

Storytelling, die göttliche Kommunikation



Die eigene Botschaft verständlich kommunizieren

Quelle: envato/ BrianAJackson

Täglich prasseln 4000 bis 5000 Werbebotschaften auf uns ein. Wie schaffen wir es da, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu bekommen und die eigene Botschaft verständlich zu kommunizieren? Am Weiterbildungstag gibt es fundierte Inputs.

Wir leben in einer Informationsgesellschaft. Und die hat ein Problem: Es gibt deutlich mehr Informationen, als wir Menschen verarbeiten können. Da wird die Aufmerksamkeit zu einer knappen Ressource. Aufmerksamkeit ist gemäss der Definition im Brockhaus ein «psychischer Zustand [...], bei dem das Bewusstsein auf bestimmte Objekte, Vorgänge, Gedanken ausgerichtet ist.» Aufmerksamkeit ist ein kostbares Gut. Denn sie kostet Zeit. Zeit, die die Menschen bereit sind, in uns zu investieren.

In dieser Reizüberflutung wird es laufend anspruchsvoller, sich noch bemerkbar zu machen. Die schlechte Nachricht ist: Die Menschen können immer weniger lang aufmerksam zu hören. Studien zeigten, dass die durchschnittliche Aufmerksamkeits-Zeitspanne im Jahr 2000 noch zwölf Sekunden, sie ist 2013 auf acht Sekunden gesunken. Das ist weniger als bei Goldfischen, die im Durchschnitt neun Sekunden aufmerksam sein können. Die durchschnittliche Länge eines angeschauten Internetvideos ist 2013 auf 2,7 Minuten gesunken und liegt jetzt noch bei weniger als einer Minute. Im Büro checken die Angestellten ihre E-Mails rund 30 Mal pro Stunde und Smartphones werden heute mehr als 150 Mal pro Tag zur Hand genommen.

Gute Geschichten verändern Verhalten

Eine gute Geschichte hat die Macht, das Verhalten zu ändern. Und die Welt. Das sind Geschichten, die unvergesslich bleiben. Einzigartige Erzählungen, die sorgfältig ausgearbeitet und im richtigen Umfeld zum Leben erweckt werden. Beim Storytelling geht es darum, Geschichten zu erzählen, die Emotionen wecken und die Menschen auf einer tieferen Ebene ansprechen. Vom Geschichten erzählen (Storytelling) bis zur Gründung einer neuen gesellschaftlichen Gruppe (Community building): Jesus spielte auf der ganzen Klaviatur des modernen Marketings. Nicht weil er sein Leben auf die Regeln von gutem Marketing ausgerichtet hatte, sondern weil gutes Marketing wie das Leben von Jesus funktioniert.

Gute Kommunikation für Kirchen und Werke

Storytelling ist ein Schwerpunkt am [Weiterbildungstag Kommunikation & Medien](#) für Kirchen. Der Hauptreferent [Jyoti Gupta](#) veröffentlichte mit 17 Jahren seinen ersten Fantasy-Roman. Er wurde als Zwilling in England geboren und wuchs in der Schweiz auf. Sein Vater stammt aus Indien, seine Mutter aus England. Inzwischen hat Jyoti 20 Jahre lang die Struktur von Geschichten erforscht und mehrere Belletristik- und Sachbuch-Bestseller verfasst. Er ist Dozent an renommierten Universitäten und Berater von Führungskräften auf fünf Kontinenten. Seine Erkenntnisse hat er in einem 100-seitigen Leitfaden zusammengefasst: «Business Storytelling vom Hype zum Hack» wurde zum Amazon-Bestseller und vom Chef des grössten Unternehmens der Welt gelobt.

Neben der Keynote wird Jyoti Gupta zur Vertiefung auch einen Workshop anbieten. Daneben gibt es weitere praktische Workshops zu Überleben im

Shitstorm oder Campaigning mit der Heilsarmee sowie die bewährten Workshops von Ladina Spiess (Die Kunst des Fragens) und Willi Näf (Kreatives Schreiben) oder Jonathan Merz (Podcast). Auch EKS-Kommunikationschef Stephan Jütte (Milieugerechte Kommunikation) und Social-Media-Pfarrerin Mirja Zimmermann werden Workshops bestreiten.

Der Weiterbildungstag ist für all jene, die in kirchlichen Gemeinden oder christlichen Werken eine Kommunikationsaufgabe wahrnehmen. Profitieren können Personen, die beispielsweise für die Gemeindezeitung verantwortlich sind, jede Woche den Newsletter schreiben und versenden, die Website des Werkes pflegen oder für die Mitteilungen im Gottesdienst verantwortlich sind. Organisiert wird der Weiterbildungstag vom Dachverband Freikirchen.ch und der Schweizerischen Evangelischen Allianz (SEA) in Kooperation mit der Evangelisch-reformierten Kirche Schweiz (EKS), ERF Medien, Fenster zum Sonntag, Konferenz Mennoniten Schweiz, Livenet, IDEA Schweiz, Heilsarmee, Prisma Academy, SCM Bundes-Verlag (Schweiz), tsc.education, Verein cnm.ch und der Viva Kirche. Anmelden kann man sich [hier](#).

Dieser Artikel erschien zuerst auf [Dienstagsmail](#).

Zur Website:

[Weiterbildungstag Kommunikation & Medien](#)

Zum Thema:

[Weiterbildung Medien: Wie kommuniziert deine Kirche?](#)

[Weiterbildungstag: Es herrscht Fachkräftemangel in der Kommunikation](#)

[Klaus Motoki Tonn: «Die Kirche der Zukunft ist eine hörende Kirche»](#)

Datum: 30.01.2025

Autor: Markus Baumgartner

Quelle: Dienstagsmail

Tags

[Christen in der Gesellschaft](#)

[Kirchen und Werke](#)

[Soziale Medien](#)

[Schweiz](#)