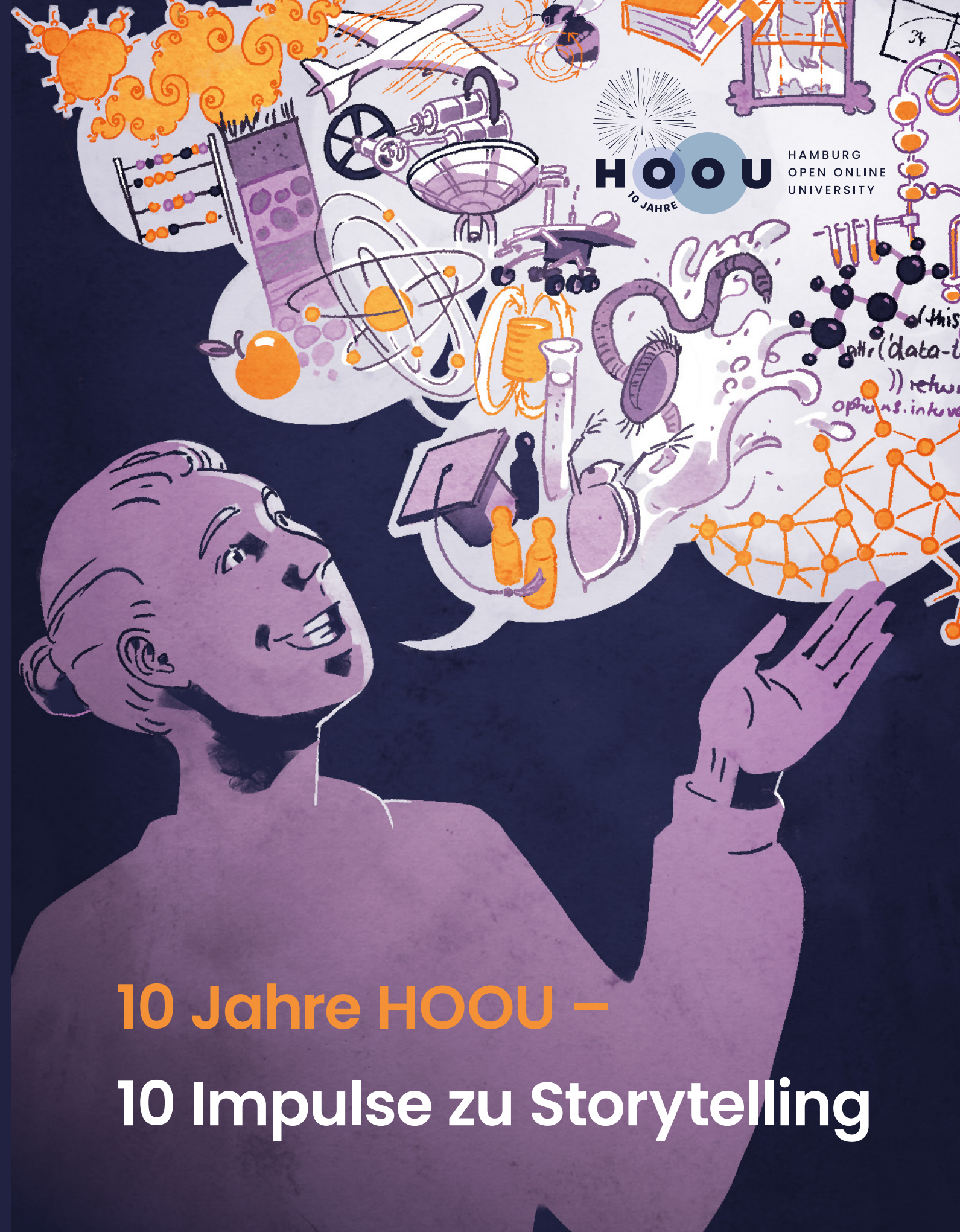




10 Jahre HOOU – 10 Impulse zu Storytelling



10 Wege, Wissenschaft zu erzählen

Seit mehr als 10 Jahren öffnen wir als Hamburg Open Online University (HOOU) Hochschulwissen für alle, die mehr lernen wollen. Und immer wieder stellen wir uns die Frage: Wie erreicht unser Wissen die Menschen, für die es wirklich relevant ist?

„Mit gutem Storytelling“ lautet eine naheliegende Antwort. Wir denken: So einfach ist es nicht. Geschichten können wissenschaftliche Inhalte zugänglich machen, sie können aber auch glätten, zuspitzen oder verkürzen, wo Differenzierung nötig wäre.

Genau dieser Spannung haben wir uns im HOOU-Storytelling-Labor der HAW Hamburg gewidmet. Forschende, Lehrende und Projektverantwortliche haben unter Anleitung eigene Themen entwickelt – mit Werkzeugen wie der Drei-Akt-Struktur oder der Held*innenreise – und erprobt, wie gut Storytelling funktioniert. Entstanden sind sehr unterschiedliche Geschichten, z. B. ein Comic über rechtliche Unsicherheiten bei OER, eine Reise in den Mikrokosmos eines Badesees und eine Hamburger Motivkampagne.

Die zehn Impulse zeigen nicht den einen richtigen Weg. Sie zeigen, wie vielfältig sich wissenschaftliche Themen erzählen lassen und an welchen Stellen es sich lohnt, genau hinzusehen und kritisch zu reflektieren.

Viel Spaß beim Lesen, Lernen und (Weiter-)Erzählen!

Ihr Team HOOU@HAW Hamburg

August 2026

01 /

S. 6–11

Erzählen oder erklären?

Von Julia Bieck

02 /

S. 12–15

Warum Wissenschaft Geschichten braucht

Interview mit Karin Thier | Von Meena Stavesand

03 /

S. 18–27

**(K)ein Drama, (k)ein Held*innenepos und (k)ein
Happy End?**

Von Julia Bieck

04 /

S. 28–35

Whirlpool statt Haifischbecken

Von Julia Bieck

05 /

S. 36–39

Held*innen auf dem Weg zum Gemeinwohl

Interview mit Ellen Pflaum | Von Meena Stavesand

06 /

S. 40–47

Tauchgang für mehr Tiefe

Von Julia Bieck

07 /

S. 48–55

Hamburg teilt, was Hamburg weiß

Interview mit Julia Bieck | Von Meena Stavesand

08 /

S. 56–63

Die göttliche Physikerkomödie

Von Carsten Westarp

09 /

S. 64–71

Die Macht des Erzählens

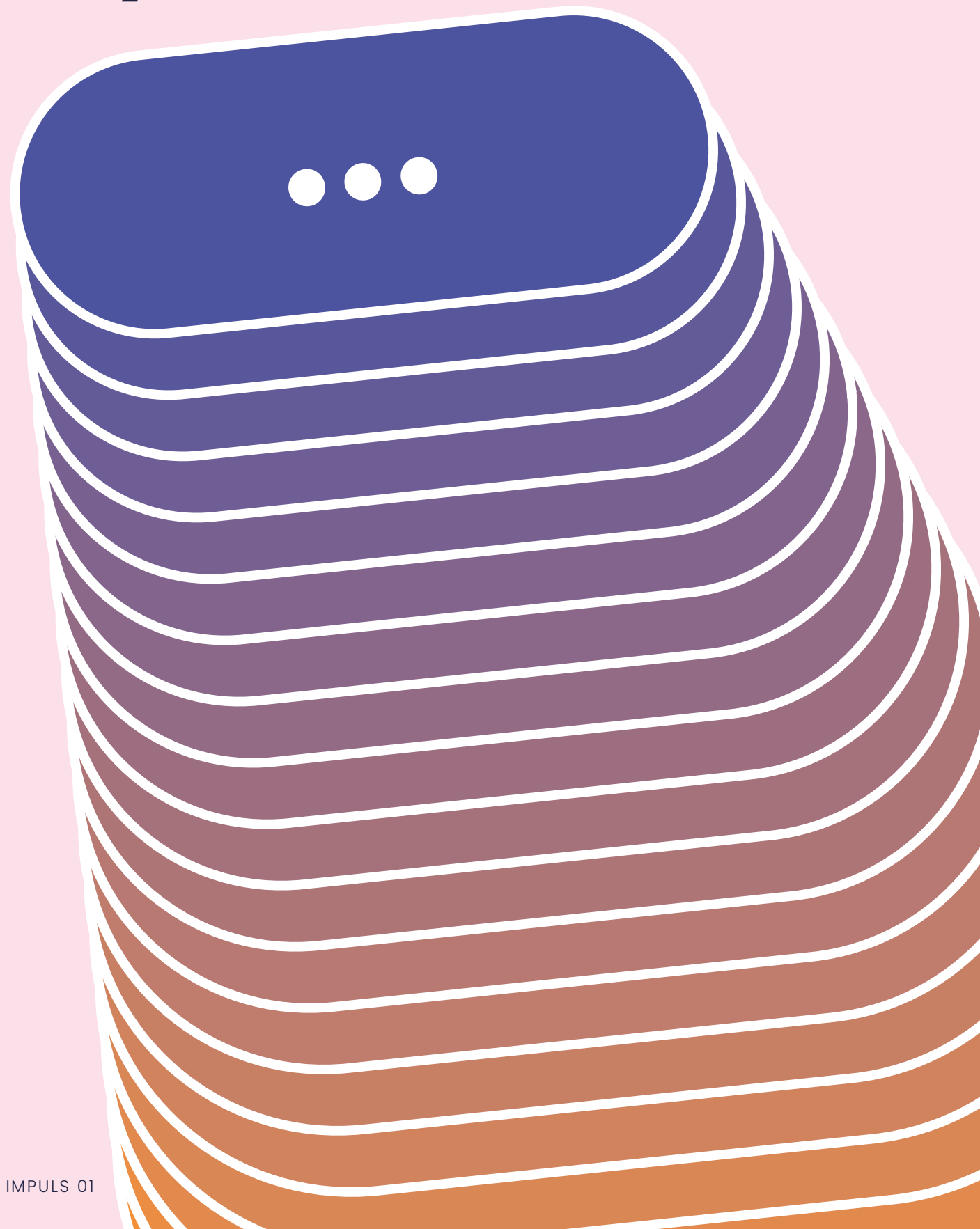
Von Julia Bieck

10 /

S. 72–77

Wenn Genies wieder sprechen

Von Meena Stavesand



Erzählen oder erklären?

Wie kann es gelingen, wissenschaftliche Inhalte so darzustellen, dass sie verständlich und zugleich präzise sind? Storytelling kann ein Weg sein – nicht nur als Darstellungsform, sondern schon als Werkzeug zum Denken und Strukturieren. Dieser Impuls zeigt, welches Potenzial darin steckt und wann es sich lohnt.

Von Julia Bieck

Wissenschaft steht unter dem Erwartungsdruck, Ergebnisse und Vorgehensweisen verständlich zu vermitteln. Das gilt besonders dort, wo wissenschaftliche Erkenntnisse in gesellschaftliche Aushandlungsprozesse hineinwirken und weitreichende (politische) Entscheidungen betreffen. Fachpublikationen, Abstracts oder Projektberichte erreichen viele Menschen allerdings nur begrenzt. Begriffe wie „Evidenz“, „Peer Review“ oder „Datenlage“ stehen zwar für wissenschaftliche Qualitätsstandards, sprechen aber oft nur diejenigen an, die bereits einen Bezug zum Thema haben. So weist Schinko-Fischli darauf hin, dass eine überwiegend auf Fakten basierte Kommunikation häufig dort an Grenzen stößt, wo sie nicht an die Lebenswelt der Rezipient*innen anschließt. Das führt dazu, dass sich Menschen an Informationen

weniger gut erinnern können (Schinko-Fischli, 2025).¹

Gleichzeitig konkurriert Wissenschaftskommunikation im Nachrichten- und Social-Media-Umfeld mit Formaten, die niedrigschwellig und vereinfachend erzählen und teilweise scheinwissenschaftliche Deutungen oder Verschwörungserzählungen verbreiten (Vosoughi et al., 2018).² Schinko-Fischli erklärt, dass eingängige Erzählformen solche Deutungen begünstigen können, weil sie als scheinbar einfache Sinnangebote leicht zugänglich sind und schneller weiterverbreitet werden (Schinko-Fischli, 2025).¹

Kann Storytelling eine Antwort auf diese Herausforderungen sein? Erzählerische Darstellungen können komplexe Inhalte etwa über kon-

¹ Schinko-Fischli, Susanne (2025): Storytelling ganz konkret: Anwendungsfelder und Beispiele von Storytelling in der Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und im Training. Wiesbaden: Springer Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-48465-1>

² Vosoughi, Soroush; Roy, Deb; Aral, Sinan (2018): The spread of true and false news online. In: Science, 359(6380), S. 1146–1151.
<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

krete Beispiele und Perspektiven vermitteln und so Relevanz und Zusammenhänge verdeutlichen (Dahlstrom, 2014).³ Für wissenschaftliche Videos zeigen Studien, dass narrative Elemente Interesse und Verständlichkeit insbesondere bei nicht-spezialisierten Zielgruppen erhöhen können (Baranovska-Bölter et al., 2022).⁴

Diese Potenziale sind gut belegt, zugleich lohnt sich der Blick auf mögliche „Risiken und Nebenwirkungen“ narrativer Erzählformate.

Zu einfach gedacht? Kritik an Storytelling in der Wissenschaftskommunikation

Storytelling gilt in der Wissenschaftskommunikation oft als naheliegender Ansatz, um Aufmerksamkeit zu gewinnen und Inhalte „greifbar“ zu machen. Kritiker*innen warnen jedoch davor, dass bei einer erzählerischen Darstellung wissenschaftlicher Inhalte leicht Erwartungen entstehen, die aus dramaturgisch geprägten Erzählkontexten stammen – etwa ein Spannungsbogen, klare Konflikte, eine eindeutige Auflösung oder „starke“ Figuren. Diese Erwartungen können dazu verleiten, dass ein Thema so zugeschnitten wird, dass es „gut

erzählt“ werden kann und typische Merkmale wissenschaftlicher Arbeit wie Vorläufigkeit, konkurrierende Erklärungen oder methodische Einschränkungen zu stark geglättet werden.

Julika Griem beschreibt diesen Mechanismus als Tendenz zur „Narrativisierung“ und „Eventisierung“. Beides kann problematische Vereinfachungen begünstigen, weil dabei unspektakuläre, aber zentrale Dimensionen wissenschaftlicher Praxis wie Routinen oder methodische Umwege ausgeblendet werden. Außerdem benennt sie Personalisierung, Dramatisierung und Heldenbildung als potenzielle Risiken, gegen die sie in der Wissenschaftskommunikation bewusst „anarbeitet“ (Griem, 2018).⁵

Empirische Studien stützen diese Skepsis teilweise. Baranovska-Bölter et al. (2022)⁴ zeigen in ihrer Studie zu wissenschaftlichen Videos, dass narrative Elemente zwar Verständlichkeit und Interesse erhöhen können, zugleich aber ein Risiko entsteht: Je stärker eine Darstellung dramaturgisch zugespitzt werde, desto eher werde die Darstellung zugunsten erzählerischer Geschlossenheit verdichtet, sodass wissenschaftliche Einordnungen, Grenzen und Differenzierungen an Sichtbarkeit verlieren.

Noch grundsätzlicher fällt die Kritik bei Byung-Chul Han aus. In seinem Essay *Die Krise der Narration* beschreibt er Storytelling als Technik, die in Politik und Ökonomie eingesetzt werden kann, um Aufmerksamkeit zu steuern und Zustimmung zu erzeugen. Für wissenschaftliche Kontexte ist daran vor allem das Manipulationspotenzial relevant: Wenn narrative Formen primär Wirkung erzeugen sollen, geraten Kriterien wie „wissenschaftliche Redlichkeit“, Kontextualisierung und Vorläufigkeit in den Hintergrund (Han, 2023).⁶

Struktur durch Storytelling

Gemeinsam markieren diese Positionen einen Kernkonflikt: Narrative Mittel können Verständlichkeit und Anschaulichkeit erhöhen, während die Sichtbarkeit von methodischer Transparenz oder eindeutiger Darstellung von Unsicherheiten sinkt. Dieser Beitrag möchte daher Storytelling als persönlichen Denk- und Strukturierungsansatz vorstellen, der dabei hilft, Fragen, Vorgehen, Ergebnisse oder Grenzen zu ordnen. Dabei muss nicht jede erzählerische Skizze zu einer veröffentlichungsreifen Fassung ausgearbeitet werden.

Dramaturgie statt Dramatisierung

Beim Begriff Storytelling entsteht manchmal vorschnell das Bild einer dramatisch aufgeladenen Geschichte. Karin Thier, die das HOOU-

Storytelling-Labor 2025 geleitet hat, formuliert dazu eine klare Unterscheidung:

„Dramatisierung ist Übertreibung. Dramaturgie ist Struktur.“ (Thier, 2025)⁷

Daraus lässt sich für wissenschaftliche Kontexte ableiten: Eine gute Geschichte muss nicht extremer oder emotionaler sein als das Thema oder der Forschungsgegenstand. Sie braucht vor allem eine nachvollziehbare Struktur, die der Zielgruppe hilft, die zentrale Aussage zu erfassen.

Bestenfalls werden durch diese Struktur auch Auswahlentscheidungen sichtbar: Was ist zentral? Wo liegen Grenzen des Wissens? Welche Fragen bleiben offen? In diesem Sinne kann Storytelling als kognitives Werkzeug dienen, das zunächst die eigenen Gedanken ordnet und Botschaften präziser formuliert, ohne wissenschaftliche Evidenz zu unterlaufen.

Storytelling als Werkzeug in Lehre und Transfer

Neben der erwähnten Kritik gibt es zahlreiche Ansätze, Storytelling gezielt für Lehre und Wissenschaftskommunikation zu nutzen. In der Hochschullehre beschreiben hochschuldidaktische Beiträge typische „Verstehenseffekte“, wenn z. B. eine abstrakte Formel oder Theorie durch eine Fallgeschichte situativ konkretisiert

³ Dahlstrom, Michael F. (2014): Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. In: Proceedings of the National Academy of Sciences, 111 (Suppl. 4), S. 13614–13620. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111>

⁴ Baranovska-Bölter, Marianna; Hebbel-Seeger, Andreas; Kopischke, André (2022): Storytelling und Wissenschaftskommunikation im Video. In: Groß, Nele; Preiß, Jennifer; Paul, Daria; Brase, Alexa; Reinmann, Gabi (Hrsg.): Student Crowd Research. Video-basiertes Lernen durch Forschung zur Nachhaltigkeit. Münster; New York: Waxmann, S. 173–186. <https://doi.org/10.25656/01:26749>

⁵ Griem, Julika (2018): Zumutungen. Wissenschaftskommunikation und ihre Widersprüche. Keynote beim Forum Wissenschaftskommunikation 2018 (Bonn, 07.11.2018). Bonn: Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG). <https://www.dfg.de/resource/blob/173414/93e5c16bcd3c97e46e80afeeba2a5f3/181107-keynote-fwk18-griem-data.pdf> (zuletzt aufgerufen im April 2026).

⁶ Han, Byung-Chul (2023): Die Krise der Narration. Berlin: Matthes & Seitz.

⁷ Thier, Karin (2025): Aussage im Rahmen des HOOU-Storytelling-Labors. Workshop am 16.06.2025, HAW Hamburg.

wird: Studierende verstehen besser, wozu ein Konzept dient, wenn sie es in einer konkreten Anwendungssituation erleben (Friedmann, 2019).⁸

Auch im Forschungsalltag kann eine narrative Rahmung sinnvoll sein, etwa bei Förderanträgen, interdisziplinären Projekten oder der Zusammenarbeit mit Praxispartner*innen. Hier geht es nicht darum, Geschichten zu erfinden, sondern darum, Projektziele, Problemlagen und erwartete Wirkungen so zu formulieren, dass auch fachfremde Adressat*innen Zugang finden. Storytelling ist vor diesem Hintergrund eine Methode, die bereits bei der Strukturierung von Argumenten und Kommunikationsanlässen ansetzt und kein ausschmückendes Element ist, das nachträglich auf wissenschaftliche Inhalte „gelegt“ wird.

Entscheidend ist deshalb, dass narrative Formen nicht an die Stelle wissenschaftlicher Argumentation treten. Sie können Verständlichkeit, Motivation und Anschlussfähigkeit erhöhen, ersetzen aber weder Methodenreflexion noch Begründungspflichten. So kann ein erzähltes Beispiel Interesse wecken, die eigentliche Beurteilung bleibt an Daten, Verfahren und Belege gebunden (Schäfer, 2021).⁹

Verantwortung im Umgang mit Geschichten

Viele der grundsätzlichen Fragen rund um Macht, Repräsentation und machtsensibles Erzählen werden in **Impuls 09** eingehender aufgegriffen. Für den Einstieg in das Thema Storytelling lassen sich jedoch einige Grundprinzipien formulieren:

Wer erzählt, trifft Auswahlentscheidungen. Bestimmte Perspektiven werden sichtbar, andere bleiben unsichtbar. Protagonist*innen erhalten Rollen und damit Eigenschaften sowie Handlungsmacht, komplexe Zusammenhänge werden auf bestimmte Konfliktlinien reduziert.

Wer Storytelling einsetzt, sollte sich deshalb grundsätzlich fragen:

- Welche Deutungen stärkt die Erzählung?
- Welche (Forschungs-)Ergebnisse oder Personengruppen treten in den Vordergrund?
- Welche Aspekte werden verkürzt und ist diese Verkürzung vertretbar?

Hinzu kommen rechtliche und ethische Fragen: Wenn reale Personen in Geschichten vorkommen, braucht es Einwilligungen und eine sorg-

fältige Abwägung, wie offen über Erfahrungen, Hürden oder Konflikte erzählt werden darf. Auch hier gilt: Narrative Formen machen angreifbar, sie können Betroffene stärken, aber auch exponieren. Sensibilität und Rücksprache sind deshalb Teil einer verantwortungsvollen Erzählpraxis.

Das HOOU-Storytelling-Labor als Erprobungsraum

Das HOOU-Storytelling-Labor, in dem die Idee für diese Broschüre entstanden ist, war als geschützter Erprobungsraum angelegt. In dieser Workshopreihe arbeiteten Forschende, Lehrende und HOOU-Projektbeteiligte an eigenen Themen und erprobten Storytelling als methodischen Zugang zur Strukturierung und Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte. Die Teilnehmenden lernten unterschiedliche Erzählmodelle und Werkzeuge kennen, entwickelten erste Entwürfe, setzten sie in kurzen Erzählskizzen um (und verwurfen sie wieder) und schärfen ihre Geschichten durch Feedback der Gruppe und der Referentin.

Entstanden sind sehr unterschiedliche Geschichten, die in dieser Broschüre als Impulse abgedruckt sind. Sie verstehen sich nicht als Musterlösungen, sondern zeigen, wie vielfältig sich wissenschaftliche Themen erzählen lassen.

⁸ Friedmann, Joachim (2019): Storytelling – Die Vermittlung narrativer Gestaltungsprinzipien in der Hochschullehre. In: Berendt, Brigitte (Hrsg.): Neues Handbuch Hochschullehre. Teil A: Lehren und Lernen, Bereich 3: Neue Lehr- und Lernkonzepte, Beitrag A 3.27. Berlin: DUZ Verlags- und Medienhaus, S. 19–36.

⁹ Schäfer, Mike S. (2021): Evidenz statt Story? Evidenz und Story! Gastbeitrag auf Wissenschaftskommunikation.de, 22. Januar 2021. <https://www.wissenschaftskommunikation.de/evidenz-statt-story-evidenz-und-story-45133/> (zuletzt aufgerufen im April 2026).



Karin Thier ist seit über 20 Jahren Expertin für die Entwicklung und den Einsatz von Storytelling in den Kontexten Wissenschaftskommunikation, Wissens- und Changemanagement, Digitalisierung. Sie ist Mitgründerin des Beratungsnetzwerkes NARRATA Consult. Seit 2021 ist sie als Professorin für Pädagogik an der IU Internationale Hochschule tätig.

Warum Wissenschaft Geschichten braucht

Geschichten bewegen – auch in der Wissenschaft. Aber wie wird aus einem wissenschaftlichen Thema eine Erzählung, die Menschen wirklich erreicht? Karin Thier beschäftigt sich seit vielen Jahren mit genau dieser Frage. Als Referentin des Storytelling-Labors der HOOU hat sie gemeinsam mit Wissenschaftler*innen und Hochschulmitarbeitenden Methoden ausprobiert, mit denen sich komplexe Inhalte in wirksame Geschichten übersetzen lassen. Im Gespräch erzählt sie, warum gute Geschichten Menschen schlauer machen, was das mit Dramaturgie zu tun hat und warum es sich die Wissenschaft nicht mehr leisten kann, narratives Denken zu ignorieren.

Interview mit Karin Thier | Von Meena Stavesand

Karin, was war für dich der Schlüsselmoment, in dem du gemerkt hast: Geschichten wirken anders als reine Fakten?

Das war 2005 in einem Workshop mit Stephen Denning, Autor und Vordenker für agiles Management, Leadership und organisationales Storytelling. Vor einer Gruppe von 120 Manager*innen und Berater*innen forderte er uns auf, uns nicht wie üblich vorzustellen, sondern die Geschichte hinter dem wichtigsten Moment unseres Berufslebens zu erzählen. Innerhalb kürzester Zeit entstand eine konkrete Vorstellung davon, wofür eine Person steht, was ihr wirklich wichtig ist und was ich daraus für mich mitnehmen kann. Es war fast magisch zu erleben, dass so etwas mit so niederschweligen, narrativen Mitteln möglich ist.

Trotzdem begegnet einem oft der Einwand: „Storytelling ist doch nur Dramatisierung.“ Was entgegnest du?

Bei Storytelling geht es nicht um Dramatisierung, sondern um Dramaturgie. Dramatisierung ist Übertreibung, Dramaturgie ist Struktur. Storytelling liefert eine kognitive Schiene, auf der Informationen besser verstanden und erinnert werden können. Die Chancen, die das für eine verständliche Wissenschaftskommunikation bietet, nicht zu nutzen – das kann sich die Wissenschaft heute nicht mehr leisten.

Was macht eine gute Geschichte für dich aus?

Sie sollte für die Zielgruppe eine wichtige Botschaft enthalten und einen erkennbaren Wandel aufzeigen. Sie hat einen relevanten,

interessanten Konflikt, bleibt bei der Evidenz und vermeidet Marketingglitter. Auf den Punkt gebracht: Eine gute Geschichte macht Menschen schlauer.

Hast du einen typischen Prozess beim Entwickeln von Geschichten?

Der Ausgangspunkt ist immer die Frage: Was soll das Publikum hinterher wissen, fühlen, tun? Dann geht es ans Gerüst – das, was ich das Story-Haus nenne: Kernaussage, Protagonist*innen, Konflikt, Emotionen, Medien. Wenn das alles schlüssig ist, wähle ich die passende Geschichtsform, etwa den klassischen Drei-Akter oder die Held*innenreise. Dann wird ein Prototyp erstellt, getestet und immer wieder angepasst. Das alles passiert sehr methoden-geleitet – und ich erlebe immer wieder, wie überrascht Menschen sind, wenn sie merken, dass man gute Geschichten systematisch entwickeln kann.

Du arbeitest viel mit der Held*innenreise. Was macht diese Form so besonders?

Die Held*innenreise ist eine archetypische Erzählstruktur, die der Mythenforscher Joseph Campbell aus unzähligen Mythen verschiedener Kulturen destilliert hat. Sie funktioniert universell – vom Hollywood-Blockbuster über die Businessplan-Idee bis zum Forschungsbericht. Im Kern geht es um eine Figur, die ihre gewohnte Welt verlässt, dem Ruf des Abenteuers folgt, Prüfungen meistert und schließlich verändert

zurückkehrt. Die Stationen – Ruf, Aufbruch, Weg der Prüfungen, Schatz, Rückkehr – bieten Orientierung, bauen Spannung organisch auf und greifen auf ein kulturell tief verankertes narratives Gerüst zurück.

Storytelling macht Inhalte zugänglich, aber persönliche Geschichten machen auch angreifbar. Welche Rolle spielt Verantwortung beim Erzählen?

Eine große. Das Erzählen eigener Erlebnisse und Standpunkte macht Geschichten authentisch und erhöht die Identifikation. Gleichzeitig macht es die erzählende Person angreifbar – etwa, wenn von Fehlschlägen oder Hürden die Rede ist. Und wenn Dritte in der Geschichte vorkommen, müssen Einwilligungen und Datenschutz mitgedacht werden. Diese sensiblen Aspekte sollten während des gesamten Prozesses der Geschichtsentwicklung präsent sein. In manchen Fällen bietet es sich an, die Geschichte zu verfremden oder mit Metaphern zu arbeiten.

Dazu kommt: Geschichtenerzähler*innen tragen immer auch Verantwortung für die Rollen in ihrer Geschichte. Das fängt bei der Sprachwahl an und geht weiter mit der Frage: Wer hat die zentrale Rolle, wer trägt das Risiko, wer erntet den Ruhm? Damit Storytelling fair bleibt, ist es wichtig, machtsensibel zu erzählen und sich zu vergegenwärtigen, wer welche Rolle repräsentiert.

Was verändert sich, wenn Lehrende anfangen, mit Geschichten zu arbeiten?

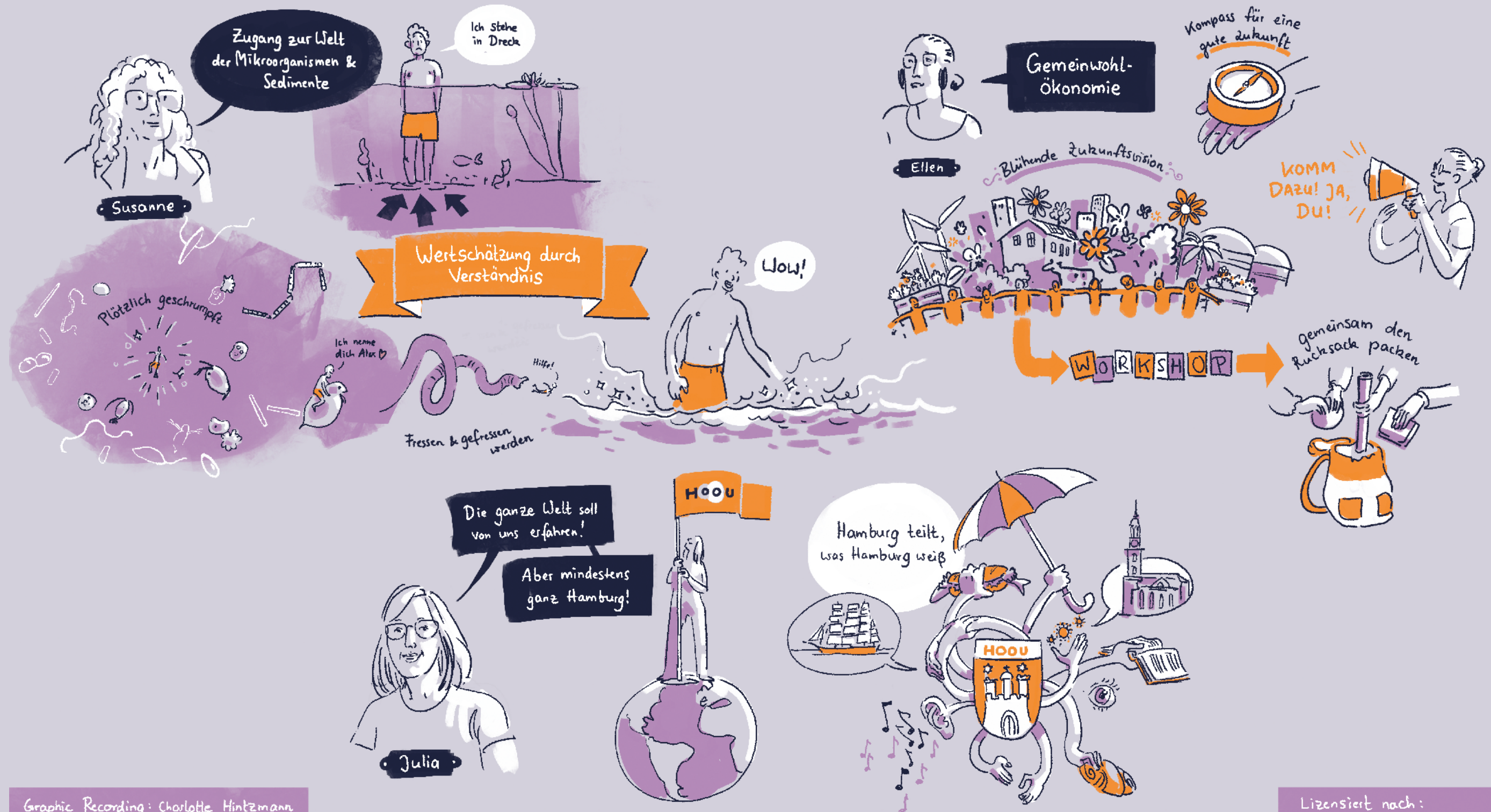
Ich denke, wir kennen es alle: Die Atmosphäre im Raum verändert sich sofort, wenn eine Geschichte, eine persönliche Erfahrung oder ein Praxisbeispiel angekündigt wird. Die Aufmerksamkeit kippt nach vorn, die Spannung steigt. Den eigentlichen Aha-Moment erleben viele aber erst, wenn sie merken: Aus „Formel XY“ wird in der Geschichte ein Werkzeug mit Sinn und Zweck – und das bleibt hängen. Es entsteht dieses „Jetzt verstehe ich, wozu das gut ist“-Gefühl.

Blick nach vorne: Welche Rolle spielen KI und digitale Tools für das Storytelling der Zukunft?

KI und Chatbots werden immer mehr zu Sparringspartnern beim Storytelling. Gezielt eingesetzt können sie beim Brainstorming helfen, Storyboards erstellen und personalisieren, Textbausteine oder sogar ganze Beispielgeschichten schreiben und die Lesbarkeit prüfen. Auch Bilder und Animationen lassen sich schon gut generieren – hier sind kaum Grenzen erkennbar. Vieles wird schneller, einfacher. Ob es auch besser wird oder ob die Authentizität von Geschichten verloren geht, ist schwer zu sagen. Aber das Potenzial, das in Storytelling steckt, wird durch KI noch stärker genutzt werden – denn auch die KI erkennt, dass sich vieles in Form von Geschichten besser vermitteln lässt.

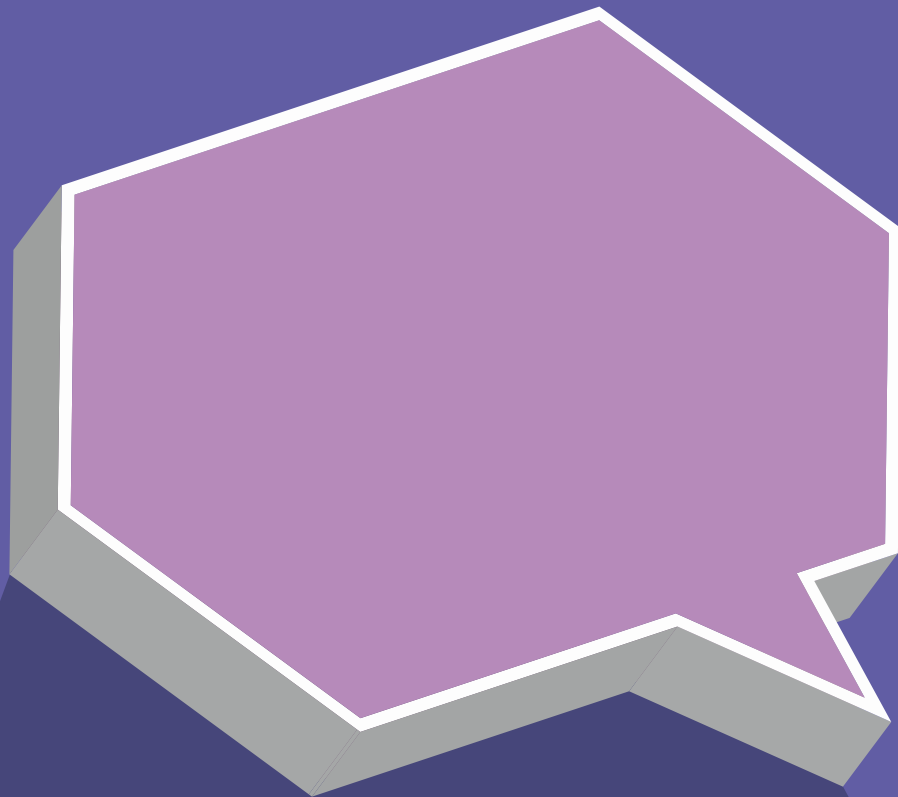


STORYTELLING FÜR DIE WISSENSCHAFT



Graphic Recording: Charlotte Hintzmann
charlotte-hintzmann.de

Lizenziert nach:
CC BY-NC-SA 4.0-Lizenz



(K)ein Drama, (k)ein Held*innenepos und (k)ein Happy End?

Eine gute Geschichte entsteht nicht aus einer Idee allein, sondern auch durch ihren Aufbau. Aber welche Struktur passt zu wissenschaftlichen Inhalten? Zu den bekanntesten Erzählmodellen im Storytelling gehören die Drei-Akt-Struktur und die Heldenreise. Dieser Impuls skizziert, wofür sich die beiden Modelle in wissenschaftlichen Formaten eignen und ergänzt als dritten Ansatz das resonanzsensible Erzählen, eine Erzähllogik, die auch ohne Helden und Happy End auskommt.

Von Julia Bieck

Eine klare Erzählstruktur hilft dabei, erste Ideen zu ordnen, die Handlung zu planen und bei der Ausgestaltung den roten Faden nicht zu verlieren. Im HOOU-Storytelling-Labor wurden unterschiedliche Ansätze erprobt: Zwei davon betrachten wir näher, weil aus ihnen konkrete Geschichten entstanden sind. Als weiteren Zugang stellen wir das resonanzsensible Erzählen vor: nicht als Strukturmodell im engeren Sinne, sondern als Beziehungslogik zwischen Thema, Darstellung und Publikum.

1. (K)ein Drama in drei Akten

Anfang, Mitte, Ende: So schlicht lässt sich das Grundprinzip zusammenfassen, das bereits Aristoteles in seiner Poetik (ca. 335 v. Chr.) als Grundlage des Dramas beschrieb. Die heute geläufige Drei-Akt-Struktur knüpft an diese Grundidee an, wurde aber erst später vor allem

im Kontext des Drehbuchschreibens systematisiert und popularisiert, insbesondere durch Syd Field (Field, 1979).¹

Auf den ersten Blick wirkt das Modell trivial. Was es leistet, zeigt sich erst in der Anwendung: Die Drei-Akt-Struktur gibt einer Geschichte einen Rhythmus, der intuitiv durch die Inhalte führt.

- Der erste Akt etabliert die Ausgangslage und benennt eine Frage, ein Problem oder einen Widerspruch.
- Der zweite Akt führt durch Abwägungen, Klärungsschritte oder konkurrierende Perspektiven.
- Der dritte Akt zieht Konsequenzen, ohne alles auflösen zu müssen.

¹ Field, Syd (1979): Screenplay: The Foundations of Screenwriting. New York: Dell.



Abb.: Drei-Akt-Struktur: Leitfragen am Beispiel „KI in Prüfungen“

Grenzen der Drei-Akt-Struktur

Die Drei-Akt-Struktur stößt vor allem dort an ihre Grenzen, wo Forschungsprozesse iterativ, zyklisch oder rekursiv verlaufen (Baranovska-Bölter et al., 2022).² Als linear ausgerichtetes Modell hebt sie einen Kernstrang hervor, wodurch andere Prozesse zwangsläufig in den Hintergrund treten. Komplexere Sachverhalte enthalten jedoch häufig mehrere gleichberechtigte Verläufe, die sich nicht ohne Informationsverlust in eine einzige Abfolge einordnen lassen (Schinko-Fischli, 2025).³ Problematisch wird ihr Einsatz deshalb dort, wo eine künstliche Geradlinigkeit erzeugt wird, um eine eindeutige Abfolge zu erzwingen.

Die Drei-Akt-Struktur eignet sich, wenn ...

- ein Erkenntnis- oder Argumentationsgang nachvollziehbar dargestellt werden soll.
- die „Mitte“ von Abwägungen, Begründungsschritten sowie der Prüfung von Alternativen, Bedingungen und Einschränkungen getragen wird.
- am Ende eine begründete Einordnung möglich ist, die Offenes sichtbar lässt.

2. (K)ein Held*innenepos?

Während die Drei-Akt-Struktur vor allem Erkenntnis- und Argumentationsgänge ordnet, beschreibt die Held*innenreise einen anderen Verlaufstyp: Veränderung über Zeit. Ein wichtiger Bezugspunkt für das heute geläufige Modell ist Joseph Campbells Werk *The Hero with a Thousand Faces* (Campbell, 1949).⁴ Darin beschreibt er eine wiederkehrende Struktur von Aufbruch, Bewährung und Rückkehr als „Monomythos“: Eine Figur bricht aus ihrer vertrauten Welt auf, besteht Prüfungen und kehrt verändert zurück. Campbells These ist wissenschaftlich umstritten, weil er aus einer selektiven Auswahl von Mythen ein vermeintlich universelles Muster ableitet und dabei kulturelle Unterschiede sowie historische Kontexte stark glättet. Dennoch lässt sich das Modell sehr gut einsetzen, wenn es nicht als universelle Erzählformel verstanden wird. In den 1990er Jahren wurde die Heldenreise vor allem durch Christopher Vogler aufgegriffen und in ein praxisnahes Modell für das Drehbuchschreiben verdichtet (Vogler, 2007).⁵ Unabhängig von dieser wissenschaftlichen Einordnung gehört die Held*innenreise bis heute zu den meistverwendeten Erzählmodellen in Film, Literatur und Storytelling-Praxis.

² Baranovska-Bölter, Marianna; Hebbel-Seeger, Andreas; Kopischke, André (2022): Storytelling und Wissenschaftskommunikation im Video. In: Groß, Nele; Preiß, Jennifer; Paul, Daria; Brase, Alexa; Reinmann, Gabi (Hrsg.): Student Crowd Research. Videobasiertes Lernen durch Forschung zur Nachhaltigkeit. Münster; New York: Waxmann, S. 173–186. <https://doi.org/10.25656/01:26749>

³ Schinko-Fischli, Susanne (2025): Storytelling ganz konkret: Anwendungsfelder und Beispiele von Storytelling in der Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und im Training. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-48465-1>

⁴ Campbell, Joseph (1949): *The Hero with a Thousand Faces*. New York: Pantheon Books.

⁵ Vogler, Christopher (2007): *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*. 3. Aufl. Studio City, CA: Michael Wiese Productions.

Für den Hochschulkontext ist eine begriffliche Präzisierung zentral: In der Held*innenreise geht es nicht um Held*innentum im Sinne von Überlegenheit, sondern um Transformation. Die Held*innenfigur ist die Instanz, an der Veränderung sichtbar wird. Das muss keine Einzelperson sein, auch ein Team, eine Initiative oder eine Community kann diese Rolle übernehmen. Für wissenschaftliches Storytelling eignet sich die Held*innenreise deshalb besonders dort, wo Lern-, Transfer- oder Implementationsprozesse im Zentrum stehen:

- Was war der Ausgangszustand?
- Was gab den Anstoß?
- Welche Schwierigkeiten mussten überwunden werden?
- Was hat sich am Ende tatsächlich verändert?

Wie aus diesem Grundgerüst konkrete Geschichten über Veränderungsprozesse entwickelt werden können, zeigen exemplarisch **Impuls 05** und **Impuls 08**.

Die folgende Grafik veranschaulicht die Struktur in einer reduzierten Form.

Die Held*innenreise als Transformationsmodell

Beispiel: Mehrweg statt Einweg am Campus

Eine Studierendeninitiative verlässt die gewohnte Welt, erprobt etwas Neues und kehrt mit Erfahrungen zurück, die den Alltag verändern.

Transformation

Rückkehr heißt nicht: zurück auf Anfang. Die „Belohnung“ wird in die gewohnte Welt zurückgetragen. Dort verändert sie Routinen, Zuständigkeiten oder Haltungen im Alltag.

7. Rückkehr

Was verändert sich im Alltag?

- Mehrweg als erprobte Praxis
- Mehrweg wird als machbare Alternative sichtbar

Was bleibt offen?

- Verstetigung, Finanzierung, Übertragung auf weitere Bereiche

6. Belohnung

Welche Erkenntnisse bringt die Bewährungsphase?

- Erfahrungen, Daten und erprobte Abläufe
- geklärte Zuständigkeiten
- Entscheidungsgrundlage für eine mögliche Ausweitung

1. Gewohnte Welt

Was gilt normalerweise?

- Coffee to go und Essen zum Mitnehmen in Einwegverpackungen

2. Ruf des Abenteuers

Was gibt den Anstoß?

- Einwegmüll wird als Problem sichtbar
- Impuls aus Seminar, Studierendenschaft oder Nachhaltigkeitsstelle
- konkrete Möglichkeit, z. B. Budget, für ein Mehrweg-Pilotprojekt

3. Widerstände

Welche Einwände und Hindernisse tauchen auf?

- Aufwand, Kosten, Hygiene, Logistik
- unklare Zuständigkeiten, Akzeptanz, Wirkung

4. Überschreiten der Schwelle

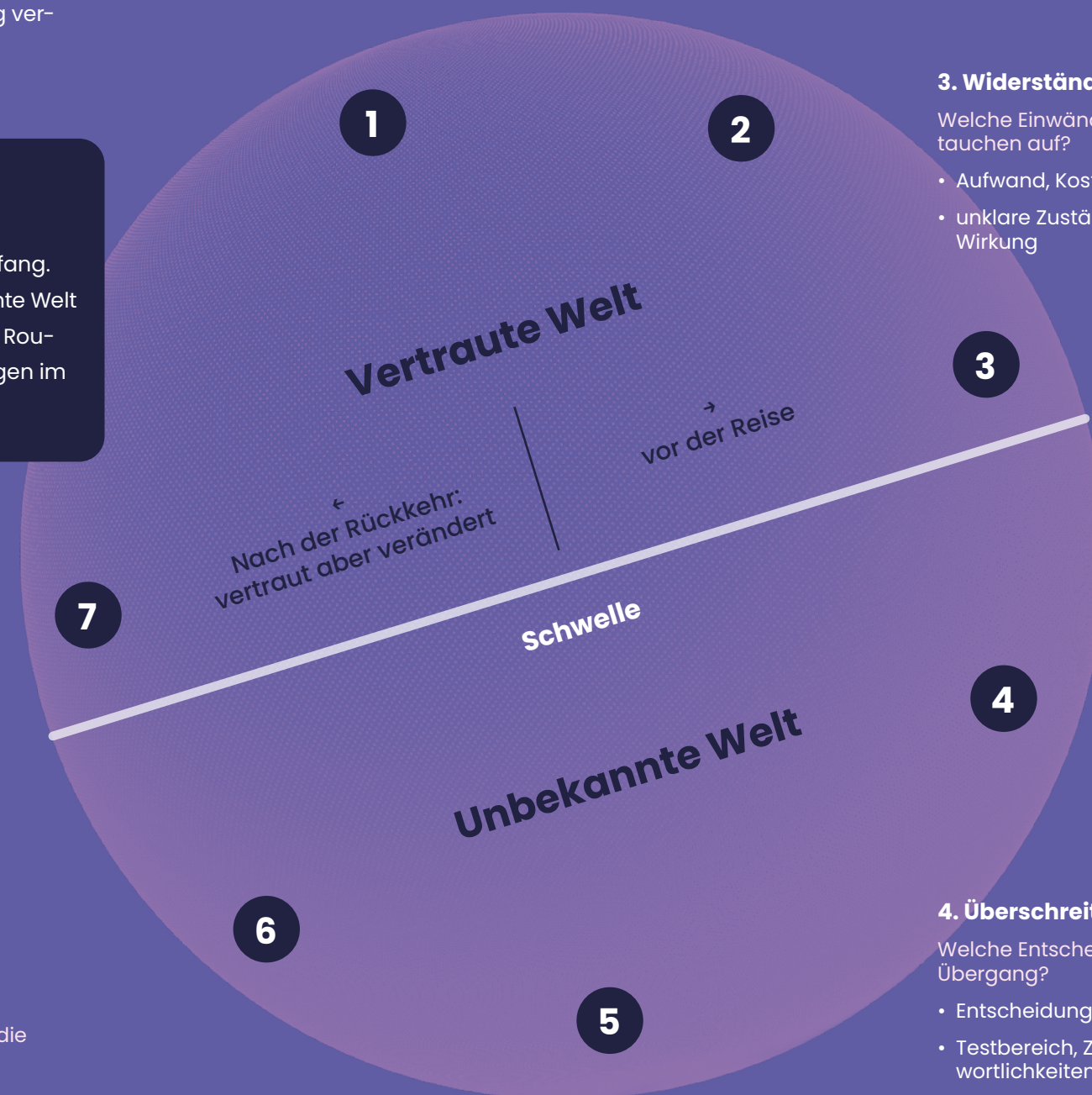
Welche Entscheidung markiert den Übergang?

- Entscheidung für ein Pilotprojekt
- Testbereich, Zeitraum und Verantwortlichkeiten werden festgelegt

5. Prüfungen und Bewährung

Woran muss sich das Vorhaben messen?

- Ausgabe, Rückgabe und Reinigung
- Kommunikation und Nutzung im Alltag



Grenzen der Held*innenreise

Die Held*innenreise stößt dort an ihre Grenzen, wo Veränderungsprozesse nicht auf eine klar erkennbare Held*innenfigur, einen markierbaren Übergang und eine deutlich sichtbare Veränderung ausgerichtet sind. Problematisch wird das Modell insbesondere dann, wenn kollektive oder institutionelle Entwicklungen zu stark personalisiert werden. Gerade in wissenschaftlichen Kontexten können solche heroisierenden Erzählmuster die gemeinsame, auf Austausch und kritischer Prüfung beruhende Praxis in den Hintergrund drängen (Charney, 2003).⁶ Hinzu kommt, dass Campbells Modell wiederholt dafür kritisiert wurde, ein geschlechtlich codiertes, vor allem männlich normiertes Verständnis von Heroismus zu transportieren (vgl. Sanders & van Krieken, 2018).⁷ Die Held*innenreise kann Veränderung zwar anschaulich ordnen, neigt aber dazu, offene und vielschichtige Prozesse in eine geschlossene Aufbruchs-, Bewährungs- und Rückkehrlogik zu überführen.

Die Held*innenreise eignet sich, wenn ...

- ein Thema als Veränderungsprozess erzählt werden soll.
- nicht nur das Ergebnis, sondern auch die entscheidenden Stationen und Schritte dorthin sichtbar gemacht werden sollen.
- am Ende deutlich werden soll, was aus dem Veränderungsprozess in Alltag, Praxis oder Institution zurückwirkt.

(K)ein Happy End?
Resonanzsensibles Erzählen

Eine Geschichte zu schreiben, ohne ihre mögliche Wirkung mitzudenken, ist praktisch kaum möglich. Jede Entscheidung beim Erzählen – Ton, Perspektive, Auswahl einer Szene, auch das, was weggelassen wird – hat Einfluss darauf, wie etwas aufgenommen wird. Wer erzählt, denkt immer auch mit, wen die Geschichte erreichen soll und was sie beim Gegenüber auslösen könnte. Diese mögliche Wirkung mitzudenken ist jedoch nicht dasselbe, wie der Versuch, Wirkung gezielt herzustellen.

Genau an dieser Stelle ist Hartmut Rosas Resonanzbegriff aufschlussreich. Der Begriff ist in Anlehnung an seine Soziologie der Welt-

beziehung gewählt, ohne den Anspruch, seine Theorie unmittelbar auf Storytelling zu übertragen (Rosa, 2016).⁸ Was sich übernehmen lässt, ist ein Kerngedanke: Resonanz lässt sich nicht erzwingen. So beschreibt Rosa Resonanz als etwas, das sich per Definition der Verfügbarkeit entzieht: Sie kann weder hergestellt noch geplant werden (Rosa, 2020).⁹ Ob Resonanz entsteht, bleibt offen. Darin liegt allerdings ein grundsätzlicher Widerspruch. Wer von resonanzsensiblen Erzählen spricht, setzt bereits voraus, dass bewusste Erzählentscheidungen Resonanz wahrscheinlicher machen können. Das ist allerdings bereits eine Form von Steuerung und damit streng genommen unvereinbar mit Rosas Begriff. Als produktiven Widerspruch verstanden, lässt sich aus seinem Kerngedanken dennoch etwas für das Erzählen gewinnen: nicht die Garantie von Resonanz, sondern eine Haltung der Ansprechbarkeit und Antwortoffenheit.

Resonanzsensibles Erzählen bietet sich an, wenn sich Inhalte einer Konfliktlogik entziehen, es keine Held*innen gibt, keine klaren Gegensätze oder kein eindeutiges Happy End. Resonanzsensibles Erzählen will das Publikum nicht überzeugen oder bewegen, sondern als mitdenkendes Gegenüber ernst nehmen. Das bedeutet konkret: lebensweltlich anschlussfähig erzählen und offen bleiben für Irritation,

Wiedererkennen und individuelle Interpretationsspielräume. Entscheidend ist dabei, dass Deutungsoffenheit eine bewusste narrative Entscheidung darstellt.

Das unterscheidet den Ansatz von den beiden vorangegangenen Modellen: Während Drei-Akt-Struktur und Held*innenreise vor allem Struktur- und Verlaufsmodelle sind, verzichtet resonanzsensibles Erzählen auf die gezielte Steuerung hin zu einem festgelegten Effekt. Es schafft Bedingungen, unter denen Resonanz entstehen kann, ohne sie garantieren zu können oder zu wollen. Diese Form des Erzählens eignet sich besonders für Themen, die nicht auf Zustimmung oder Eindeutigkeit ausgelegt sind, sondern eigene Zugänge und Anknüpfungspunkte ermöglichen sollen.

Dabei lauert allerdings eine didaktische Falle: Offenheit wird behauptet, die Erzählung läuft aber durch Ton, Auswahl oder Schlusspointe faktisch auf eine alternativlose Deutung hinaus. Eine Geschichte, die vorgibt, Raum zu lassen, ihn aber bereits besetzt, ist keine resonanzsensible Erzählung, sondern eher eine verkleidete Botschaft. Resonanzsensibles Erzählen erfordert deshalb nicht nur Sorgfalt in den Erzählentscheidungen, sondern auch Selbstreflexion: Lasse ich wirklich offen, was ich offenzulassen behaupte?

⁶ Charney, Davida (2003): Lone Geniuses in Popular Science: The Devaluation of Scientific Consensus. In: Written Communication 20(3), S. 215–241. <https://doi.org/10.1177/0741088303257505>

⁷ Sanders, José; van Krieken, Kobie (2018): Exploring Narrative Structure and Hero Enactment in Brand Stories. In: Frontiers in Psychology 9, Artikel 1645. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01645>

⁸ Rosa, Hartmut (2016): Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung. Berlin: Suhrkamp.

⁹ Rosa, Hartmut (2020): Unverfügbarkeit. Berlin: Suhrkamp.

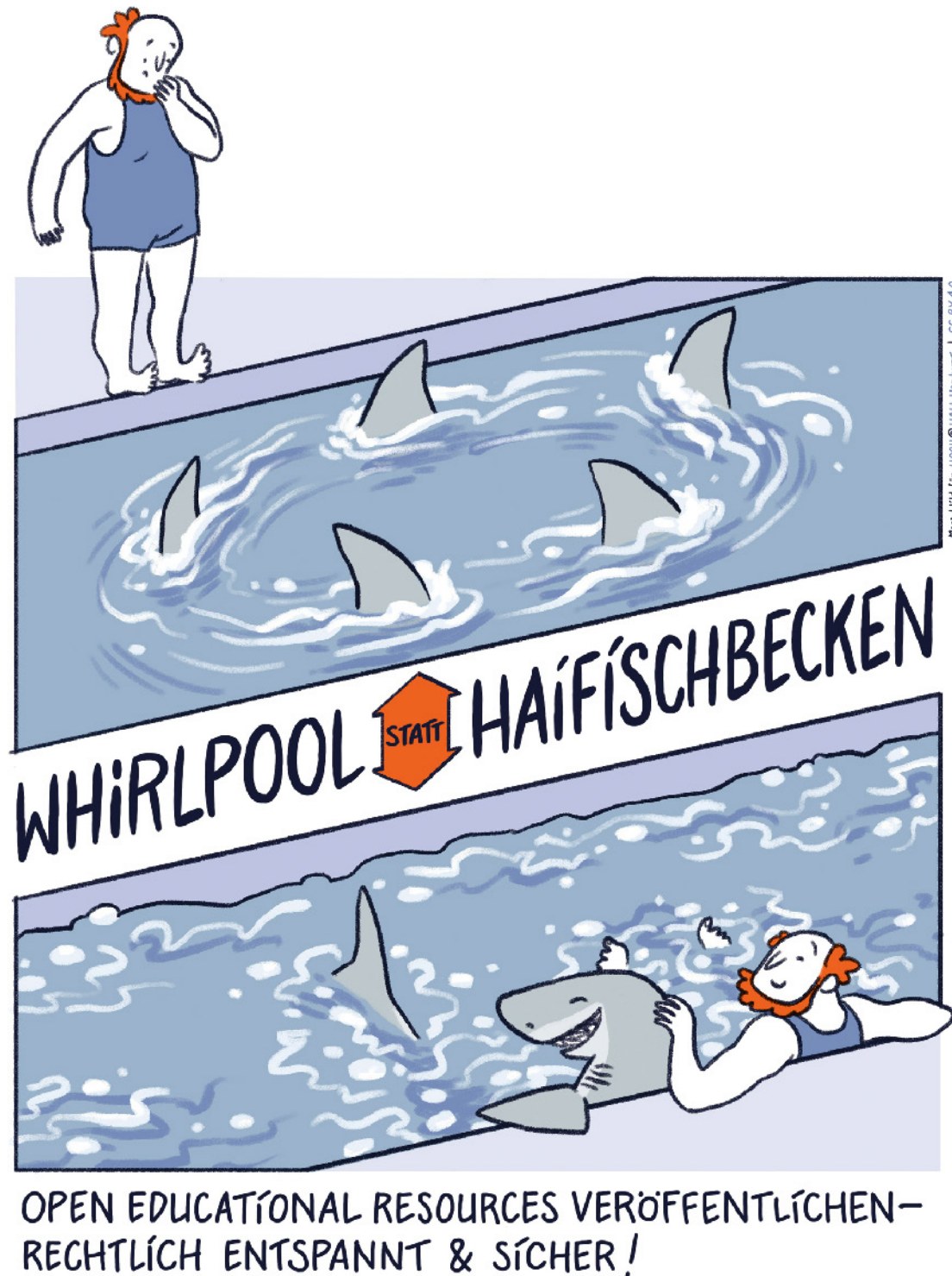
Im HOOU-Storytelling-Labor entstand eine Motivserie (**Impuls 07**), die diese Haltung aufgreift. Unter der Leitidee „Hamburg teilt, was Hamburg weiß“ zeigen illustrierte Alltagsszenen vertraute Momente des Teilens: ein Franzbrötchen im Café, die Aussicht von der Elbfähre, eine Kostprobe auf dem Wochenmarkt. Keine dieser Szenen erklärt „offene Bildung“ direkt. Stattdessen nähern sie sich dem Thema über vertraute Situationen. Ob daraus Resonanz entsteht, entscheidet das Publikum.

Resonanzsensibles Erzählen eignet sich, wenn ...

- eine Haltung oder Erfahrung erzählbar gemacht werden soll, die sich nicht auf eine eindeutige Kernthese reduzieren lässt,
- ein Thema nicht auf Konflikt, Held*innenfigur oder eindeutige Auflösung zugespitzt werden soll,
- ein Inhalt so erzählt werden soll, dass das Publikum eigene Zugänge finden und daran anknüpfen kann.

Ob resonanzsensibles Erzählen, Drei-Akt-Struktur, Held*innenreise oder ein anderes Modell: Unsere Beispiele zeigen, dass Erzählmodelle für wissenschaftliches Storytelling ein hilfreiches Grundgerüst bieten. Zugleich bleibt kreativer Spielraum: Kein Thema lässt sich nur auf eine Weise erzählen. Erzählmodelle helfen, unterschiedliche Möglichkeiten auszuprobieren und Schritt für Schritt eine eigene erzählerische Sprache zu entwickeln.





Whirlpool statt Haifischbecken

Diese Geschichte erzählt ein reales Problem aus dem Hochschulalltag: Ein Lehrender möchte seine Materialien als offenes Bildungsmaterial (OER) veröffentlichen, ringt aber noch mit rechtlichen Unsicherheiten. Dieser Impuls zeigt, wie die Drei-Akt-Struktur den Weg von einer anfänglichen Unsicherheit über mehrere Klärungsschritte bis zur Entscheidung ordnet und warum sich die Comicform besonders eignet, diesen inneren Entscheidungsprozess nachvollziehbar darzustellen.

Von Julia Bieck

Prof. Cocker blickt zufrieden auf seine Lehrmaterialien. Er weiß, wie hilfreich sie für andere sein könnten, wenn er sie als Open Educational Resources (OER) veröffentlichen würde. Doch sobald er beginnt, sich mit den Rahmenbedingungen zu beschäftigen, kippt das Gefühl: In seinem Kopf entsteht das Bild eines Haifischbeckens. Jeder „Hai“ steht für ein vermeintliches rechtliches Risiko, das er nicht genau einschätzen kann:

- Darf er alle verwendeten Grafiken nutzen?
- Wie kennzeichnet er fremde Inhalte korrekt?
- Wie funktionieren die verschiedenen Lizenzen?
- Und was passiert, wenn er etwas übersieht?

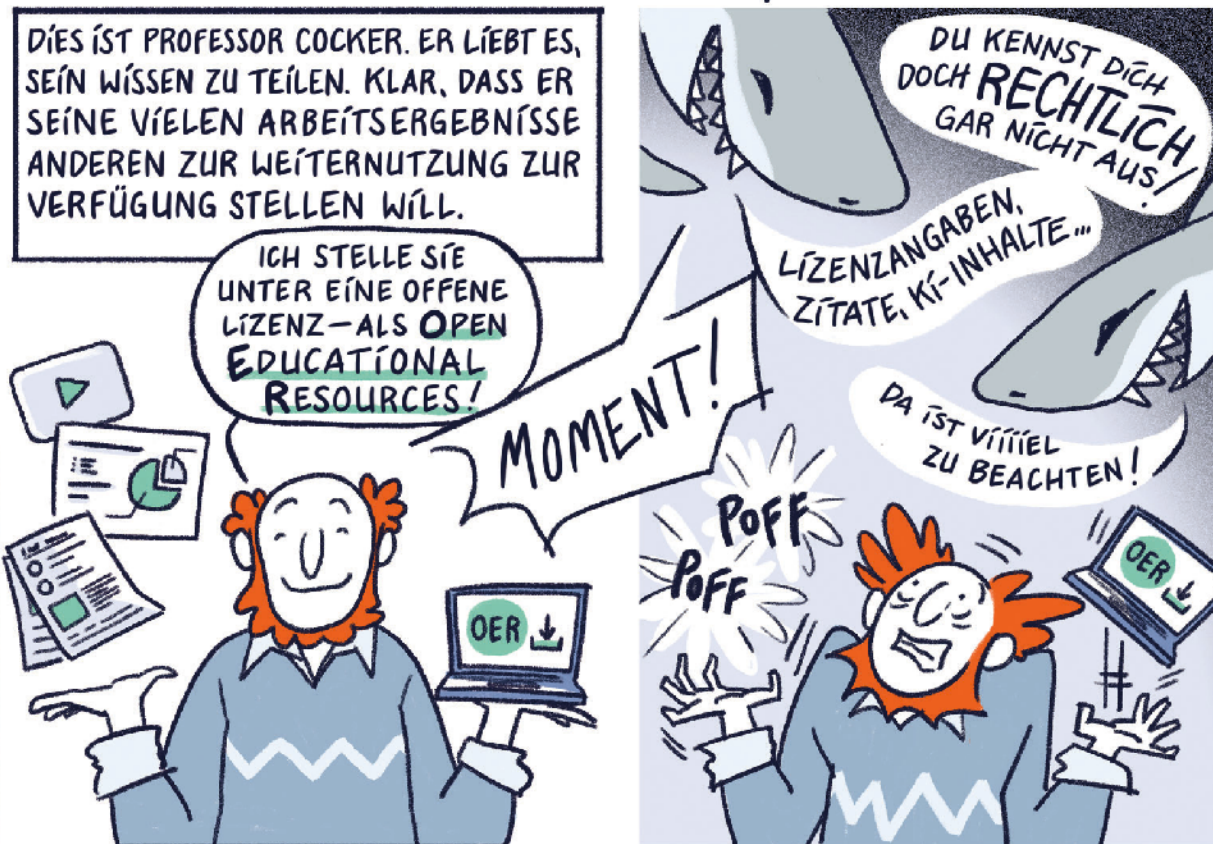
Seine Recherche führt ihn zu dem OER-Support seiner Hochschule. Beratungsangebote, Anwendungsbeispiele, Mustervorlagen, eigentlich ist alles da. Und doch zögert er. Es erscheint zwar grundsätzlich machbar, aber doch komplex; die Unsicherheit bleibt.

Erst ein zufälliges Gespräch mit seiner Kollegin Prof. Gonzales bringt Bewegung in die Geschichte. Sie hat ihre Materialien mit Unterstützung des Rechts-Supports ihrer Hochschule und deren Checklisten etc. bereits veröffentlicht.

Prof. Cocker entscheidet sich für einen Beratungstermin. Dabei klären sich seine offenen Fragen, Unklarheiten verlieren ihren Schrecken, ein konkreter Plan entsteht. Wenig später veröffentlicht er seine Materialien, transparent lizenziert und eingebettet in die OER-Community, die ihr Wissen teilt.



RECHTLICH ENTSPANNT & SICHER!



Am Ende der Geschichte sitzt Prof. Cocker entspannt im Whirlpool, gemeinsam mit dem Hai, der nun nicht mehr bedrohlich wirkt. Aus Unsicherheit wurde ein nachvollziehbarer Prozess und aus seiner anfänglichen Motivation ein realer Beitrag zum UNESCO-Nachhaltigkeitsziel „Bildung für alle“.

Zu mehr Übersicht in drei Akten

Die Geschichte von Prof. Cocker zeigt, wie sich individuelle Entscheidungsprozesse mit der Drei-Akt-Struktur ordnen lassen. Im Unterschied zu dramatischen Erzählformen benötigt dieses Modell keine künstlich zugespitzten Wendepunkte.

1. Einführung: Ausgangslage und erste Unsicherheiten

Im ersten Akt wird die Ausgangssituation sichtbar: Ein motivierter Lehrender möchte seine Materialien teilen, stößt jedoch auf eine Vielzahl möglicher rechtlicher Stolpersteine. Die Metapher des Haifischbeckens markiert diese anfängliche Unsicherheit und übersetzt sie in ein anschauliches Bild. Die Einführung zeigt damit nicht nur ein fachliches Problem, sondern auch die innere Lage des Protagonisten.

2. Konfrontation: Klärungsbedarf, Hürden und ein Wendepunkt

Der zweite Akt fokussiert die Phase der Klärungsschritte. Cockers eigene Recherche führt zwar zu neuen Informationen, die Sorge wird jedoch nicht geringer. Erst das Gespräch mit



der Kollegin bringt die Wende: Die Unsicherheit wird nicht aufgelöst, es bietet sich jedoch eine konkrete Handlungsoption. Diese Phase verdeutlicht, wie der Drei-Akt eine diffuse Lage in bearbeitbare Schritte übersetzen kann.

3. Auflösung: Orientierung, Entscheidung und veränderte Perspektive

Der dritte Akt zeigt die Klärung: Durch Beratung und strukturierte Begleitung entsteht Entscheidungssicherheit. Der spätere Whirlpool-Moment symbolisiert keine spektakuläre Lösung, sondern eine veränderte Haltung, hin zu einem geordneten, reflektierten Umgang mit einem zunächst unübersichtlichen Thema.

Warum ein Comic und kein Text?

Hätte ein Fließtext mit einer sinnvollen Herleitung und der Problemlösung nicht denselben Effekt gehabt? Welche Rolle spielt in diesen drei Akten das Format Comic? Vier Aspekte dazu.

Metaphern sichtbar machen

Die Anschaulichkeit der Geschichte entsteht zunächst durch die Metaphern: Das Haifischbecken steht für Unsicherheit und Bedrohung, der Whirlpool für Entlastung und Orientierung. Der Comic verstärkt diese sprachlichen Bilder, indem er sie visuell konkretisiert und in Szenen überführt. Forschung zur visuellen Narration zeigt, dass Comics Bedeutungsgehalte über das Zusammenspiel von Text und Bild transportieren und so mentale Modelle stabilisieren können (Cohn, 2013).¹ Im Fall von Prof. Cocker wird damit sichtbar, in welcher Situation sich die Figur befindet und wie sich ihre Wahrnehmung im Verlauf verändert.

Emotionen direkt erfassen

Forschungen zur Emotionswahrnehmung zeigen, dass Menschen Gesichtsausdrücke und Körpersprache schnell und weitgehend kulturübergreifend interpretieren können (Ekman, 2003).² Für die Comicform ist diese Erkenntnis zentral, weil Mimik, Gestik und Haltung unmittelbar dargestellt und ohne zusätzliche sprachliche Erläuterung verständlich sind. Dadurch wird Cockers emotionale Lage wie Anspannung, Überforderung oder Erleichterung intuitiv erkennbar.

„Kopfkino“ strukturieren

Es ist nicht unwahrscheinlich, dass viele Lehrende rechtliche Fragen mit eigenen inneren Bildern verbinden: Gefahr, Angst vor Fehlern, mangelnde Kontrolle. Der Comic greift solche

Vorstellungen auf und bringt sie in eine geordnete Bildfolge. Die Panelstruktur zeigt, in welcher Reihenfolge Cockers Eindrücke, Recherschritte und Entscheidungen auftreten. Visuelle Narration kann damit nicht nur Inhalte, sondern auch bereits vorhandene mentale Bilder strukturieren (Cohn, 2013).¹ Im Beispiel wird sichtbar, dass Unsicherheit nicht schlagartig verschwindet, sondern in mehreren Schritten bearbeitet wird.

Niedrigschwelliger Zugang

Comics können einen niedrigschwelligen Zugang zu wissenschaftlichen Themen ermöglichen, die als komplex oder schwer zugänglich wahrgenommen werden. Die Verbindung aus alltagsnahen Szenen, klar erkennbaren Figuren und visuellen Narrativen senkt die Einstiegshürden für unterschiedliche Zielgruppen. Forschung zur Wissenschaftskommunikation zeigt, dass visuelle Formate besonders geeignet sind, wenn abstrakte Inhalte in konkrete Situationen überführt werden sollen, weil sie Identifikation ermöglichen und Anschluss an eigene Erfahrungen schaffen (Tatalović, 2009).³

Literatur

- 1 Cohn, Neil (2013): The Visual Language of Comics. Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images. London: Bloomsbury Academic.
- 2 Ekman, Paul (2003): Emotions Revealed. Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life. New York: Times Books.
- 3 Tatalović, Mico (2009): Science comics as tools for science education and communication. A brief, exploratory study. In: Journal of Science Communication 8(4), Artikel A02. <https://doi.org/10.22323/2.08040202>



Andrea Schlotfeldt ist Juristin bei der HOOU und berät HOOU-Projekte und HAW-Angehörige zu allen Rechtsfragen, die sich bei der Konzeption, Produktion und Veröffentlichung von OER stellen – von CC-Lizenzen bis Datenschutz.

Im Kurzinterview beantwortet sie drei Fragen zur Entstehung der Geschichte rund um Prof. Cocker:

1. Nach welchen Kriterien hast du ausgewählt, welche rechtlichen Aspekte in der Geschichte dargestellt werden, und wie bist du bei ihrer Vereinfachung vorgegangen?

Ich habe mir vergegenwärtigt, was mir in der Beratungspraxis am häufigsten begegnet: Lehrenden gefällt die Idee offener Bildungsmaterialien, aber sie haben Angst, rechtliche Fehler zu machen und viel Zeit in die Einarbeitung in das Thema CC-Lizenzierung stecken zu müssen. Häufig sind es dieselben Fragen, die in der Beratung gestellt werden: Wie setze ich die Lizenzangaben korrekt um? Darf ich fremde Inhalte überhaupt in OER verwenden? Wie sieht es aus mit KI-generierten Inhalten, können diese auch CC-lizenziert werden? Und viele weitere Fragen. Ich habe in der Geschichte, die dem Comic zugrunde liegt, diese Aspekte stichwortartig aufgeführt – und unsere Illustratorin Mara Wild hat das wunderbar mit knappen Worten im Comic aufgegriffen.

2. Was hat dich dazu geführt, rechtliche Unsicherheiten über die Figur von Prof. Cocker zu erzählen?

Viele Lehrende und Bildungsexpert*innen schätzen die Vorteile der offenen Lizenzierung und möchten an sich die Wissensallmende gern mit eigenen, frei nutzbaren Materialien bereichern. Dennoch bleibt die rechtliche Unsicherheit fast immer das Hauptargument gegen eigene OER-Veröffentlichungen. Dieses wiederkehrende Argument – das uns in nahezu jeder Studie, Befragung oder OER-Veranstaltung begegnet – ist bedauerlich, da offen lizenzierte Materialien einen enormen Mehrwert für die Bildungslandschaft schaffen. Mit unserem Comic möchten wir gezielt diese Hemmschwelle senken und auf die zahlreichen vorhandenen Unterstützungsangebote aufmerksam machen.

3. Wann wurde dir klar, dass die Comicform für diese Geschichte geeignet ist, und warum hast du dich dafür entschieden?

Mir war sofort klar: Wir müssen das Thema spielerisch und ansprechend aufbereiten! Ziel ist es, die Lust der Lehrenden an der offenen Lizenzierung zu wecken und rechtliche Unsicherheiten in den Hintergrund zu rücken. Da Wissenschaftscomics immer beliebter werden und selbst komplexe Themen zugänglich machen, eignen sie sich ideal. Auf unterhaltsame Weise transportieren sie wichtige Anliegen – wie in unserem Fall die Bereitschaft zur CC-Lizenzierung – und machen dabei auch noch Spaß.



Illustration: Charlotte Hintzmann für HAW Hamburg | CC BY-NC-SA 4.0

Held*innen auf dem Weg zum Gemeinwohl

Ein sperriges Thema, eine klassische Erzählstruktur und die Frage: Geht das zusammen? Im HOOU-Storytelling-Labor hat Ellen Pflaum, Teamleiterin der HOOU an der HAW Hamburg, die Held*innenreise genutzt, um ein Lernangebot zur Gemeinwohl-Ökonomie zugänglich zu machen. Dabei zeigte sich schnell, dass das Storytelling-Modell nicht eins zu eins passt – und genau darin lag der Gewinn. Im Schreibprozess verschob sich der Fokus, durch Gruppenfeedback wurde die Geschichte kürzer, ehrlicher, weniger pathetisch. Was blieb, ist eine Erzählung, die Menschen einlädt, die Welt durch bewusste Handlungen ein Stück besser zu machen.

Interview mit Ellen Pflaum | Von Meena Stavesand

Ellen, Gemeinwohl-Ökonomie ist zwar ein Thema, das alle betrifft, aber kaum jemanden sofort abholt. Warum hast du daraus eine Geschichte gemacht?

Der Hintergrund ist banal: Als ich am Storytelling-Lab teilgenommen habe, beschäftigte ich mich gerade mit dem Lernangebot zur Gemeinwohl-Ökonomie. Ich wusste, es ist ein unglaublich wichtiges Thema, eines, das uns alle angeht. Aber der Begriff, der Titel allein, produziert bei den meisten Menschen eher Fragezeichen als Neugier. Man versteht nicht sofort, was sich dahinter verbirgt. Daher hatten die meisten wenig Lust, reinzuklicken. Das wollte ich ändern. Im Kern geht es ja um eine ganz einfache Frage: Was kann ich beitragen, damit auch nachfolgende Generationen eine lebenswerte Zukunft haben?

An wen richtet sich die Geschichte?

Anfangs hatte ich „alle“ im Kopf, weil das Thema eben alle angeht. Aber das funktioniert nicht – zwischen den Generationen liegen ganz unterschiedliche Interessenlagen, wenn es um nachhaltiges Wirtschaften geht. Ich habe schnell gemerkt: Ich möchte junge Menschen ansprechen, die ihr berufliches Leben vor sich haben. Studierende, Berufseinsteiger*innen – eine Zielgruppe, die gerade aktiv gestaltet, wie sie arbeiten und leben möchte. Und ich spreche sie direkt an. Im Marketing würde man sagen: Call to Action. Nicht am Spielfeldrand stehen und zuschauen. Rauf aufs Feld und mitmachen.

Du hast die Held*innenreise als Erzählstruktur gewählt. Wie passt ein klassisches Held*innenmodell zu einem Lernangebot über Nachhaltigkeit?

Es ist keine typische Held*innenreise geworden, aber sie orientiert sich daran. Die Held*innen nehmen die Herausforderungen unserer Wirtschaft und Gesellschaft wahr, hören den Ruf nach Veränderung und machen sich auf den Weg. Aber ich muss ehrlich sein: Ein einzelnes Lernangebot kann die Komplexität von Nachhaltigkeit nicht Schritt für Schritt lösen. Also habe ich die Struktur angepasst. Die Geschichte macht klar, dass den Lernenden echte Herausforderungen begegnen, dass sie davon vielleicht sogar in ihren Grundfesten erschüttert werden. Aber: Wir geben ihnen Werkzeuge an die Hand, mit denen sie im echten Leben etwas bewegen können.

Und wo liegt der Schatz am Ende?

Der Schatz ist ein nachhaltigeres Leben. Doch die Lernenden können ihn nicht durch den Kurs selbst erreichen. Der Weg der Prüfungen beginnt, wenn sie ihre Impulse in die Tat umsetzen. Im echten Leben.

Was meinst du damit?

Im Kurs kann ich mir vornehmen, nur noch fair produzierte Produkte zu kaufen. Die echte Prüfung kommt, wenn ich feststelle, dass meine Lieblingsschokolade nicht fair produziert ist. Ich muss mich entscheiden: eigener Komfort oder Beitrag zu einer nachhaltigen Welt. Heldenhaft wird es also erst hinterher.



Ellen Pflaum studierte u.a. Medien und Bildung an der Universität Rostock und leitet das Team der Hamburg Open Online University (HOOU) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg seit 2015. Sie verantwortet u.a. die konzeptionelle Gestaltung und das Projektmanagement offener Bildungsformate sowie die Beratung zu OER, agilen Methoden und digitalen Lehr- und Lernarrangements. Sie bringt langjährige Erfahrung in der Entwicklung, Planung und Umsetzung digital gestützter, offener und kollaborativ ausgerichteter Bildungsprojekte mit und ist versiert in interdisziplinärer Zusammenarbeit und Netzwerkarbeit.

Welche Rolle hat das Storytelling-Labor für deine Idee gespielt?

Das Storytelling-Lab hat den gesamten Prozess gesteuert. Ich konnte direkt meine Zielgruppe schärfen – nicht alle ein bisschen ansprechen, sondern eine Gruppe richtig. Dann kam die Struktur, alles hat sich ineinander gefügt. Aber die Workshops haben mir auch ganz praktisch geholfen: Durch die regelmäßigen Termine mit Aufgaben war ich gezwungen, tatsächlich etwas zu Papier zu bringen. Das klingt banal, aber genau das hat mir gutgetan. Sonst geht so etwas im Alltag einfach unter.

Es gab unter den Workshopteilnehmenden Feedbackschleifen. Was hat sich dadurch verändert?

Allein das Vorlesen war Gold wert. Beim Lesen vor der Gruppe habe ich selbst gemerkt, wo sich etwas komisch anfühlt. Gerade beim Thema Nachhaltigkeit bewegen wir uns auf einem schmalen Grat: Auf der einen Seite eine realistische Zieldarstellung, auf der anderen eine überemotionalisierte Heldenreise. Durch das Feedback habe ich gemerkt, wo ich zu dick aufgetragen habe. Nachhaltigkeit lässt sich nur gesamtgesellschaftlich lösen – wenn ich das Individuum zu stark in die Pflicht genommen hätte, wäre das schlicht nicht fair gewesen. Ich musste eine gute Mischung finden zwischen dem Aufruf zu Engagement und dem, was ein einzelnes Lernangebot realistisch leisten kann. Dadurch ist die Geschichte rationaler und kürzer geworden. Das hat ihr sehr gutgetan.

Und was hast du über dich selbst gelernt?

Zwei Dinge. Erstens: Ich neige dazu, Geschichten viel emotionaler zu erzählen, als ich dachte. Das hat mich überrascht, weil ich eigentlich ein eher rationaler Mensch bin. Und zweitens: Das Bild der Geschichte war schnell in meinem Kopf, aber die richtigen Worte dafür zu finden, war richtig anstrengend. Das konkrete Ausformulieren liegt mir nicht. Umso wichtiger war der Rahmen des Storytelling-Labors, der mich dazu gebracht hat, es trotzdem zu tun.

Aus der Geschichte, die Ellen Pflaum im Storytelling-Labor entwickelt hat, entstand die Ankündigung für den Learning Circle zur Gemeinwohl-Ökonomie, der bereits zum zweiten Mal stattfindet. Ausgehend vom HOOU-Lernangebot „Einführung in die Gemeinwohl-Ökonomie“ machen sich die Teilnehmenden in neun Terminen gemeinsam auf den Weg: Sie erkunden Inhalte und Praxisbeispiele, diskutieren Ideen und füllen so ihren Rucksack für eine lebenswerte Zukunft.



<https://portal.hooou.de/blog/learning-circle-wie-kann-wirtschaft-dem-gemeinwohl-dienen/>

Zum Lernangebot: Einführung in die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ)



https://learn.hooou.de/blocks/course_overview_page/course.php?id=1150



Tauchgang für mehr Tiefe

Ein Perspektivwechsel kann unsere Wahrnehmung verändern und so einen verständlichen Zugang zu Wissen schaffen. Gelungen ist das bei der Geschichte von Ellis, der an einem Tag am See plötzlich schrumpft und ein sonst verborgenes Ökosystem entdeckt.

Von Julia Bieck

„Igitt, der Boden ist ganz weich. Dieser Modder hier ist ja eklig. Man sinkt voll ein!“, ruft Ellis, als er in den See watet. Was sich für ihn zunächst wie formloser, unangenehmer Schlamm anfühlt, entpuppt sich als vielschichtiger Lebensraum: Wasserflöhe, Fadenwürmer, Bakterien und Algen; ein Mikrokosmos, der unserem Blick normalerweise entgeht.

Diese Geschichte erzählt von Ellis, der an einem Sommertag am Badensee (nicht ganz freiwillig) die Gelegenheit bekommt, seine Perspektive zu wechseln: Er wird auf die Größe von wenigen Millimetern geschrumpft, begegnet einem Wasserfloh, taucht in die Tiefe des Sees ab und erlebt Abenteuer zwischen Sediment, Biofilm und Kleinstlebewesen.

Am Ende kehrt er ans Ufer zurück: verändert, staunend mit einem neuen Blick auf den Gewässerboden unter seinen Füßen.

Die Leser*innen begleiten Ellis auf seinem Abenteuer, lassen die vertraute Perspektive von rund 1,80 Metern Körpergröße hinter sich und verkleinern sich mit ihm bis ins Sediment. Dieser Perspektivwechsel in den Mikrokosmos ist das zentrale Stilmittel dieser Geschichte, die

Susanne Heise im Storytelling-Labor entwickelt hat. Ihr Ausgangspunkt und erzählerisches Leitmotiv: „Der Mikrokosmos fasziniert mich, weil er sich unseren Augen meist verbirgt, aber für viele kleine Tiere und Pflanzen eine ganz eigene Welt mit teilweise eigenen physikalischen Gesetzen ist. Sich vorzustellen, wie es wäre, wenn man sich selbst darin bewegen könnte, finde ich ein interessantes Gedankenspiel.“

Perspektivwechsel als Erzähltechnik

Auf den ersten Blick erinnert Ellis' Reise an eine fantastische Abenteuergeschichte: Schrumpfen, Wunderwelt, ein ungewöhnlicher Begleiter im Mikrokosmos. Aus Sicht des Storytellings haben diese Gestaltungsmittel jedoch eine erkennbare Funktion. Die Geschichte nutzt den Perspektivwechsel, um eine ansonsten unsichtbare ökologische Realität anschaulich zu machen und sich dabei den Lebewesen anzunähern, ohne biologische Zusammenhänge zu verfälschen.

Susanne Heise betont rückblickend, wie wichtig ihr die Balance zwischen erzählerischer Freiheit und wissenschaftlicher Präzision war: „Die Vorstellung, mit den Tieren in der geschrumpft-

ten Perspektive Kontakt aufzunehmen, fand ich schön. Schwierig, aber auch spannend fand ich dabei, ein Mittelmaß zu finden, um die Geschichte nicht zu einem unrealistischen Märchen zu degradieren, sondern zur Vermittlung von Wissen und Faszination zu nutzen.“

Im Millimeterbereich gelten für Ellis andere Bewegungsbedingungen: Wasser wirkt plötzlich zäh, Schwebbewegungen bringen ihn kaum voran, Organismen bewegen sich in kurzen, ruckartigen Schüben. Die hohe Dichte von Nematoden auf engem Raum wird anschaulich. Die Geschichte lässt Ellis die physikalischen und ökologischen Bedingungen am eigenen Leib spüren. So werden abstrakte Fakten zu erlebten Erfahrungen.

Als Hauptperson der Geschichte ist Ellis eine alltagsnahe Identifikationsfigur ohne besonderes biologisches Vorwissen. Zu Beginn reagiert er angewidert auf den schlammigen Seegrund, was einige Lesende möglicherweise von eigenen Badeerlebnissen kennen. Im Verlauf der Geschichte entwickelt Ellis Schritt für Schritt einen anderen Blick auf den See. Diese Veränderung von Ekel zu Neugier und weiter zu einem grundlegenden Verständnis des Seegrunds als Ökosystem strukturiert die Erzählung und macht den Perspektivwechsel nachvollziehbar.

Konkrete Szenen statt abstrakter Fakten

In der Forschung zu narrativen Formaten wird dieses „Mitgehen“ mit einer Figur als *narrative transportation* bezeichnet: Lesende tauchen in eine Erzählung ein, identifizieren sich mit der Figur und verarbeiten Informationen nicht nur kognitiv, sondern auch imaginativ und emotional (Green & Brock, 2000; Mar & Oatley, 2008).¹

Erzähltechnisch verbinden sich in der Geschichte drei Entscheidungen:

- 1. Physikalische Effekte werden nicht über Formeln eingeführt, sondern über körperliche Wahrnehmung und situative Erfahrung.
- 2. Ökologische Beziehungen, etwa Filtration von Algen oder Nematoden als Nahrungsquelle, erscheinen in konkreten Szenen statt als abstrakte Faktenreihe.
- 3. Der Schluss führt in die Alltagssituation zurück und markiert eine Perspektivverschiebung: Ellis sieht den Seeboden nicht mehr als „Dreck“, sondern als Lebensraum.

Zielgruppe, Wirkung und mögliche Irritationen

Susanne Heises Zielgruppe sind Menschen ohne oder mit wenig biologischen Vorkenntnissen. Die Geschichte geht von einer Alltagserfahrung aus, die viele kennen: dem (vielleicht unangenehmen) Gefühl, wenn man in weiches Sediment tritt, ohne dabei an Nahrungsnetze oder Sedimentfauna zu denken.

In einer Rückmeldung aus dem Auditorium hieß es, man wolle nach der Geschichte „gar nicht mehr ins Wasser gehen“, weil man sonst „den Würmern auf den Kopf trete“. Die Autorin kommentiert diese Reaktion so: „Das sollte natürlich nicht der Sinn der Geschichte sein, aber ich glaube, dass das Wissen um das Leben im See oder jedes anderen Gewässers, wie komplex es ist und wie alles miteinander zusammenhängt, unsere Wahrnehmung und schlussendlich auch einmal unser Verhalten positiv beeinflussen kann.“

Gerade diese Reaktion macht zwei Aspekte sichtbar:

- Zum einen erzeugt die Geschichte eine starke Vorstellung des Lebensraums am Gewässerboden. Die Würmer werden überhaupt erst als Lebewesen wahrgenommen.
- Zum anderen kann dieselbe Imagination unerwartete Wirkungen entfalten: in diesem Fall eine Art Über-Empathie. Das Mitgefühl

mit den Würmern wird so stark, dass man plötzlich zögert, einfach ins Wasser zu gehen.

Perspektivwechsel im wissenschaftlichen Erzählen bleibt ein Balanceakt: Er soll Nähe und Empathie ermöglichen, kann aber auch zu Überforderung oder moralischen Konflikten führen.

Die Forschung empfiehlt deshalb, erzählerische Perspektivwechsel mit klaren fachlichen Einordnungen zu kombinieren, etwa mit Hinweisen auf die Rolle einzelner Organismen im Ökosystem oder auf eine realistische Einschätzung möglicher Missverständnisse und der Grenzen des vermittelten Wissens (Dahlstrom, 2014).²

Anthropomorphisierung: Nichtmenschliches vorstellbar machen

Die Geschichte arbeitet mit dosierter Anthropomorphisierung. Das ist die Zuschreibung menschlicher Eigenschaften an Nichtmenschliches, etwa an Tiere, Mikroorganismen, Dinge, technische Systeme oder Naturphänomene. In Ellis’ Reise betrifft das vor allem Lebewesen im Mikrokosmos: Der Wasserfloh wird zur Begleitfigur, Organismen erscheinen als handelnde Größen, ohne dass ihnen durchgängig menschliche Eigenschaften oder Emotionen zugeschrieben werden.

Das Risiko der Anthropomorphisierung: Sehr anschauliche Szenen können dazu führen, dass

¹ Green, Melanie C.; Brock, Timothy C. (2000): The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. In: Journal of Personality and Social Psychology 79(5), S. 701–721. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>
Mar, Raymond A.; Oatley, Keith (2008): The function of fiction is the abstraction and simulation of social experience. In: Perspectives on Psychological Science 3(3), S. 173–192. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2008.00073.x>

² Dahlstrom, Michael F. (2014): Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. In: Proceedings of the National Academy of Sciences, 111 (Suppl. 4), S. 13614–13620. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111>

die emotionale Wirkung einer Geschichte die sachlichen Details überlagert. In Konstellationen, in denen schon kleinere Missverständnisse problematisch sind, etwa bei gesundheitsbezogenen oder sicherheitskritischen Themen, sollte daher sorgfältig abgewogen werden, wie stark erzählerische Mittel eingesetzt werden und wo eine nüchterne Darstellung erforderlich ist.

Karin Thier betonte im Storytelling-Labor, dass dramaturgische Entscheidungen deshalb immer wieder an Ziel, Zielgruppe und Evidenz rückgebunden werden sollten: Erzählungen sollen wissenschaftliche Inhalte nicht beliebig machen, sondern zugänglich und deutlich markieren, wo narrative Verdichtung beginnt und wo fachliche Beschreibung ansetzt (Thier, 2025).³

Formen von Perspektivwechsel im wissenschaftlichen Storytelling

- **Räumlicher Perspektivwechsel**

Wechsel des Blicks zwischen unterschiedlichen Orten oder Ebenen, zum Beispiel zwischen Oberfläche und Sediment, Labor und Feldforschungsstandort oder Stadt und Land.

Was bleibt in meinem Thema räumlich „unter der Oberfläche“ und welche Orte oder Ebenen werden bislang kaum gezeigt?

- **Skalen- oder Größenperspektive**

Wechsel der Maßstabsebene, etwa vom menschlichen Körpermaß in den Millimeterbereich, vom Molekül zur Zelle oder von einem einzelnen Organismus zur Population bzw. zu einer ganzen Landschaft.

Welche Prozesse werden klarer, wenn ich den Maßstab wechsele, z. B. vom Großen ins Kleine oder umgekehrt? Welche Daten oder Informationen brauche ich, damit dieser Skalenwechsel fachlich korrekt bleibt?

- **Zeitliche Perspektive**

Verschiebung zwischen verschiedenen Zeithorizonten, z. B. zwischen Gegenwart und Zukunftsszenarien, geologischen Zeiträumen und menschlichen Lebensläufen oder kurzfristigen Experimenten und langfristigen Folgen.

Welche Erkenntnisse werden sichtbar, wenn ich mein Thema aus einer anderen zeitlichen Perspektive erzähle (vorher/nachher, kurz-/langfristig)?

- **Rollen- und Akteursperspektive**

Wechsel zwischen der Sicht von Forschenden, Studierenden, Betroffenen oder auch nichtmenschlichen Akteur*innen, zum Beispiel aus der Perspektive einer Institution, eines Sees, einer Stadt, eines Sensors oder eines Datensatzes.

Wessen Perspektive steht in meiner bisherigen Darstellung im Vordergrund und wessen Sicht fehlt? Wie verändert sich die Geschichte, wenn ich sie vorübergehend aus der Sicht eines anderen Akteurs/einer anderen Akteurin oder eines Objekts erzähle?

- **Deutungsperspektive**

Gegenüberstellung verschiedener Deutungen desselben Phänomens, etwa „Dreck“ versus Lebensraum, Risiko versus Chance.

Welche konkurrierenden Deutungen gibt es zu meinem Thema und welche davon möchte ich mit einem erzählerischen Perspektivwechsel sichtbar machen?

³ Thier, Karin (2025): Interview im Rahmen des HOOU-Storytelling-Labors (unveröffentlichtes Interviewmaterial).



Ellis im Wunderland,

die Geschichte von Ellis, der keinen Modder mag, und von einer weithin unbekannten Welt vor unseren Augen.

Wir beginnen unsere Reise in den Mikrokosmos Badesee und begleiten hierzu einen jungen Mann namens Ellis, der mit seinen Freunden am See liegt.

Es ist Sommer. Naturbelassene Ufer, an denen sich Menschen sonnen, einige waten zum Schwimmen ins Wasser. So auch Ellis. Doch der macht plötzlich ein langes Gesicht und ruft laut zu seinen Freunden rüber: „Igitt, der Boden ist ganz weich. Dieser Modder hier ist ja eklig. Man sinkt voll ein!“

Was Ellis nicht weiß: Er hat gerade eine fremde Welt betreten, die sich den meisten Menschen nur sehr selten erschließt. An seinem Bauchnabel vorbei schwimmen gerade einige Wasserflöhe auf der Jagd nach Mikroalgen und in dem „Modder“, der zwischen seinen Zehen hervorquillt, tummeln sich Tausende von Fadenwürmern. Die Kleinstlebewesen nehmen Ellis genauso wenig wahr, wie umgekehrt, denn alle leben in unterschiedlichen Kosmen und sind sich der anderen Existenzen nicht bewusst.

Was wäre, wenn wir Ellis den Zugang zu diesem Mikrokosmos ermöglichen würden? Wenn wir ihn schrumpfen lassen und er nicht mehr 1,80 Meter, sondern plötzlich nur noch 6 Millimeter groß ist?

Und damit verändert sich für Ellis die Welt. Denn kleine Organismen haben mit ganz anderen Gesetzmäßigkeiten zu kämpfen. Aufgrund der kleinen Größe erscheint das Wasser für ihn sehr viskos – fast wie dickflüssiger Honig.

Ellis versucht zu schwimmen, aber das klappt irgendwie nicht. Er bewegt sich dabei nur vor und zurück. Er sinkt nicht, aber er kommt auch nicht voran. Irritiert und zunehmend verzweifelt blickt er sich um. Da steht plötzlich ein anderes Wesen vor ihm. Ein Wasserfloh der Art *Daphnia magna*. Nennen wir sie einfach „Magna“, denn die meisten Wasserflöhe sind weiblich und vermehren sich durch Jungfernzeugung, wenn es ihnen gut geht.

Offenbar kann dieser kleine Krebs, was Ellis nicht kann: superschnell durchs Wasser gleiten. Ellis fallen Bilder ein von Taucher*innen, die sich von Schildkröten durchs Wasser ziehen lassen. Das macht Ellis jetzt auch. Als sich Magna neugierig nähert, hält er sich an ihrem Panzer (Carapax) fest und lässt sich mitziehen.

Ruckartig bewegt sich Magna durchs Wasser: Sie schlägt mit ihren Antennen kraftvoll und fast explosiv und schiebt sich nach vorn, wird dann sehr schnell abgebremst, klappt die Antennen langsam zurück und schießt mit einem kraftvollen Stoß wieder nach vorn. Ellis gelingt es gerade so, sich an Magna festzuhalten.

Während sie durch das Wasser gleiten, wird die Sicht vor Ellis auf einmal trüb. Es wirkt, als wären Wolken im Wasser. Als sie näherkommen, sieht

Ellis, dass dies keine Wolken, sondern Schwebstoffflocken sind, in denen sich offenbar viele Tiere hin- und herbewegen, diese Flocken als Unterschlupf nutzen, aber auch davon fressen. Ellis ist fasziniert und freut sich, dass Magna eine Weile bei den Flocken verharret, um ihrerseits Algen zu filtrieren. So kann er dem regen Treiben eine Weile in Ruhe zuschauen. Alle diese Tiere, die so groß sind wie er und Magna, bewegen sich ruckartig, mit schnellen kraftvollen Bewegungen und irgendwie „asymmetrisch“.

Plötzlich taucht ein Schatten auf. Ellis schaut auf und entdeckt einen Fisch direkt über ihnen. Schnell taucht Magna ab. Sie scheint vor dem Fisch die Flucht zu ergreifen. Scheinbar hat sie gespürt, dass hier Gefahr droht (Magna hat Kairomone wahrgenommen).

Ellis und Magna nähern sich schnell dem Gewässerboden. Dieser ist in vielen Badeseen weich und schlammig, was Ellis ja bemerkte, als er hineinging. Von Nahem betrachtet sieht er fluffig und irgendwie „organisch“ aus. Steine ragen aus ihm hervor. Als Magna sich daran macht, den dichten Biofilm aus Bakterien und Algen abzuweiden, der einen der Steine bedeckt, springt Ellis ab. Kaum ist er am Stein heruntergeklettert, kommt etwas auf ihn zu, das auf den ersten Blick wie eine Schlange aussieht. Es ist ein Oligochaet, ein Wenigborster. Er schnüffelt neugierig an Ellis' Arm, aber er merkt, dass Ellis für einen Snack zu groß ist. Als er sich abwendet, ergreift Ellis die Gelegenheit, klettert auf den Rücken des Wurms und gleitet mit ihm über die Sedimentoberfläche.

Langsam ändert sich der Gewässerboden, es wird sandiger. Nun sieht Ellis viele Tiere, die er vorher, im feinen Sediment, nicht wahrgenommen hat. Die Fadenwürmer sind kleiner als der Wurm, auf dem er sitzt. Sie können extrem zahlreich sein. Bis zu 1000 Nematoden auf 10 Kubikzentimeter kann man finden. Sie ernähren sich hauptsächlich von Bakterien und stellen ihrerseits eine Hauptnahrungsquelle für viele auf oder nahe dem Gewässergrund lebende Tiere (andere Würmer, Muscheln, Schnecken, kleine Fische ...) dar.

Ellis ist begeistert von dieser Vielfalt. Es kommt ihm jetzt gar nicht mehr in den Sinn, den Gewässerboden als Modder zu bezeichnen. Und daher denke ich, können wir Ellis jetzt wieder wachsen lassen und ihn zurück zu seinen Freunden und seinem Handtuch bringen.

Ellis reibt sich die Augen, als er sich plötzlich auf seinem Handtuch wiederfindet ... Hatte er nur einen Tagtraum? Aber diese Welt unter unseren Füßen, die gibt es wirklich!

Und sie ist faszinierend, komplex und für das Ökosystem eines Sees enorm wichtig.



Susanne Heise ist seit 2008 Professorin an der HAW Hamburg und lehrt Zell- und Mikrobiologie, organische Chemie/chemische Sicherheit sowie Ökotoxikologie. Sie leitet die Forschungsgruppe für Angewandte Aquatische Toxikologie und forscht zu Wechselwirkungen zwischen Schadstoffen und Umwelt, insbesondere zu Prozessen im Sediment.

**Manches wird in Hamburg
automatisch geteilt.**

Wissen lieber bewusst.

Hamburg teilt,
was Hamburg weiß.

H O O U

Hamburg teilt, was Hamburg weiß

Unter der Leitidee „Hamburg teilt, was Hamburg weiß“ erzählt die Motivserie zehn kurze, pointierte Alltagsgeschichten aus Hamburg. Jede Szene zeigt eine vertraute Situation des Teilens – ein Franzbrötchen im Café, eine Erinnerung am Elbufer oder eine Kostprobe auf dem Wochenmarkt – und nutzt diese Momente als Analogie dafür, wie die Hamburg Open Online University auf ihrer Plattform Wissen teilt. Das Prinzip dabei: Was Menschen im Alltag ganz selbstverständlich weitergeben, lässt sich auch auf Wissen übertragen. So wird greifbar, wie niedrigschwellig der Einstieg auf hooou.de gedacht ist.

Interview mit Julia Bieck | Von Meena Stavesand

Julia, du bringst Franzbrötchen, Labskaus und U-Bahn mit einer Wissensplattform zusammen. Wie kam es dazu?

Bis alles zusammenkam, war es ein langer Weg. Entstanden ist die Idee im Storytelling-Labor. Die Ausgangsfrage: Wie erzähle ich die HOUU so, dass Menschen nachvollziehen können, warum sich die Angebote für sie lohnen?

Wer die HOUU kennt, weiß, dass es auf unserer Plattform sehr unterschiedliche Lernangebote gibt, alle wissenschaftlich fundiert und oft erstaunlich nah am Alltag. Gleichzeitig ist die HOUU außerhalb dieses Wissenschaftskontexts noch nicht so präsent, wie sie sein sollte. Viele denken sofort an Hochschule und halten die HOUU daher für ein Angebot für Studierende, Lehrende oder akademisch geprägte Zielgruppen. Darum wollte ich die HOUU so alltagsnah und persönlich erzählen, wie sie ist.

Im Storytelling-Labor habe ich mich schnell dagegen entschieden, die Vorteile der HOUU zu erklären. Stattdessen habe ich nach Alltagssituationen gesucht, die jede*r sofort versteht. Mit der Analogie des „Teilens“ hatte ich den passenden Einstieg. Zu den Franzbrötchen im Café oder den Erkältungsviren in der U-Bahn war es dann nicht mehr weit. Ich nutze diese vertrauten Momente, um klarzustellen: Hey, Wissen können wir selbstverständlich auch teilen!

Die Geschichten sollen Menschen erreichen, die mit „offener Bildung“ noch nichts anfangen können. Wie erklärt man etwas, ohne zu belehren?

Indem man am besten gar nicht erst erklären muss. Bei der Konzeptentwicklung hat sich schnell gezeigt: Sobald ich anfangen, die Plattformlogik oder den Nutzen der HOUU zu erklä-

ren, entsteht Distanz zu den Menschen, die ich eigentlich erreichen will. Dann klingt es nach Hochschulkommunikation und nicht nach Alltag.

Ich habe mich deshalb bei der Konzeption weniger an klassischen soziodemografischen Kategorien wie Alter, Bildungsgrad oder Beruf orientiert. Durch die Themenvielfalt der HOOU wird die Zielgruppe sonst schnell entweder zu eng gefasst oder zu beliebig. Stattdessen ging es mir um Identifikation über Lebenssituationen. Der Leitgedanke ist, dass sich Menschen nicht wiedererkennen sollen, weil sie „zur Zielgruppe gehören“, sondern weil sie eine Situation kennen und denken: Ja, genau so etwas habe ich auch schon erlebt. So lässt sich eine Beziehung herstellen. Und am Ende soll es ja bestenfalls nicht beim Wiedererkennen oder Mitfühlen bleiben. Der nächste Schritt ist dann: neugierig werden, hoou.de öffnen und ein Angebot ausprobieren.

Wann im Prozess hat es „Klick“ gemacht? Wie wurden aus einer abstrakten Plattform plötzlich Geschichten?

Zum Glück hat es mehrfach „Klick“ gemacht. Am Anfang war ich etwas überambitioniert. Ich wollte am liebsten alles gleichzeitig erreichen: dass alle die HOOU kennen, ihre Lernangebote nutzen, zu Veranstaltungen kommen und ganz nebenbei begreifen, was „offene Bildung“ bedeutet.

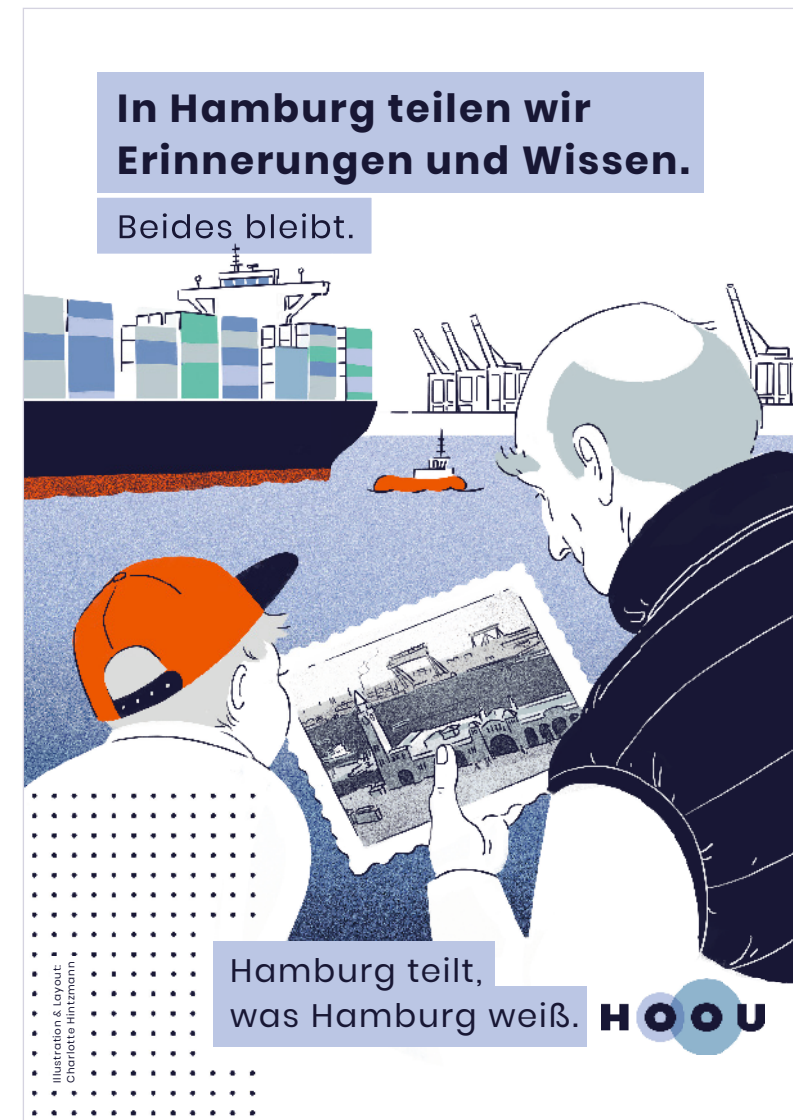
Der erste „Klick“ kam also mit dem Loslassen. Ich habe aufgehört, die HOOU vollständig er-

klären zu wollen. Zwischendurch hat sich das tatsächlich nach Verlust angefühlt, vor allem in dem Moment, als das Gesamtkonzept plötzlich auf zwei DIN-A4-Seiten passte. Im Nachhinein war genau diese Reduktion aber der entscheidende Schritt, der mich weitergebracht hat. Dadurch konnte ich mich auf zwei Kernaussagen fokussieren:

1. Die HOOU bringt Wissenschaft in den Alltag – und das verständlich, relevant und kostenlos.
2. Lernen kann leicht und lebensnah sein, unabhängig von Vorwissen oder Bildungsweg. Genau das wollte ich mit den Geschichten erzählen.

Der zweite „Klick“ war dann der Moment, in dem aus diesen eher abstrakten Botschaften plötzlich konkrete Szenen wurden. Der Schlüssel war die Analogie des Teilens. Erinnerungen, Zukunftsvisionen oder ein Apfel auf dem Markt – meine Geschichten zeigen Situationen, in denen Menschen ganz alltäglich etwas weitergeben. Damit hatte ich den Bogen vom Alltag zum Wissen: So alltäglich, wie wir etwas teilen, so einfach kann auch Wissen geteilt werden. Und wenn das einmal über die Analogie greift, muss man „offene Bildung“ nicht mehr erklären.

Zum dritten Mal „Klick“ hat es im Storytelling-Labor gemacht. Ich erinnere mich gut an den Moment, als ich das Konzept vorgestellte und an den Reaktionen gemerkt habe: Jetzt hab ich's!



Hamburg ist in der Kampagne nicht nur Kulisse, sondern erzählt mit. Was kann die Stadt, was ein anderer Rahmen nicht könnte?

Die meisten Lernangebote der HOOU entstehen hier in Hamburg: als Projekte an den Hamburger Hochschulen, aber auch in offenen Formaten wie Learning Circles und Veranstaltungen, in denen sehr unterschiedliche Menschen zusammenkommen. Der Claim „Hamburg teilt, was Hamburg weiß“ passt genau zu dieser

Stadtlogik: Das Wissen entsteht hier und wird in Hamburg und darüber hinaus geteilt.

Hamburg funktioniert außerdem als gemeinsamer Referenzraum. U3, Elbe, Markt, Michel, Hafenrestaurant – damit sind Orte und Alltag sofort im Kopf. Die Szenen wirken dadurch eher wie Beobachtungen aus dem Leben. Lokalkolorit kann dabei ein Türöffner sein. Menschen fühlen sich gemeint, ohne dass wir Zielgruppenlabels brauchen.

Und ja, ich hatte auch einfach Lust, mit Hamburger Klischees zu spielen. Labskaus ist zum Beispiel ein super Gesprächsthema, weil sich daran die Geister scheiden. Gleichzeitig funktioniert die Grundidee über Hamburg hinaus: Die Motive sind hamburgisch, aber die Idee dahinter versteht man überall: Wissen zu teilen ist genauso einfach wie Teilen im Alltag.

Zu den einzelnen Geschichten gibt es Illustrationen. Was passiert mit einer Geschichte, wenn sie plötzlich ein Bild bekommt?

Rückblickend war der Prozess viel zielgerichteter, als er sich angefühlt hat. Analyse, Konzeption, viele Textfassungen, Feedbackrunden und Korrekturschleifen haben auf einen Punkt hingearbeitet: die Geschichten so weit zu reduzieren, dass wir sie als Bild erzählen können. Die Illustration ist dabei eine harte Probe. Ein Blick reicht und es zeigt sich schnell, ob eine Szene wirklich klar und eindeutig ist. Im Text kann ich

Unschärfen abfedern, ich kann relativieren, Alternativen nennen oder Kontext geben. Bei einem Bild mussten wir den Interpretationsspielraum viel stärker mitdenken. Wer steht wo? Welche Geste macht wer? Welche Stimmung herrscht? Welche Perspektive sehen wir? Das alles hat Einfluss auf die Interpretation der Betrachtenden.

Gleichzeitig liegt darin der Vorteil: Ein Bild kann viel auf einmal erzählen: Stimmungen, Beziehungen, Hamburg-Details. Dadurch entlastet es den Text. Wenn die Illustration die Szene trägt, muss der Text weniger leisten, er wird kürzer. Eine zweite Ebene ist mindestens genauso wichtig wie die Verständlichkeit: die Tonalität. Farbe, Komposition, Ästhetik, Stil. Passt das Gefühl des Bildes zum Tonfall, den ich treffen will?

Für mich war deshalb einer der besten Momente, die ersten Entwürfe zu bekommen. Die Illustratorin Charlotte Hintzmann hat ein sehr feines Gespür für die Nuancen, auf die es ankommt, und hat daraus im Austausch eine eigene, sehr stimmige Bildsprache gefunden. Sie konnte sehr präzise übersetzen, was ich meinte.

Zehn Szenen, zehn Slogans – welcher hat dich am meisten Nerven gekostet?

Verzweifelt bin ich an keinem, aber nervig war der Zustand, in dem man merkt: Es fehlt nur noch ein kleines Stück, bis Text und Illustration wirklich zusammenpassen und sich gegenseitig nicht die Show stehlen. Manche Slogans standen nach drei Minuten, bei anderen hat

es Tage und einige Drüber-Schlafen-Nächte gedauert, weil ein einziges Wort darüber entscheidet, ob es authentisch wirkt oder gekünstelt. Gegen dieses „Es fehlt nur noch ein Stück“-Gefühl hatte ich am Ende eine simple Frage im Kopf: Würde ich das so auch laut übern Flur brüllen? Wenn meine Antwort „Nee, klingt zu sehr nach schlechter Werbung“ war, gab es eben noch eine Runde.

Deshalb war Sprachrhythmus für mich auch ein riesiges Thema: Die Slogans sollten flüssig sprechbar sein, pointiert, mit einem Augenzwinkern, aber ohne Marketingsound. Und bei manchen Motiven ist die Tonalität besonders heikel. Der Text zur „Stille im Michel“ kippt schnell ins Kitschige, beim „Labskaus“ reicht ein Wort zu viel und es wirkt abwertend oder wie ein platter Hamburg-Gag. Insgesamt habe ich mir beim Formulieren aber bewusst Spielraum gelassen. Die Analogie des Teilens sollte erkennbar sein, aber nicht als starre Schablone durch jedes Motiv laufen. Meine wichtigste Regel für die Formulierung: Das Bild erzählt die Szene, der Slogan setzt die Pointe. Um letzteres zu schaffen, kommt es textlich auf jedes Wort an. Dafür holte ich mir die Unterstützung der freien Journalistin Meena Stavesand an die Seite.

Was hat das Storytelling-Labor mit deinem Blick auf Wissenschaftskommunikation gemacht?

Es hat meinen Blick in drei Punkten verändert: Es hat mich bestätigt, es hat mich pragmatischer und es hat mich kritischer gemacht.



1. Bestätigt, weil ich ohnehin Lust am Erzählen habe und im Storytelling-Labor noch einmal sehr deutlich wurde, wie gut Geschichten in der Wissenschaftskommunikation funktionieren können: Sie schaffen Anschluss und bleiben im Gedächtnis. Das Schöne: Man kann Storytelling lernen, weil es Methoden gibt und weil es am Ende eine Frage von Übung und gutem Feedback ist.
2. Pragmatischer wurde ich, weil das Labor die Arbeitsweise hinter Storytelling sichtbar gemacht hat. Im Wissenschaftskontext ist

es meist keine spontane „Erzählidee“, sondern analytische Übersetzungsarbeit. Ich muss erst sortieren, was die Kernaussage ist, was Kontext ist, was weg kann und dann eine passende Erzählform finden. Auch eine scheinbar locker erzählte Anekdote folgt einer Struktur und muss auf den Punkt sein, damit sie funktioniert. Weil das Storytelling-Labor als mehrteilige Workshopreihe angelegt war, hatte ich genug Zeit, mich wirklich darauf einzulassen und viele Ansätze auszuprobieren. Es gab viel Input und viel Praxis und ehrlich gesagt hat mein Gehirn ziemlich

durchgehend weitergerattert, auch wenn ein Workshopteil gerade vorbei war. Dazu passt auch die Erfahrung, dass Wiederholungsschleifen dazugehören: erste Ideen verwerfen, Feedback ernst nehmen, mehrere Runden drehen. Die Ordnungsstrukturen, an denen ich mich entlanghangeln konnte, waren dabei hilfreich. Außerdem muss nicht jede Geschichte automatisch in die Öffentlichkeit. Manche bleiben Arbeitsmaterial, um die eigenen Gedanken zu sortieren.

3. Und kritischer bin ich geworden, weil mir klarer wurde, dass jede auch intuitiv getroffene Erzählentscheidung Konsequenzen hat. Was ich weglassen, wo ich anfangen, welchen Ton ich wähle, das entscheidet darüber, wie ein Thema verstanden wird, selbst wenn inhaltlich alles wissenschaftlich fundiert ist. Gerade wenn man sich anschaut, wie leicht sich Reichweite über „einfache Wahrheiten“ erzeugen lässt, prüfe ich heute automatisch kritischer und achte bei meinen eigenen Geschichten stärker darauf, dass Inhalt und mögliche Wirkung zusammenpassen.

Für mich kann Storytelling in der Wissenschaftskommunikation sinnvoll sein, um Menschen authentisch die Relevanz wissenschaftlicher Inhalte für ihr (alltägliches) Leben zu vermitteln. Und das ist in heutigen Zeiten wichtiger denn je.



Julia Bieck berät seit 2019 Projekte der Hamburg Open Online University (HOOU) an der HAW Hamburg in mediendidaktischen Fragen – von der ersten Idee bis zur Veröffentlichung als offenes Lernangebot.

Außerdem konzipiert sie das Qualifizierungsprogramm und entwickelt dafür partizipative Formate. Damit bringt sie unterschiedliche Menschen, Perspektiven und Expert*innen zusammen. Ihre Leitfrage dabei: Was und wie lernen wir heute und was brauchen wir, um Veränderungen zu verstehen und die Zukunft mitzugestalten?





Illustration: Charlotte Hintzmann für HoUu@HAW Hamburg | CC BY-NC-SA 4.0

Die göttliche Physikerkomödie

In dieser Geschichte reisen zwei Raumfahrende auf einen fremden Planeten und werden unfreundlich empfangen. Um wieder nach Hause zu kommen, müssen sie scheinbar einfache Physikaufgaben lösen, doch in der entscheidenden Situation geht alles schief. Sie erhalten Hilfe und nach einigem Widerstreben lernen sie, welche Fehlvorstellungen sie im Kopf haben, zu welchen Problemen diese führen und wie man richtig arbeitet. In diesem Impuls geht es um die Heldenreise als Storytelling-Format und darum, wie der Physiker Carsten Westarp die Geschichte als Video umgesetzt hat.

Von Carsten Westarp

Die beiden Raumfahrenden Shafia und Nick landen auf einem fremden Planeten, um ihn zu erforschen. Leider wird ihnen wegen Falschparkens eine hohe Geldstrafe aufgebürdet und, da sie diese nicht bezahlen können, werden wichtige Geräte ihres Raumschiffes beschlagnahmt. Zum Glück treffen die beiden zwei Fremde, die ihnen helfen. Sie heißen Albert Einstein und Irene Curie-Joliot (kurz AI). Diese berichten ihnen, dass sie ihre Geräte zurückbekommen, wenn sie physikalische Aufgaben lösen.

Shafia und Nick sind sehr zuversichtlich, weil sie die notwendigen Regeln schon im Studium gelernt haben und in der Prüfung ein Experiment mit einem fahrenden Auto analysieren sollen. Jedoch können sie keine Aufgabe korrekt lösen und wissen nicht einmal, wo ihre Fehler liegen.

Enttäuscht kehren sie zu AI zurück und fragen, ob diese die Antworten kennen und sie ihnen

verraten. Dies lehnen AI ab, aber sie erklären ihnen die Regeln. Shafia und Nick dürfen erzählen, was sie bisher glaubten, und erfahren endlich, was ihre Fehler sind und wie es richtig geht. AI erklärt: „Die Regeln sind einfacher als die Suche nach Umwegen, um diese nicht zu lernen.“

Nun dürfen sie die Prüfung noch einmal ablegen, sind erfolgreich und erhalten ihre Geräte zurück. Zufrieden kehren sie zu AI zurück und wollen ihr Raumschiff reparieren. Dabei merken sie, dass diese Geräte ihnen alle Kenntnisse abgenommen haben, die sie in der Prüfung können mussten. Da sie jetzt aber die Regeln kennen, brauchen sie die Geräte nicht mehr. Also schenken sie diese AI, die sie zerstören.

Fazit: Lernen ist manchmal anstrengend und frustrierend, aber man muss sich dem stellen, um langfristig erfolgreich zu sein. So fliegen Shafia und Nick zufrieden nach Hause.

Analyse der Heldenreise

Die Geschichte nutzt die bekannte Erzähltechnik der Heldenreise. Diese zeigt eine Struktur für die Stationen der Reise und auch die Persönlichkeitsentwicklungen im Laufe der Geschichte.

1. Ruf des Abenteuers

Im Mittelpunkt stehen neugierige Forschende, die eine fremde Welt kennenlernen wollen. Bereits am Anfang wird jedoch auch klar, dass die Astronautin Shafia sich mehr auf die Aufgabe freut als der Astronaut Nick, der sich nach Zuhause sehnt.

Dies zeigt metaphorisch eine bekannte und zwiespältige Situation für Studierende. Jeder Tag an der Hochschule ist ein Aufbruch ins Unbekannte. Zwar haben sich alle Studierenden bewusst und frei für ein Studium entschieden, doch stets schwingt auch Unsicherheit mit, ob man die täglichen Herausforderungen bewältigen kann. Der Wunsch nach Vertrautem ist hoch.

2. Aufbruch ins Unbekannte

Auf dem Planeten werden die Raumfahrenden schnell mit einem Zollbeamten konfrontiert. Dieser ist verärgert, dass sie ohne Genehmigung gelandet sind und zudem einen Eltern-Kind-Parkplatz blockieren. Obwohl sie sich entschuldigen, erhalten sie eine Strafe und verlieren wichtige Geräte ihres Raumschiffes und damit die Möglichkeit, nach Hause zu kommen. Zum Glück treffen sie zwei freundliche Personen, genannt AI, die ihnen erklären, dass sie

den Verlust durch das Bestehen einer physikalischen Prüfung wettmachen können.

Auch diese Situation ist den meisten Studierenden vertraut. Aus Unachtsamkeit und Unwissenheit geraten sie in ein Problem und können nicht abschätzen, wie sie dieses lösen. Jedoch gibt es an jeder Hochschule auch Hilfsangebote, andere Studierende oder motivierte Lehrende, die Orientierung bieten und Wege aufzeigen, wie die Studierenden lernen und in der Welt besser zurechtkommen können.

3. Weg der Prüfungen

Nun stellen sie sich der Prüfung in dem Glauben, ausreichend vorbereitet zu sein. Zu ihrem Entsetzen sind sie völlig überfordert und versagen. So kommen sie zurück zu AI und hoffen zunächst, von diesen die richtigen Antworten zu bekommen. Als diese aber ablehnen, sind sie endlich bereit, sich ihren Fehlern zu stellen. Erstaunt merken sie, dass sie mit ihren bisherigen Kenntnissen und Fähigkeiten ständig Probleme verursachen und können ihre Fehlvorstellungen nachvollziehen. Dann erfahren sie die richtigen Regeln und Vorgehensweisen und können dies an einem Beispiel ausprobieren. Manches ist nicht korrekt, aber sie erhalten von AI sofort Rückmeldung und mit dieser Hilfe sind sie zum Schluss vorbereitet. So können sie sich der Prüfung stellen, haben Erfolg und erhalten ihre Geräte zurück.

Dieser Teil ist ein Abbild von einem typischen Studium, das voller Prüfung und manchmal auch Misserfolgen ist. Misserfolge entstehen häufig, weil sich Studierende falsch einschät-



Abb.: Screenshot aus dem Video „Die göttliche Physikerkomödie“

zen und versuchen, aufwendige Lernprozesse zu umgehen. Nach der ersten Niederlage sind sie demotiviert und denken, dass sie keine Chance auf Erfolg haben. Diese Denkweise ist leider bei vielen Studierenden weit verbreitet, dass man bei Beginn des Studiums entweder in der Lage ist, erfolgreich zu studieren oder nicht, das sogenannte *fixed indset*. (Ondrusch & Quandt, 2023).

Die nächste Reaktion darauf ist, die Prüfung zu umgehen, indem man sich die korrekten Antworten woanders organisiert, was kurzfristig Erfolg vortäuschen kann, doch der Lerngewinn an sich bleibt auf der Strecke. Studierende können an diesem Punkt entweder endgültig aufgeben oder sich auf den Lernprozess einlassen.

Im Unterricht müssen sie nicht nur aufmerksam und sorgfältig Regeln und Theorien und deren Gründe lernen, sondern auch schonungslos die eigenen Fehler analysieren. Danach folgt eine Phase des Übens, zu der Feedback gegeben wird. Auftretende Fehler sind jetzt kein Problem, sondern Teil des Prozesses, da ehrliches Feedback noch existierende Fehlvorstellungen aufzeigt und diese endgültig überwunden werden können. So entsteht langfristiger Erfolg. Diese Denkweise, dass durch Übung Fähigkeiten und Kompetenzen erworben und Fehler abgebaut werden können, nennt man *growth mindset* (Ondrusch & Quandt, 2023). Ein solcher Paradigmenwechsel ist schwierig, teilweise schmerzhaft, aber bei Erfolg eine Grundlage für ein erfolgreiches Studium.

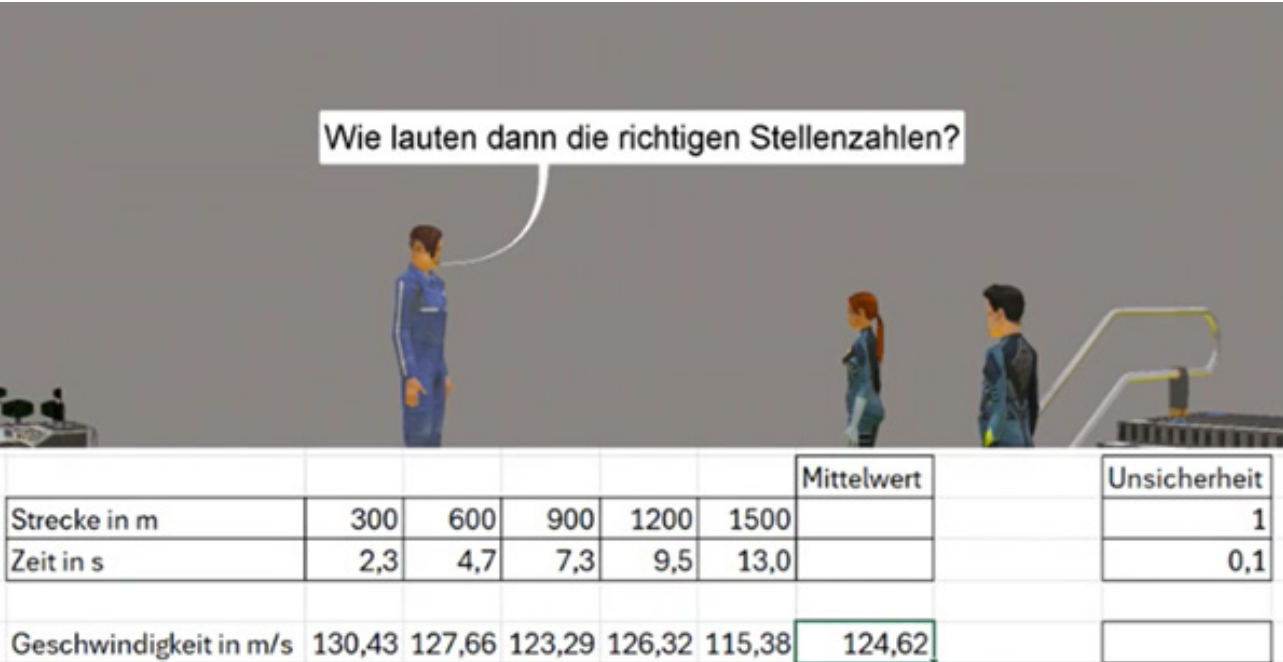


Abb.: Screenshot aus dem Video „Die göttliche Physikerkomödie“

4. Der Schatz

Endlich haben Shafia und Nick ihre Geräte zurück und wollen diese gleich einbauen. Nun merken sie aber, dass sie diese gar nicht mehr brauchen, weil diese ihnen bisher die Arbeit abgenommen haben, die sie nun durch den Unterricht selbst erfüllen können.

Viele Studierende sind in erster Linie auf das Bestehen von Prüfungen und die Noten fixiert. Dabei geht unter, dass Prüfungen tatsächlich nur dem Überprüfen von Lerngewinn dienen. Somit ist der wahre Erfolg nicht das offensichtliche Bestehen einer Prüfung, sondern die Kompetenzen, die man sich durch das Lernen angeeignet hat, und die Möglichkeiten, die man sich dadurch verschafft hat.

5. Die Rückkehr

Zum Abschied erfahren Nick und Shafia, dass der Zollbeamte und AI dieselbe Person ist. Sie bedanken sich und fliegen nach Hause.

Zuletzt merken Studierende, dass Lehrende eine Fülle von Rollen haben. Mal vermitteln sie Inhalte, mal gelten sie als Coaches, die Übungen überwachen und direkt Rückmeldung geben, mal sind sie Prüfende, die Fehler und Defizite schonungslos vermerken. Alle diese Rollen sind entscheidend für den Lernprozess. Am Ende dieses Prozesses besitzen die Studierenden die geforderten Kompetenzen und im Idealfall eine Denkweise, mit der sie weiter durch das Studien- und Berufsleben gehen können.

Warum ein Video?

Niederschwelliges Angebot

Studierende werden mit vielen Angeboten konfrontiert und häufig konkurrieren Lehrangebote, Freizeit und Arbeit um Aufmerksamkeit. Mit dem Video werden Studierende auf eine einfache und verständliche Art angesprochen, die keine Vorbereitung erfordert. Es handelt sich um eine Geschichte, die schnell verstanden wird und Identifikationsfiguren zeigt. Diese wird durch den comichaften Charakter der Figuren, Hintergründe und Machart (z. B. Sprechblasen) des genutzten Animationsprogrammes Alice 3™ unterstützt. Der Einsatz von kleinen Gags und Übertreibungen in der Handlung unterstützen diesen Ansatz.

Einsatz von Metaphern

Auf den ersten Blick handelt es sich bei der Geschichte um eine amüsante, animierte Science-Fiction. Jedoch wird schnell klar, dass die Geschichte, die Figuren und teilweise die Gegenstände Bilder für Studium und Lehre darstellen. Selbst wenn nicht alle Übertragungen sofort möglich sind, werden bei allen Zuschauenden sofort Erinnerungen und Erkenntnisse geweckt. Dies fördert die Aktivität und Aufmerksamkeit beim Anschauen. Möglicherweise können dadurch auch Themen angesprochen werden, die für Studierende zunächst unangenehm sind und von denen sie sich sofort distanzieren würden, wenn man sie direkt ansprechen würde (z. B. falsche Selbstbilder, lähmende Denkweise, Niederlagen als Teil des Lernprozesses, fataler Hang, Umwege zum Lernen zu suchen).

Quellen zur Vertiefung

Mittermair, F. (2022). Die Heldenreise. Zeitschrift Bewusstseinswissenschaften. Transpersonale Psychologie und Psychotherapie, 28(1), 64-71.

Olson, R. (2015): Houston, We Have a Narrative: Why Science Needs Story, University of Chicago Press

Ondrusch, N. & Quandt, V. (2023). Learning sequence "Learning | Growing | Working": a helpful method to facilitate the entry into the IT faculty. Proceedings of The 7th International Conference on Research in Education.

Thier (2017, 3. Aufl.): Storytelling. Eine Methode für das Change-, Marken-, Projekt- und Wissensmanagement.

Carsten Westarp ist seit 2013 an der HAW als Lehrender im Physiklabor tätig. In dieser Zeit war es stets sein Ziel, die Lehre auf vielfältige Weise und mit unterschiedlichen Ansätzen weiterzuentwickeln und zu verbessern.



Zum Video:

Die Göttliche Physikerkomödie



<https://video.hoou.de/w/kbKcc6GKNNLacAH6U7iBsh>

Im Kurzinterview beantwortet er, warum er sich für Inhalt und Umsetzung entschieden hat:

1. Wie bist du auf das Thema deiner Geschichte gekommen und warum beschäftigt es dich?

In dieser Geschichte geht es einerseits um zentrale fachliche Probleme, die Studierende in meinen Veranstaltungen immer haben. Ich investiere jedes Semester viel Mühe, um diese mit den Gruppen aufzuarbeiten, doch es ist jedes Mal ein schwieriger Prozess und bereitet bis zum Ende Probleme. Andererseits sehe ich bei vielen Studierenden den fatalen Hang dazu, Lernprozesse zu umgehen und dadurch scheinbar Erfolge zu erzielen. Langfristig aber bewirkt dies unnötige Probleme und Frustration. Ich denke nicht, dass Studierende Ler-

nen umgehen wollen, weil sie keine Lust dazu haben, sondern weil sie Angst vor Misserfolgen haben und dadurch eine persönliche Krise befürchten.

Lernen ist ein aktiver, nicht immer geradliniger Prozess. Misserfolge sind keine Katastrophe, sondern richtig eingesetzt ein normaler Teil des Prozesses.

2. Was war für dich im Prozess der wichtigste Aha-Moment?

Ich war beeindruckt, als ich verstand, dass ich Lernen verstehe wie eine Heldenreise, obwohl ich das Konzept bis dahin nicht kannte. Mir wurde in diesem Augenblick bewusst, dass ich meine Denkweise direkt in diese Geschichte bringen kann.

3. Was sollen Leser*innen bzw. Zuschauende aus deiner Story mitnehmen?

Am besten das Zitat des Albert Einsteins der Geschichte: „Die Regeln sind einfacher als die Suche nach Umwegen, um diese nicht zu lernen.“

4. Was hast du über dich selbst oder über deine Art Geschichten zu erzählen, gelernt, während du an der Story gearbeitet hast?

Ich habe verstanden, dass ich einfach, aber mit klaren Mitteln erzählen kann und muss.



Die Macht des Erzählens

Wer erzählt, bestimmt Perspektive, Fokus und Deutungsspielräume. Dieser Impuls skizziert, wie narrative Entscheidungen Sichtbarkeit und Rollenbilder prägen und welche Verantwortung daraus für eine sachlich präzise, ethisch sensible und gesellschaftlich reflektierte Wissenschaftskommunikation entsteht.

Von Julia Bieck

Geschichten in der Wissenschaftskommunikation beeinflussen nicht nur, wie gut Menschen etwas verstehen, sondern auch, was sie für relevant, plausibel oder „normal“ halten. Wer erzählt, legt fest, wessen Handeln zählt, wessen Erfahrungen maßgeblich sind und welche Deutungen sich aufdrängen.

Grundlegende Auswahlentscheidungen wie Wortwahl, Problemdefinition oder zeitliche Abfolge steuern, was in den Vordergrund rückt und schlüssig erscheint. Beginnt eine Geschichte z. B. mit einem bahnbrechenden Ergebnis („Wir haben X gefunden“) und erwähnt eher beiläufig, dass Daten widersprüchlich waren oder Hypothesen verworfen werden mussten, entsteht leicht der Eindruck eines geradlinigen Erkenntnisprozesses.

Framing im Storytelling

In der Kommunikationsforschung werden solche sprachlich erzeugten Deutungsstrukturen als Frames beschrieben. Framing bezeichnet den Prozess, in dem Frames gestaltet, etabliert und kommunikativ stabilisiert werden (Schinko-Fischli, 2025).¹ Ein greifbares Beispiel für Framing ist die Begriffsverwendung in der öffentlichen Klimadebatte: Ob von „Klimawandel“ oder von „Klimakrise“ die Rede ist, setzt unterschiedliche Akzente und verschiebt, welche Dringlichkeit und welche Handlungslogik nahegelegt werden.

In der Wissenschaftskommunikation prägen insbesondere wiederkehrende Erzählmuster, welche Deutungsrahmen sich durchsetzen. Je nachdem, wie wir in Geschichten Rollen verteilen, Konflikte und Wendepunkte darstellen oder „Lösungen“ anbieten.

¹ Schinko-Fischli, Susanne (2025): Storytelling ganz konkret: Anwendungsfelder und Beispiele von Storytelling in der Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und im Training. Wiesbaden: Springer Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-48465-1>

Diese Entscheidungen beeinflussen damit auch, wie Wissenschaft wahrgenommen wird, etwa eher als kollektiver, oft langwieriger Prozess mit Unsicherheiten und Umwegen oder als Abfolge außergewöhnlicher Durchbrüche einzelner „Genies“ (Charney, 2003).² Wie bereits in **Impuls 01** erwähnt, warnt Julika Griem in diesem Zusammenhang davor, dass bestimmte Erzählmuster wie Abenteuer- oder Helden-narrative dazu neigen, die Prozesshaftigkeit wissenschaftlicher Arbeit auszublenden und damit eine verzerrte Wahrnehmung wissenschaftlicher Praxis zu begünstigen (Griem, 2018).³

Die nigerianische Autorin Chimamanda Ngozi Adichie geht noch einen Schritt weiter. In ihrem TED-Vortrag *The Danger of a Single Story* thematisiert sie die Risiken einseitiger Erzählungen. Als Beispiel beschreibt sie das in westlichen Industriestaaten verbreitete Bild des afrikanischen Kontinents, das häufig Armut, Krisen und Defizite in den Vordergrund stellt und andere Erfahrungen und Realitäten ausblendet. Adichie betont, dass Stereotype und Klischees weniger durch einzelne falsche Aussagen entstehen als durch die Dominanz einer einzigen Perspektive, aus der erzählt wird. Die Folge

sind verzerrte, scheinbar repräsentative Darstellungen von Personen, Gruppen oder Orten, die unser Bild von Wirklichkeit prägen. Adichie verbindet diese Beobachtung ausdrücklich mit globalen Macht- und Reichweitenfragen: Wer erzählen kann und wer gehört wird, beeinflusst, welche Deutungen als glaubwürdig und richtig gelten (Adichie, 2009).⁴

Ergebnisse sind keine geschlossene, alternativlose Erzählung

Übertragen auf die Wissenschaftskommunikation entstehen *single stories*, wenn beispielsweise komplexe Forschungslagen, Beteiligte oder betroffene Gruppen dauerhaft über einen einzigen Deutungsrahmen sichtbar gemacht, während andere Perspektiven ausgeblendet werden. Das Positionspapier des Wissenschaftsrats zur Wissenschaftskommunikation fordert deshalb u. a., Rollen, Unsicherheiten, methodische Grenzen und den jeweiligen Stand der Evidenz transparent darzustellen, statt Ergebnisse als geschlossene, alternativlose Erzählung erscheinen zu lassen (Wissenschaftsrat, 2021).⁵ Damit werden Maßstäbe gesetzt, an denen sich Storytelling im Wissenschaftskontext messen lassen muss.

Typische Risiken gängiger Erzählmuster

Die Forderungen nach Transparenz und Einordnung umzusetzen, bedeutet in der Praxis vor allem, die eigenen Erzählgewohnheiten im Blick zu behalten. Viele Risiken entstehen nicht durch bewusste Manipulation, sondern eher aus intuitiven Routinen, die wir aus unserer gewohnten Alltagskommunikation oder unseren Medienformaten übernehmen:

- **Personalisierung:** Einzelne Figuren machen komplexe Themen nahbarer. Gleichzeitig geraten institutionelle Rahmenbedingungen, Teamarbeit und strukturelle Ursachen leicht in den Hintergrund.
- **Helden- und Durchbruchlogik:** Figuren wie das „Genie“ und Motive wie „Wendepunkt“ und „Durchbruch“ legen nahe, Erkenntnis entstehe vor allem in spektakulären Momenten statt in iterativen Prozessen mit Revisionen, Fehlern und Umwegen.
- **Konfliktzuspitzung:** Klare Gegensätze (richtig/falsch, gut/schlecht, Lösung/Problem) erzeugen dramaturgisch starke Spannungsbögen. Sie können jedoch Mehrdeutigkeiten, konkurrierende Erklärungen und methodische Einschränkungen unterschlagen.
- **Geschlossene Auflösung:** Ein abschließendes „gutes“ Ende kann Sinn stiften, aber auch Endgültigkeit suggerieren, obwohl Ergebnisse häufig vorläufig bleiben oder an Bedingungen geknüpft sind.
- **Emotionalisierung:** Emotionen erhöhen Aufmerksamkeit und Erinnerbarkeit, können aber die Wahrnehmung dessen verschieben, was empirisch gut abgesichert ist. Berührendes wirkt dann „wichtiger“ als methodisch Belastbares.
- **Wir-/Sie-Rahmungen und Rollenbilder:** Vereinfachte Adressierung („die Wissenschaft“ vs. „die Öffentlichkeit“, „Betroffene“ vs. „Entscheider*innen“) erleichtert Verständlichkeit, kann aber Stereotype verfestigen, Ausschlüsse reproduzieren und Verantwortlichkeiten verzerren.
- **Fallgeschichten ohne Schutzkonzept:** Konkrete Fälle erzeugen Nähe. Ohne Einwilligung, Datenschutz und ggf. Verfremdung können sie jedoch Personen exponieren oder sensible Kontexte ungewollt offenlegen.

² Charney, Davida (2003): Lone Geniuses in Popular Science: The Devaluation of Scientific Consensus. In: Written Communication 20(3), S. 215–241. <https://doi.org/10.1177/0741088303257505>

³ Griem, Julika (2018): Zumutungen. Wissenschaftskommunikation und ihre Widersprüche. Keynote beim Forum Wissenschaftskommunikation 2018 (Bonn, 07.11.2018). Bonn: Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG). <https://www.dfg.de/resource/blob/173414/93e5c16bcdd3c97e46e80afeeba2a5f3/181107-keynote-fwk18-griem-data.pdf> (zuletzt aufgerufen im April 2026).

⁴ Adichie, Chimamanda Ngozi (2009): The Danger of a Single Story. TED Global 2009, Juli 2009. Transkript. https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript (zuletzt aufgerufen im April 2026).

⁵ Wissenschaftsrat (2021): Wissenschaftskommunikation. Positionspapier, Drs. 9367–21. Kiel, Oktober 2021. <https://www.wissenschaftsrat.de/download/2021/9367-21.pdf> (zuletzt aufgerufen im April 2026).

Zehn Postulate für Storytelling in der Wissenschaftskommunikation (in Anlehnung an Müller)⁶:

Die folgenden zehn Postulate hat Müller ursprünglich für verantwortungsvolles politisches Storytelling formuliert. Für die Wissenschaftskommunikation bieten sie eine Orientierung und Reflexionsgrundlage:

I. Storylistening vor Storytelling

Bevor du erzählst, plane Zeit ein, in der du zuhörst. Sammle Perspektiven, Fragen und Erfahrungen der Zielgruppe, um zu verstehen, was sie beschäftigt. Das verhindert, dass du deine Geschichte später am Publikum vorbei erzählst.

Beispiel: Ein Forschungsverbund zur Energiewende plant eine Kommunikationskampagne. Statt sofort die „Erfolgsgeschichte der Innovation“ zu schreiben, sammelt das Team zuerst Stimmen von Anwohner*innen, kommunalen Akteur*innen und Handwerksbetrieben. Erst danach entscheidet es, welche Konflikte, Begriffe und Beispiele im Storytelling auftauchen. Ergebnis: weniger „Technik-Hype“, mehr nachvollziehbare Abwägungen (z. B. Flächen, Kosten, Akzeptanz).

II. Keine exklusiven Geschichten

Vermeide Sündenbocklogiken und achte darauf, wer systematisch nicht vorkommt, wessen

Perspektive fehlt oder wer nur als Problemträger*in dargestellt wird.

Beispiel: Bei Berichten zu „Bildungsbenachteiligung“ werden strukturelle Barrieren (Zeit, Betreuung, Sprache, Zugang) miterzählt statt die Defizite einzelner Gruppen.

III. Mehrere Perspektiven statt Alternativlosigkeit

Begründe, wenn und warum du eine Perspektive vorübergehend in den Mittelpunkt stellst, und denke im Idealfall andere Perspektiven mit. Vermeide Formulierungen, die eine Deutung als „alternativlos“ darstellen, wenn in der Sache plausible Alternativen oder Zielkonflikte bestehen.

Beispiel: In einem Public-Health-Format werden epidemiologische Kennzahlen zunächst priorisiert (akute Lage), anschließend aber systematisch ergänzt: psychische Belastungen, soziale Ungleichheit und Umsetzbarkeit im Alltag. So entsteht kein Eindruck, eine Dimension sei „die ganze Geschichte“.

IV. So vollständig wie möglich erzählen

Beschneide Fakten nicht so, dass sie in eine gewünschte Dramaturgie passen. Achte besonders auf Anfang und Ende: Sie legen nahe, was als Ursache und was als Folge gelesen wird und wie eindeutig Zusammenhänge erscheinen, auch dann, wenn die Datenlage nur

Korrelationen oder Bedingungen zeigt.

Beispiel: Statt „Maßnahme X wirkt: Emissionen sinken“ erklärt die Mitteilung, welcher Zeitraum betrachtet wurde, welche anderen Faktoren parallel wirkten (z. B. Wetter, Konjunktur), und ob es sich um eine Korrelation oder einen kausalen Nachweis handelt.

V. Anschlussfähig erzählen, ohne zu polemisieren

Schaffe Resonanz über Lebensweltbezüge, Metaphern oder konkrete Situationen, aber nicht über Abwertung anderer Gruppen oder einfache Schuldzuweisungen.

Beispiel: Ein Energieprojekt erzählt die Energiewende über eine typische Woche: morgens pendeln, abends Wohnung warm bekommen, am Wochenende einkaufen. Es zeigt dabei, welche Stellschrauben bei Haushalten, Vermietenden, Kommune und Energieversorgern liegen.

VI. So wahrheitsnah wie möglich erzählen

Keine erfundenen, verfälschten oder intentional irreführenden Fallgeschichten; prüfe Herkunft und Validität.

Beispiel: Statt eines Fallberichts wie „Patient X berichtet, dass ...“ werden verifizierte Fallberichte genutzt oder Fiktionen klar als solche gekennzeichnet.

VII. Den Status der Geschichte mitkommunizieren

Kennzeichne, ob es ein Einzelfall, ein typisches Muster, ein Trend oder ein gesicherter Befund ist, und woher die Geschichte stammt. Damit reduzierst du die Gefahr, dass Einzelfälle als repräsentativ gelesen werden.

Beispiel: Ein Fallbeispiel wird als nicht repräsentativ ausgewiesen und mit Datenlage/Evidenzgrad kontextualisiert (z. B. Stichprobe, Unsicherheit, Evidenzstand).

VIII. Narrative „Nebenwirkungen“ mitdenken

Prüfe, welche übergeordneten Narrative deine Begrifflichkeiten, Frames und Beispiele bedienen oder (auch unbeabsichtigt) verstärken.

Beispiel: Eine Studie zu „Videoanalyse zur Gefahrenerkennung“ wird als „KI macht Städte sicher“ kommuniziert. Der Frame bedient ein Sicherheits-Narrativ, in dem z. B. Grundrechte, Fehlalarme und Bias nur als Randthemen erscheinen.

IX. Strategisch denken, authentisch erzählen

Eine klare Erzählstruktur bündelt die Darstellung auf eine zentrale Aussage, sollte aber nicht dazu führen, dass Geschichten zu konstruiert wirken. Authentisch wirken Erzählungen, die auf eigener Erfahrung oder verlässlicher Beobachtung beruhen.

⁶ Müller, Michael (2020): Politisches Storytelling. Wie Politik aus Geschichten gemacht wird. Köln: Halem, S. 127–138.

Beispiel: Ein Projekt berichtet nachvollziehbar von Iterationen und Revisionen als Teil der Arbeit, statt eine reibungslose Erfolgsstory zu konstruieren.

X. Zukunft als Möglichkeitsraum

Erzähle Zukunft nicht als feststehende Entwicklung, sondern als Szenario mit Spielräumen: Wofür lohnt sich Engagement, was gilt als wünschenswert, welche Handlungsspielräume gibt es? Formuliere Zukunft nicht als „die da oben bestimmen“, sondern als kollektive Gestaltungsaufgabe mit Bedingungen, Zielkonflikten und Mitwirkung. Markiere Zukunftsbilder als Möglichkeiten, nicht als Prognosen oder Heilsversprechen.

Beispiel: Eine Hochschule skizziert ein Zukunftsbild für KI-gestütztes Lernen nicht als „So wird es kommen“, sondern als Szenario „So könnte es funktionieren, wenn ...“. Konkret benennt sie Voraussetzungen (z. B. qualifizierte Unterstützung für Lehrende, Infrastruktur, datenschutzkonforme Tools, barrierearme Zugänge) und macht Zielkonflikte sichtbar (z. B. Individualisierung vs. Standardisierung, Effizienz vs. Betreuung, Datenbedarf vs. Datenschutz).

Drei Blickrichtungen fürs Gegenlesen

Diese Postulate konkretisieren, worauf sich reflektierte narrative Entscheidungen prüfen lassen. Ergänzend hilft beim Gegenlesen, die fachliche, die ethische und die gesellschaftliche Perspektive zu berücksichtigen.

1. Fachlich

Narrative Formen verdichten und ordnen, was kommunikativ oft sinnvoll ist, aber fachlich dort problematisch wird, wo die Darstellung kippt: wenn Unsicherheit zu Gewissheit wird oder Kausalitäten nahegelegt werden, die empirisch nicht gedeckt sind. Das passiert bereits in kleinen Formulierungen, etwa wenn aus „Die Daten sprechen dafür“ „Es ist so, dass“ wird, obwohl Unsicherheiten, Alternativen und Grenzen bestehen.

2. Ethisch

Ethische Fragen stellen sich, sobald Geschichten reale Personen, biografische Erfahrungen oder sensible Situationen berühren. Narrative Nähe kann Identifikation ermöglichen, erzeugt aber auch Verletzlichkeit, insbesondere wenn Hürden, Belastungen oder biografische Wendepunkte thematisiert werden. Wenn Dritte vorkommen, gehören Einwilligung, Datenschutz, Schutzbedarfe und gegebenenfalls Verfremdung (z. B. geänderte Details, zusammengesetzte Figuren, symbolische Elemente statt konkreter Fallbeispiele) zur Sorgfalt. Auch eine „anonymisierte“ Fallgeschichte kann problematisch werden, wenn Details eine Identifikation im Umfeld ermöglichen.

3. Gesellschaftlich

Narrative Darstellungen sind nie neutral. Gesellschaftlich reflektiert zu erzählen heißt deshalb, Ein- und Ausschlüsse, Macht- und Rollenverteilungen sowie die Adressierung mitzudenken, statt sie durch vertraute Routinen unbeabsichtigt zu stabilisieren. Das zeigt sich etwa dort, wo „die Wissenschaft“ als erklärendes Wir und „die Öffentlichkeit“ als verständnisfernes Gegenüber erscheint: Diese Adressierung verfestigt Rollenbilder und verdeckt, dass es unterschiedliche Öffentlichkeiten, vielfältige Expertise und geteilte Verantwortlichkeiten gibt.

Praxisbezug zum HOOU-Storytelling-Labor

Wie sich die Postulate und die drei Blickrichtungen in der Praxis anwenden lassen, zeigen die Beispielgeschichten aus dem HOOU-Storytelling-Labor. „Tauchgang für mehr Tiefe“

(Impuls 06) nutzt Fiktion, um Perspektivwechsel zu ermöglichen, ohne reale Personen zu exponieren. Die Geschichte zur Gemeinwohl-Ökonomie **(Impuls 05)** arbeitet mit positiven Zukunftsbildern und macht kenntlich, dass es sich um Möglichkeiten handelt, nicht um Prognosen. „Whirlpool statt Haifischbecken“ **(Impuls 04)** nimmt rechtliche Unsicherheiten ernst, ohne sie zu dramatisieren, und zeigt Unterstützung als Teil des Prozesses statt als schnelle Lösung. Die Motivserie „Hamburg teilt, was Hamburg weiß“ **(Impuls 07)** erzeugt Nähe über Alltagsszenen und Analogien, ohne den Eindruck zu erwecken, komplexe Fragen ließen sich auf einfache Szenen reduzieren.

Wie sich solche Entscheidungen methodisch absichern lassen, beschrieb Karin Thier im Storytelling-Labor: Zunächst wird das beabsichtigte Kommunikationsziel geklärt („Was soll das Publikum hinterher wissen, fühlen, tun?“). Erst danach folgen Entscheidungen zu Protagonist*innen, Konflikt, Emotionen und Medium sowie die Einordnung in ein passendes Strukturmodell (z. B. Drei-Akt-Struktur oder Held*innenreise). Anschließend wird die Geschichte getestet und überarbeitet. Dieses iterative Vorgehen hilft, Perspektiven zu prüfen und nachvollziehbare Entscheidungen über Verfremdung oder Auslassung zu treffen (Thier, 2025).⁷ Ergänzend gehört dazu, die Geschichte bewusst gegenlesen zu lassen: Unterschiedliche Perspektiven im Feedback machen fachliche Unschärfen, problematische Rollenbilder und missverständliche Implikationen eher sichtbar.

⁷ Thier, Karin (2025): Methodeninput im Rahmen des HOOU-Storytelling-Labors. Workshop am 16.6.2025, HAW Hamburg.



Dorothea Erxleben auf TikTok

<https://www.tiktok.com/@hooou.de/video/7627134605065293058>

Wenn Genies wieder sprechen

Stell dir vor, Marie Curie steht vor dir und erzählt von ihren Experimenten mit Radioaktivität. Isaac Newton erklärt, wie ihm die Idee zur Gravitationstheorie kam. Und Klaus Störtebeker erzählt von seinem Leben als Pirat in der Nordsee. Was wie Science-Fiction klingt, ist seit 2023 ein fester Bestandteil der Arbeit des Kommunikationsteams der Hamburg Open Online University. Mit KI-Tools erweckt das Team um Katrin Schröder vom Multimedia Kontor Hamburg und Meena Stavesand, freie Journalistin, verstorbene Wissenschaftler*innen und historische Persönlichkeiten als Avatare zum Leben und nutzen sie, um Wissen auf eine völlig neue Art zu vermitteln.

Von Meena Stavesand

Ende 2022 veränderte sich etwas auf TikTok. Plötzlich tauchten Videos auf, in denen historische Figuren über sich selbst sprachen – animiert mit KI-Tools wie ChatGPT, Midjourney und D-ID. Von Marilyn Monroe bis Robert Oppenheimer: Die Clips gingen viral, Millionen schauten zu. Uns, Katrin Schröder und Meena Stavesand, hat das fasziniert, gleichzeitig aber auch beunruhigt. Denn bei den meisten dieser Videos fehlte eines: der Faktencheck. Wer garantierte, dass das, was Kleopatra oder Einstein dort von sich gaben, auch stimmte? Spoiler: Leider niemand – bis heute (Stand: Februar 2026). Nach wie vor tummeln sich Millionen solcher Videos auf den sozialen Netzwerken. Tendenz steigend.

Als Kommunikationsteam der HOOU – einer Bildungsinitiative der Hamburger Hochschulen – wollten wir erstens ein Gegengewicht bilden und zweitens herausfinden, ob dieses Format eben auch mit wissenschaftlich fundiertem In-

halt funktioniert. Nicht als Spielerei, sondern als ernsthaftes Werkzeug der Wissenschaftskommunikation. Unser Gedanke: Wenn KI-Avatare ohnehin die Plattformen erobern, dann sollte es auch Angebote geben, die geprüft, transparent und verlässlich sind. So begann unser Experiment.

Storytelling mit Stimme und Gesicht

Was die KI-Avatare so besonders macht, ist die persönliche Erzählperspektive. Die historischen Figuren sprechen in der Ich-Form. Sie berichten über ihre Entdeckungen, ihre Leidenschaft und insbesondere über die Hürden, die sie überwinden mussten. Das ist kein trockener Lehrstoff, sondern Storytelling im besten Sinne: Es macht Geschichte greifbar und wissenschaftliche Leistungen nahbar. Eine Marie Curie, die von ihrem Weg als erste Nobelpreisträgerin erzählt, berührt anders als ein Wikipedia-Eintrag.

Dabei wählen wir unsere Protagonist*innen bewusst aus. Wir greifen Persönlichkeiten auf, die aktuell diskutiert werden – etwa Caspar David Friedrich anlässlich seines 250. Geburtstags – oder thematisieren gezielt Frauen, die Wissenschaftsgeschichte geschrieben haben: Grace Hopper als Computerpionierin, Dorothea Erxleben als erste promovierte Ärztin Deutschlands. Auch Hamburger Persönlichkeiten wie die Zitronenjette oder Klaus Störtebeker finden ihren Platz. Der regionale Bezug schafft Nähe und sorgt für rege Diskussionen in der Community.

Vom Prompt zum fertigen Video

Besonders spannend an diesem Projekt ist der Produktionsprozess selbst. Wir setzen KI in jedem Schritt ein und reflektieren dabei ganz bewusst, wo die Technologie hilft und wo sie an ihre Grenzen stößt.

Alles beginnt mit einem Prompt. Wir bitten Claude (in früheren Zeiten ChatGPT), sich in die jeweilige Persönlichkeit hineinzusetzen und deren Lebensgeschichte in mündlicher Sprache zu erzählen. Der erste Entwurf ist selten perfekt: Die Sprache klingt oft zu schriftlich, manche Fakten stimmen nicht. Also überarbeiten wir den Text gründlich, prüfen jede Angabe nach journalistischen Standards und achten darauf, dass der Ton zur Person passt. Parallel erstellen wir mit Bildgeneratoren wie Midjourney oder Leonardo.AI ein Porträt der Figur. Anschließend führt die Software Freepik (in früheren Zeiten D-ID) Bild und Text zu einem animierten Video zusammen. Für die Stimme

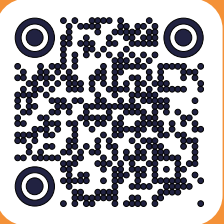
nutzen wir ElevenLabs, das eine große Auswahl an natürlich klingenden Sprecher*innen bietet. Pro Video investieren wir sechs bis acht Stunden für 90 bis 120 Sekunden fertiges Material, da wir die Videos inzwischen deutlich aufwendiger mit verschiedenen Sequenzen gestalten.

Ein entscheidender Aspekt dabei: Die KI-Tools entwickeln sich rasant. Vergleicht man unseren ersten Marie-Curie-Avatar aus dem Sommer 2023 mit der aktuellen Version, sieht man den Unterschied sofort. Die Figur wirkt realistischer, die Stimme natürlicher, die Lippensynchronisation besser. Das macht die Videos noch überzeugender – und den nächsten Punkt umso wichtiger.

Transparenz ist keine Option, sondern Pflicht

Je besser die Technik wird, desto schwieriger wird es, einen KI-Avatar von einem echten Menschen zu unterscheiden. Genau deshalb ist Transparenz für uns das oberste Gebot. Unter jedem Video steht ein klarer Hinweis: „Video und Text wurden mit Künstlicher Intelligenz erstellt.“ Wir folgen damit dem EU AI Act, der vorschreibt, dass Inhalte, die echten Personen ähneln und als authentisch wahrgenommen werden könnten, als KI-generiert gekennzeichnet werden müssen.

Darüber hinaus generieren wir aus rechtlichen Gründen ausschließlich Avatare von Persönlichkeiten, die seit mehr als 30 Jahren verstorben sind. Und wir achten darauf, den dargestellten Figuren gegenüber respektvoll



Rechts: Neue Version

<https://www.tiktok.com/@hooou.de/video/7577717400427318550>



Links: Alte Version von Marie Curie auf TikTok

<https://www.tiktok.com/@hooou.de/video/7271555514893454624>



zu bleiben: Die Texte werden so formuliert, dass sie mit Überlieferungen und Aussagen der Person zu Lebzeiten vereinbar sind. Wir legen ihnen keine Worte in den Mund, die ihrem Charakter oder Wirken widersprechen würden.

Verlässliches Format mit Factchecking

Die Faktenprüfung ist für uns obligatorisch. Jede Information, die ein Avatar vermittelt, wird anhand vertrauenswürdiger Quellen überprüft – von der Bundeszentrale für politische Bildung über wissenschaftliche Publikationen bis hin zu Museen und Stiftungen. Denn genau hier liegt der Unterschied zu den ungeprüften viralen Videos, die uns ursprünglich motiviert haben: Wir wollen ein Format schaffen, das unterhaltend und zugleich verlässlich ist.

Mehr als ein Social-Media-Experiment

Was als Experiment auf TikTok begann, hat sich mittlerweile als festes Format in unserem Redaktionsplan etabliert. Und es geht längst über Social Media hinaus. Die Ausstellung „Versäumte Bilder“ von Gesine Born, die 2025 im Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt gezeigt wurde, verdeutlicht, welchen Beitrag KI-generierte Darstellungen zur Sichtbarkeit von Wissenschaftlerinnen leisten können. Und auch in der Hochschullehre sehen wir großes Potenzial: Ein fiktiver Avatar wie „Luca“, der Studierenden in Onlinekursen KI-Tools erklärt, ist bereits im Einsatz. Das Multimedia Kontor Hamburg bietet zusätzlich Schulungen an, in denen Hochschulmitarbeitende lernen, eigene Avatare zu erstellen.

Ständige Reflexion

Für uns bleibt das Projekt eine ständige Reflexion. Wir hinterfragen bei jedem neuen Avatar, ob der Einsatz von KI in diesem Kontext angemessen ist. Welche Inhalte in welcher Weise und von welcher Persönlichkeit kommuniziert werden, muss eine Einzelfallentscheidung bleiben. Aber eines hat uns dieses Experiment klar gezeigt: KI-Avatare können eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart schlagen. Sie machen wissenschaftliche Leistungen lebendig, erzählen Geschichten, die berühren, und öffnen Türen für Menschen, die sonst vielleicht nicht den Weg zu einem wissenschaftlichen Thema gefunden hätten.



Isaac Newton auf TikTok

<https://www.tiktok.com/@hooou.de/video/7585531928640490774>

Impressum

Eine Publikation der Hamburg Open Online University (HOOU) anlässlich des zehnjährigen Bestehens
www.hooou.de

Herausgegeben von:
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Team HOOU@HAW Hamburg
Jungestraße 10
20535 Hamburg
HOOU@haw-hamburg.de

Konzeption & Redaktion:	Julia Bieck (HAW Hamburg) Meena Stavesand
Layout & Grafiken:	Leif Diefenthaler

Texte, Layout und Grafiken stehen, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung 4.0 **(CC BY 4.0)**.

Das bedeutet, dass sie vervielfältigt, verbreitet und öffentlich zugänglich gemacht werden dürfen, sofern dabei stets die Urheber*innen, die Quelle und oben genannte Lizenz genannt werden, <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>.



Mai 2026