konzerne und andere Zielgruppen von deiner Story Wind bekommen?

Du kannst ihnen deine Story per Email schicken, oder viele Menschen engagieren und einen Twitterstorm in die Wege leiten.

Es ist wichtig, immer neue Dinge auszuprobieren! Wenn etwas nicht funktioniert – werde kreativ und finde einen neuen Weg.

→ Teile deine Story mit uns! Du kannst das 350.org Team über unsere Kanäle in Social Media erreichen. Tagge uns in deinen Inhalten und sende uns eine persönliche Nachricht.

ENGAGIERE DICH

Probiere neue Wege aus, Storytelling für sozialen Wandel zu nutzen.

Du weißt nicht, wie du dich in der Klimabewegung engagieren kannst, aber möchtest dich mit deinen Skills einbringen? Hier sind ein paar Vorschläge:

- 1 Finde eine lokale Gruppe in deiner Nähe:** Wir sind viel stärker, wenn wir zusammenarbeiten. Starte eine kleine Recherche und finde heraus, welche Netzwerke für den Klimaschutz bereits in deiner Gegend existieren. Werfe einen Blick auf die Karte auf gofossilfree.org/de/#map.
- 2 Finde weitere Trainings:** Du willst mehr über Klimakampagnen, Klimawissenschaften und andere Aktivitäten erfahren? Gehe auf de.trainings.350.org für Trainings, Workshops und weitere Ressourcen.
- 3 Werde künstlerisch tätig:** Nicht nur digitale Medien sind wichtig. Willst du die Klimabewegung mit deiner Kunst unterstützen? Auf art.350.org findest du Tools und Leitfäden für deine künstlerische Praxis.