

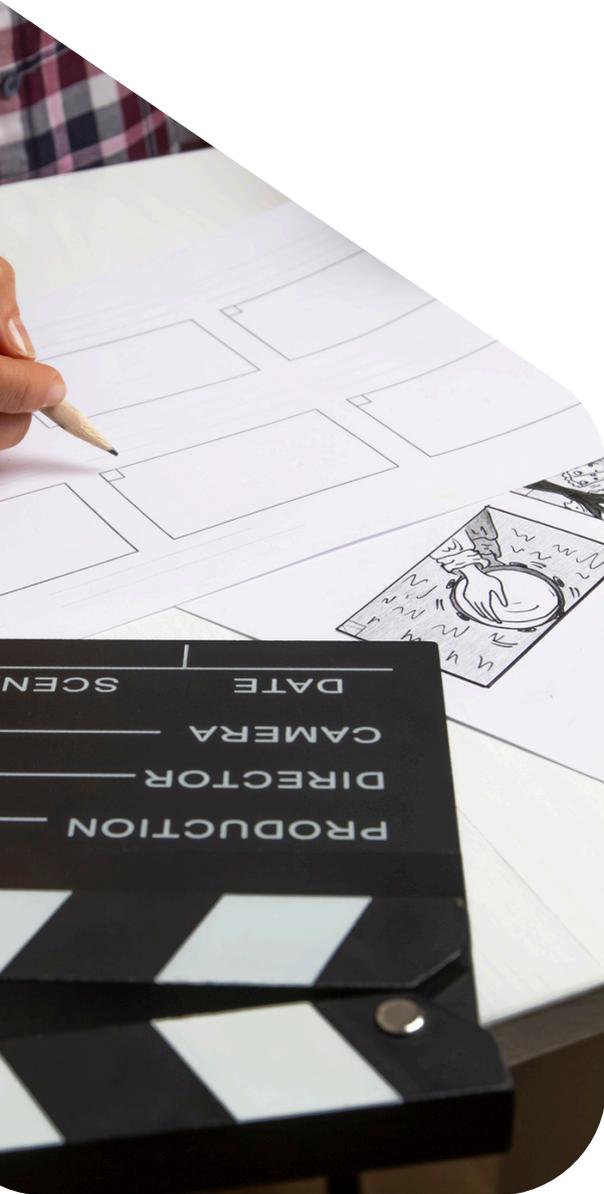


USE
YOUR
IMAGINATION

Juli 2025

Storytelling in der Ausbildung

Erzählen statt Erklären



Inhalt

I. Warum Geschichten wirken	3
II. Elemente, Plotlines & Archetypen	4
III. Überlegungen für den Berufssalltag	9
IV. Einsatzmöglichkeiten	13
V. Konkrete Praxisbeispiele	16
VI. Jetzt bist du dran!	19

I. Warum Geschichten wirken

Einführung

Storytelling ist keine neue Erfindung: Menschen erzählen sich Geschichten, seit sie die Fähigkeit der Sprache erworben haben. Und schon immer waren Unterhaltung und die Weitergabe von Wissen zwei wesentliche Ziele von Geschichten. Warum sich diese Ziele mit Geschichten so gut erreichen lassen, erfährst du in dieser kurzen Einleitung.

1

Erinnerungen stärken

Beim Storytelling werden verschiedene Gehirnareale angesprochen. Durch die Arbeit mit (sprachlichen) Bildern, Emotionen und Erfahrungswelten werden die Informationen vielfältiger miteinander verknüpft. Dadurch bleiben sie länger im Gedächtnis und sind einfacher abrufbar. Außerdem: Unser Gehirn ist darauf programmiert, Zusammenhänge zu erkennen. Geschichten entstehen also quasi von selbst.

2

Orientierung liefern & Miterleben ermöglichen

Geschichten sind der Inbegriff von "Lernen am Modell". Wir identifizieren uns mit den Protagonist:innen, rezipieren nicht nur ihre Erfolge und Misserfolge, sondern erleben sie. Wir freuen uns und trauern mit ihnen - und lernen aus ihren Handlungen und Erfahrungen.

3

An der Lebenswelt junger Auszubildender anknüpfen

Die Lebenswelt junger Auszubildender ist medial geprägt. Egal ob Film und Fernsehen, Bücher, Games, Social Media oder das Werbeplakat am Bahnhof - Geschichten sind überall, im Großen wie auch im Kleinen. Jeder hat eine Geschichte und wie wir diese Geschichten erzählen, kann den Blick auf unser Leben lenken und verändern. Mit Storytelling holst du deine Azubis in ihrer eigenen Lebenswelt ab und baust direkt auf ihren Erfahrungen auf.



Das Gehirn erkennt Zusammenhänge von selbst!

3 lose Sätze verknüpft das Gehirn zu einer Geschichte:

- Ein Hund rennt durch den Park.
- Der Roboter hat sich aus einer Fabrik befreit.
- Ein Kind wird geboren.

II. Elemente, Plotlines & Archetypen

Geschichten basieren auf sich wiederholenden Mustern. Viele Geschichten arbeiten mit gleichen oder ähnlichen Elementen, erzählen ähnliche Handlungen (Plotlines) von ähnlichen Charakteren (Archetypen).



Elemente des Storytellings

Was sind die wichtigsten Bestandteile einer Geschichte? Hier eine kleine Auswahl:

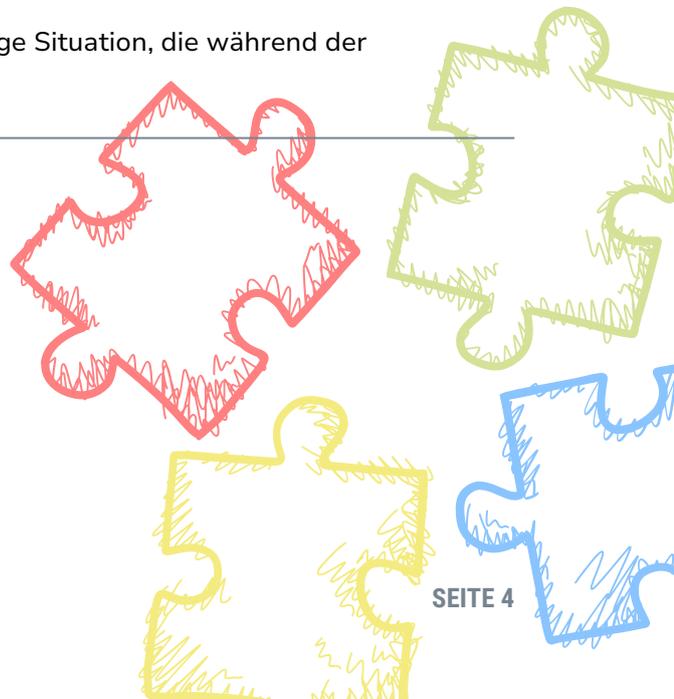
Protagonist:in	Eine zentrale Figur oder ein:e Held:in, mit dem sich die Zuhörenden identifizieren können.
Emotionen	Einsatz von Emotionen, um die Zuhörenden zu berühren und zu involvieren; innerhalb der Geschichte, aber auch als Erzähler:in.
Handlungsbogen	Eine klare Struktur mit Anfang, Mitte und Ende, die die Geschichte spannend und nachvollziehbar macht. Der rote Faden deiner Erzählung.
Metaphern & Symbole	Verwendung von Metaphern und Symbolen, um abstrakte Konzepte einfach zu erklären.
Botschaft	Eine klare und eindeutige Botschaft, die am Ende der Geschichte vermittelt wird, z. B. deine Lerninhalte.
Problem / Veränderungswunsch	Ein Hindernis oder eine schwierige Situation, die während der Geschichte gelöst werden muss.

Sachlich:

Ein Mädchen traf auf dem Weg zu ihrer Großmutter auf einen Fremden. Das Wetter war schlecht und der Weg uneben.

Storytelling:

Es regnete in Strömen als das kleine Rotkäppchen durch den kalten, dunklen Wald zu seiner kranken Großmutter lief. Plötzlich starrten Sie zwei stechend gelbe Augen aus der Finsternis an - der große, böse Wolf erschreckte sie so sehr, dass sie fast über ein paar Wurzeln gestolpert wäre.





Plotlines im Storytelling

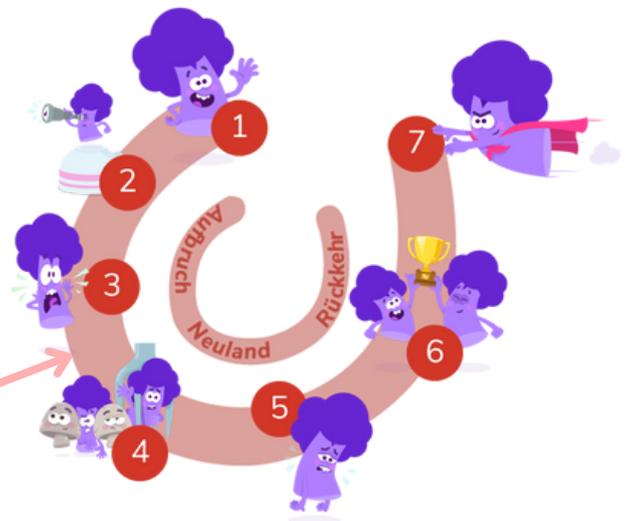
Die Handlung einer Geschichte orientiert sich oft an bekannten Plotlines - Erzählmustern, die sich teilweise schon in antiken Geschichten finden lassen, aber noch immer unsere Aufmerksamkeit fesseln. Auf den nächsten drei Seiten lernst du ausgewählte Plotlines kennen, die sich dadurch auszeichnen, dass sie sich in wenigen Worten zusammenfassen lassen und trotzdem sofort Assoziationen auslösen.

Die Heldenreise

Im Zentrum dieser Plotline stehen ein Held und seine persönliche Entwicklung im Laufe der Geschichte.

Stationen: (vereinfachte Darstellung*)

1. Vertraute Welt
2. Ruf des Abenteurers
3. Verweigerung
4. Freunde, Feinde, Prüfungen
5. Krise
6. Belohnung
7. Verwandlung & Rückkehr



- 1 Bruno Brokkoli macht seinen Schulabschluss und hat bereits einen Ausbildungsplatz.
- 2 Es wird Zeit für seine Ausbildung in eine große Stadt zu ziehen.
- 3 Die vielen Herausforderungen (Wohnung, Ausbildung, fremde Stadt) verunsichern Bruno. Er ist sich nicht sicher, ob er die richtigen Entscheidungen getroffen hat.
- 4 Bruno lernt andere Azubis und einen schwierigen Kollegen kennen, er schreibt erste Tests in der Berufsschule, findet Freunde im Sportverein, ...
- 5 Der Kühlschrank leer, schon bald Klausurphase, außerdem Stress zwischen den Azubis - Bruno fühlt sich überfordert. Er denkt darüber nach, alles abzubauen.
- 6 Unglaublich! Bruno hat den gefürchteten Test bestanden. Ein Kunde hat ihn für sein freundliches Auftreten gelobt und auch die Azubis halten untereinander jetzt richtig zusammen. Bruno fühlt sich angekommen.
- 7 Der erste Urlaub bei Familie, Freunden und der gewohnten Kleinstadt. Aber warum fühlt sich hier plötzlich alles so anders an? Es hat sich doch gar nichts verändert ... Oder doch?



*Die ausführliche Darstellung der Heldenreise findest du in der Anlage 1.



Das Monster überwinden

Im Zentrum steht ein zu besiegendes Übel - abstrakt oder sehr konkret.

Stationen:

1. Berufung des Helden
2. erster Erfolg & Frustration
3. Alptraum
4. wundersame Flucht
5. Tod des Monsters

Beispiele:

- Firmenmission
- Welt besser machen
- Konkurrenz "bekämpfen"

Herr der Ringe Plot-Beispiele

Sauron musste vernichtet werden ...



Die Suche

Das Ziel ist der Fokuspunkt dieser Erzählung.

Stationen:

1. Ruf des Helden
2. Reise & Gefährten finden
3. Ankunft & Frustration
4. Prüfung
5. Ziel erreichen

Beispiele:

- Verfolgung eines klaren, strategischen Ziels
- Entstehungsgeschichten von Unternehmen

Und so brach die Gemeinschaft zum Schicksalsberg auf, den EINEN Ring zu vernichten ...



Wiedergeburt/Comeback

Geschichten über das Nicht-Aufgeben, Rückschläge und späte Erfolge

Stationen:

1. Held wird verdrängt
2. Held findet scheinbar einen Weg
3. Hürden & beinahe Tod
4. scheinbarer Sieg des Bösen
5. wundersame Wiederkehr des Helden & Untergang des Bösen

Beispiele:

- Steve Jobs
- QR-Code
- Menschen, Firmen, Produkte

Sie trauten ihren Augen nicht: Vor ihnen stand Gandalf, der Weiße.



Große Epen vereinen oft mehrere dieser Plots miteinander. Halte beim nächsten Filmabend die Augen offen: Erkennst du einen oder mehrere dieser Plots wieder?



Komödie

Verwirrung und Umdeutung: Vermeintlich Böses stellt sich am Ende als das Gute heraus.

Stationen:

1. Kleine heile Welt
2. Verwirrung
3. Entwirrung

Beispiele:

- Entwicklung von Produkten / Arbeitsabläufen
- klassische Missverständnisse im Arbeitskontext

Herr der Ringe Plot-Beispiele

Man braucht Leute mit Verstand für diese ... Abenteuer. Was auch immer. Geschichte.



Tragödie

Geschichten über Versagen, Fehler und Tod können manchmal die lehrreichsten sein.

Stationen:

1. Held ist unzufrieden
2. Positiver Impact
3. Hindernisse & Frustration
4. Verzweiflung
5. Tod

Beispiele:

- aus Fehlern lernen
- kein Erfolg ohne Scheitern
- Warum scheiterten andere Abläufe / Produkte / Maßnahmen?

Und so stürzte Gollum zusammen mit dem Ring in die Feuer des Schicksalsberges ...



Tellerwäscher & Millionär

Wille, Disziplin und etwas Glück stehen hier eher im Fokus als einzelne Fähigkeiten und Wissen.

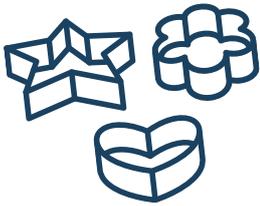
Stationen:

1. Ruf des Schicksals
2. Verlassen der gewohnten Umgebung
3. Krise
4. Prüfung
5. Glückliche Vereinigung

Beispiele:

- Erfolg des Underdogs
- David gegen Goliath
- Erfolgsgeschichten von 0 auf 100

Wer hätte gedacht, das ein einfacher Waldläufer dereinst König von Gondor werden würde?



Archetypen im Storytelling

Ein Archetyp ist eine Art Ausstechform, mit der du Charaktere gestalten kannst. Ähnlich den verschiedenen Plots wecken alleine ihre Namen schon Assoziationen zu ihrem Charakter. Die simple Struktur der Archetypen hilft, die Identifikationsmöglichkeit zu steigern.

Archetypen lassen sich nach ihren übergeordneten Leitmotiven in vier Gruppen einteilen (siehe Mitte), unterscheiden sich aber durch ihre Motivation (jeweils in Klammern) und ihr Auftreten. Sie können und dürfen auch etwas klischeehaft sein, dadurch erhalten sie ihren Wiedererkennungswert. Natürlich sollten deine Charaktere nicht zu sehr in Stereotype abgeleiten und können individuell gestaltet werden.

Hier eine Übersicht der **12 Archetypen nach C.G. Jung**:



- Was sind deine Azubis für dich? Schöpfer? Rebellen? Entdecker?
- Braucht es einen bestimmten Archetyp, den du für dein Azubimarketing ansprechen kannst?
- Versetze deine Azubis in verschiedene Rollen, die an Archetypen angelehnt sind, um in Rollenspielen, in Kreativ-Workshops, im Projektmanagement und vielem weiteren bestimmte Blickwinkel aufzuzeigen und/oder zu provozieren.
- Schaffe Verständnis, etwa zwischen Kulturen oder Generationen, indem du sie in einer Geschichte zu verschiedenen Archetypen machst und so ihre Unterschiede aber auch ihre Gemeinsamkeiten aufzeigst.

III. Überlegungen für den Berufsalltag

Um eine Geschichte in den Ausbildungsalltag zu integrieren ist es ratsam, sich vorab einen Fahrplan dafür zu überlegen. Erste Anhaltspunkte hast du im vorangegangenen Kapitel bereits bekommen. Doch es reicht oft nicht zu wissen, in welchen Bereich ich eine Geschichte anwenden möchte, sondern es bedarf weiterer achtsamer Überlegungen.



Wichtige Basiselemente in der Vermittlung von Botschaften

Bevor du in die Kommunikation bzw. in die Inhaltsvermittlung mit deinem Auszubildenden gehst, solltest du dir stets eine wichtige Frage stellen:

WAS will ich **WARUM** bei **WEM** erreichen und **WIE** kann ich es erreichen?

W a s	Herausforderung, Aufgabe	berufliche Anwendungsfelder (siehe Kapitel IV)
W a r u m	Zielsetzung	Wissensvermittlung, Erfahrungsaustausch, Erinnerungstrigger, Entscheidungsfindung, Teambildung, Ideengenerierung, Problemlösung, Reflexion, ...
W e m	Zielgruppe (auch Anzahl)	Auszubildende, Schüler:innen, Kolleg:innen, ... (Anzahl entscheidend für Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit)
W i e	"Weg", also Methode (auch Materialien)	Storytelling, Rollenspiel, Planspiel, ... (Begleitmaterialien notwendig?)



Praxistipp:

Mache dein Thema zum Thema des Gegenübers bzw. gib ihm die Möglichkeit, sich mit dem Thema zu identifizieren. Hole das Gegenüber in der eigenen Lebenswelt ab.



Zielgerichtetes Erzählen

Jede Geschichte sollte eine klare Absicht verfolgen. Ohne eine klare Zielsetzung läuft die Erzählung Gefahr, belanglos und unstrukturiert zu wirken. Du solltest dir also bewusst sein, welche Botschaft du mit welchem Ziel vermitteln möchtest.

Die Ziele, die mit einer guten Kommunikation in Verbindung gebracht werden, decken sich mit den Zielen, die wir mit einem guten Storytelling erreichen wollen.

Ziele der Kommunikation

emotionalen Zugang schaffen (Verbindung aufbauen)

Wenn du einen emotionalen Zugang bei den Auszubildenden erreichst, werden "trockene" Fakten durch die Assoziation mit eigenen Erfahrungen, gefühlten Emotionen und bekannten Bildern verständlicher.

Nachvollziehbarkeit herstellen

Indem du einen nachvollziehbaren und an die Lebenswelt der Auszubildenden andockenden Handlungsbogen innerhalb der Geschichte kreierst, werden komplexe Ideen für das Gegenüber greifbarer.

Wirkung verstärken

Kommunikation wird umso lebendiger und spannender, desto mehr realvergleichbare Elemente du einbaust. (Die Beispielüberlegung "Die Werkhalle ist so groß wie die Grundfläche des Kölner Doms" ist weniger realitätsnah als "Die Werkhalle ist so groß wie ca. 90% eines Fußballfeldes". Es ist die gleiche Flächeninformation, jedoch lebensweltnaher und somit wirkungskräftiger.)

Ziele des Storytellings



Praxistipp:

Überlege dir vorab, welche Kernbotschaft deine Geschichte haben soll. Frage dich: "Was sollen meine Auszubildenden aus dieser Geschichte lernen oder mitnehmen?"



Geschichten aus der Ausbildungspraxis nutzen

Geschichten aus dem Ausbildungsalltag machen den Auszubildenden deutlich, dass Herausforderungen und Lösungen nicht nur realistisch, sondern auch erreichbar sind. Reale Geschichten sind glaubwürdiger und helfen Auszubildenden dabei, einen Bezug zur Arbeitswelt herzustellen.

Doch Achtung! Glaubwürdige, reale Geschichten dürfen auch gern eine Portion fiktive Erzählung beinhalten. Dies hilft zum Beispiel dann, wenn

- über die Gedanken einer realen Person erzählt wird, die man nicht wissen kann,
- einer realen Unternehmensgeschichte fiktive Kolleg:innen hinzugefügt werden, um einen nützlichen Nebenstrang der Geschichte zu "füttern", oder
- wenn ein realistisch wirkender Handlungsstrang durch frei erfundene Fakten "dramatisiert" wird.



Praxistipp:

Halte im Berufsalltag Augen und Ohren offen. Schreibe dir interessante und lehrreiche Situationen auf, die sich später womöglich in spannende Geschichten umwandeln lassen.



Kleine Geschichten mit großer Wirkung: Micro-Story(telling)

Im Ausbildungsalltag ist oft wenig Zeit dafür, ausführliche Geschichten in den Einsatz zu bringen. Oft musst du schnell auf den Punkt kommen und dich auf das Wesentliche fokussieren. Hierbei ist es ganz wichtig, dass die Kernbotschaft, die du vermitteln möchtest, nicht verloren geht.

Hier kann es helfen, bereits vorhandene Geschichten in eine Micro-Story zu überführen oder von vornherein Micro-Stories zu entwickeln. Eine Micro-Story ist eine kurze Erzählung von 3-5 Sätzen, die sich auf wesentlichste Elemente des Storytellings konzentriert:

- Protagonist:in
- Situation / Handlung
- Konflikt / Fehler / Herausforderung / Problem
- Konsequenz / Erkenntnis / Lösung / Ergebnis



Praxistipp:

Passe bereits vorhandene Geschichten um die Kernbotschaft herum an. Überlege dir im Vorfeld, wann kürzere und wann längere Geschichten besser zum Einsatz kommen.

IV. Einsatzmöglichkeiten

Im Folgenden sehen wir uns verschiedene Einsatzmöglichkeiten für Storytelling in der Ausbildung an. Wo finden sich Anknüpfungspunkte an die Lebensrealität junger Auszubildender? Welche Themenfelder eignen sich? Was sind die Vorteile? Anhand kleiner Beispiele versuchen wir, Antworten auf diese Fragen zu geben und Impulse für die eigene Umsetzung zu liefern.

Studie: Azubi-Recruiting Trends 2023: Wie die GenZ wirklich tickt

Ein Blick in die *Azubi Recruiting Trends 2023* zeigt: Azubis und Helden haben viel gemeinsam! Viele Motive sind regelrecht deckungsgleich.



Tipp:

Nutze die Möglichkeiten an die Lebensrealitäten deiner Azubis anzuknüpfen und halte auch nach weiteren Motiven Ausschau. Wie ticken DEINE Azubis? Was motiviert und fasziniert sie?

Was motiviert Azubis?

Was motiviert Helden?





Praxisnahe Anwendungsimpulse

Die folgenden fünf Anwendungsfelder zeigen beispielhaft, dass Storytelling nicht auf einen bestimmten Bereich beschränkt ist. Gut eingesetzte Geschichten bereichern die Ausbildung und fördern nachhaltiges Lernen.



Fachliches Verständnis

- **Vermittlung technischer Inhalte**
 - Beispiel: Vermittlung von Sicherheitsvorschriften und –regeln
 - Sicherheitsunterweisungen lassen sich mit Geschichten untermauern, welche die Folgen von Regelbrüchen oder Fahrlässigkeit aufzeigen.
 - Vorteil: Vorschriften wirken weniger abstrakt und werden besser im Gedächtnis behalten
- **Vermittlung komplexer oder abstrakter Inhalte**
 - Beispiel: abstrakte Konzepte wie technische Abläufe oder Qualitätsstandards greifbar machen
 - Eine Geschichte, die einen Produktionsprozess durch die Reise eines Produktes beschreibt, von der Herstellung bis zur Auslieferung (Produkt = emotionaler Protagonist). → Beispiel auf Seite 18
 - Vorteil: komplexe Inhalte werden anschaulich und verständlicher



Soziale Kompetenzen und Fehlerkultur

- **Förderung von Soft Skills**
 - Beispiel: Vermittlung von Werten wie Teamarbeit, Konfliktfähigkeit oder Verantwortungsbewusstsein
 - Eine Geschichte über eine erfolgreiche Zusammenarbeit in einem Projekt, die zeigt, wie Konflikte gelöst oder gemeinsame Ziele erreicht wurden.
 - Vorteil: Soft Skills werden als erlebte Praxis vermittelt
- **Konflikt und Fehlerkultur fördern**
 - Beispiel: Geschichten helfen eine positive Fehlerkultur zu etablieren, indem Geschichten über den produktiven Umgang mit Fehlern erzählt werden
 - Eine Geschichte über ein Missverständnis im Team, das durch offene Kommunikation gelöst wurde und zu Verbesserungen führte.
 - Vorteil: Azubis lernen, Fehler als Lernchancen zu sehen und keine Angst vor Misserfolgen zu haben



Motivation und Stressbewältigung

- **Motivation und Überwindung von Herausforderungen**
 - Beispiel: Geschichten über frühere Azubis oder Kollegen, die schwierige Situationen gemeistert haben
 - Hier unbedingt herausstellen, dass sich derjenige durch Beharrlichkeit und Lernen weiterentwickeln konnte.
 - Vorteil: die Azubis erkennen, dass Herausforderungen Teil des Prozesses sind und überwunden werden können
- **Vorbereitung auf Prüfungen und Stresssituationen**
 - Beispiel: Geschichten nutzen, um Azubis aufzuzeigen, wie andere stressige Situationen wie Prüfungen oder Deadlines gemeistert haben
 - Eine Geschichte darüber, wie ein ehemaliger Azubi trotz Prüfungsangst erfolgreich war und seine Strategie teilte.
 - Vorteil: Azubis fühlen sich ggf. besser vorbereitet und weniger allein in schwierigen Phasen



Lernprozesse und Reflexion

- **Einführung in neue Themen oder Inhalte**
 - Bsp.: neue Themen kontextualisieren
 - Einführung in ein neues Werkzeug oder eine Maschine durch die Geschichte, wie diese in einem realen Projekt erfolgreich eingesetzt wurde.
 - Vorteil: die Relevanz des Werkzeugs bzw. der Maschine wird deutlich
- **Abschluss und Reflexion / Feedback von Projekten**
 - Bsp.: am Ende eines Projekts können Geschichten genutzt werden, um die Lernerfahrungen und Erfolge hervorzuheben
 - Eine Heldenreise über den Weg eines Teams von den ersten Herausforderungen bis zum erfolgreichen Abschluss.
 - Vorteil: die Reflexion wird emotionaler und tiefgründiger

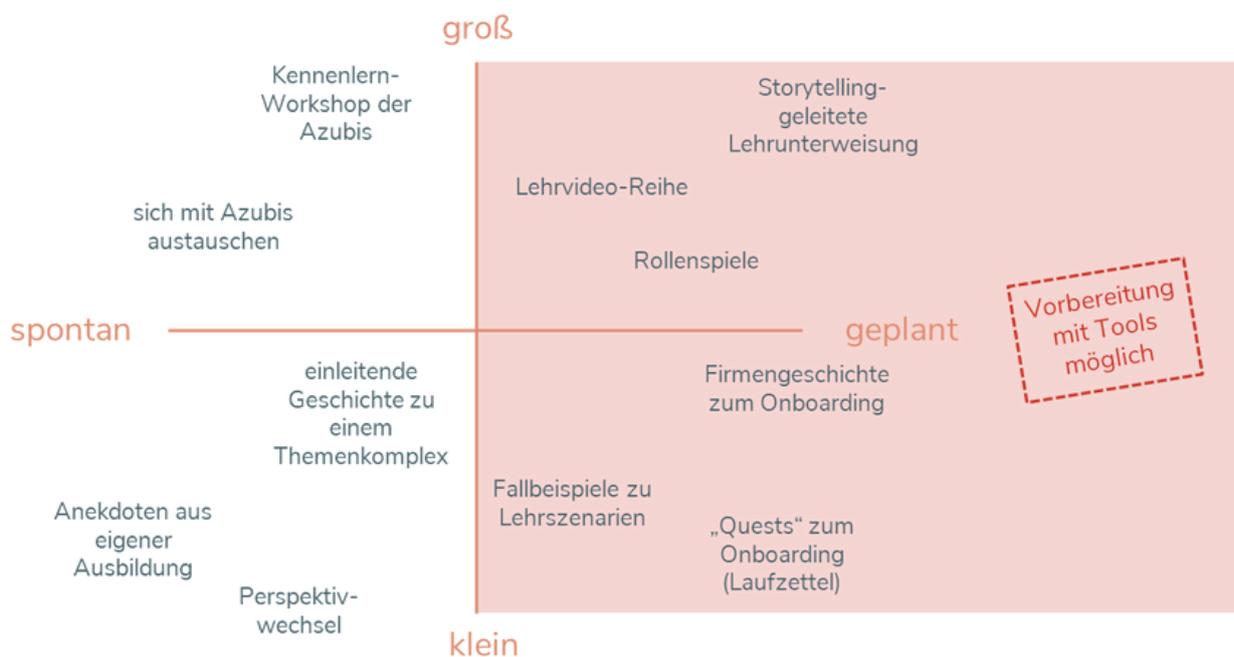


Werte und Unternehmenskultur

- **Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls**
 - Bsp.: Geschichten über die Unternehmensgeschichte oder die Erfolge früherer Azubis; oder im Recruiting / Onboarding
 - Eine Geschichte über einen Azubi, der nach der Ausbildung Karriere im Unternehmen gemacht hat (Azubi-Reise).
 - Vorteil: Azubis fühlen sich als Teil einer Gemeinschaft und erkennen, welche Perspektiven sich bieten
- **Wertevermittlung und Ethik**
 - Bsp.: Mit Geschichten können Werte wie Ehrlichkeit, Verantwortung und Respekt vermittelt werden
 - Eine Geschichte über eine Entscheidungssituation, bei der ein Azubi sich zwischen der Einhaltung von Regeln und einem schnellen „Abkürzen“ entscheiden musste – und die langfristigen Konsequenzen daraus.
 - Vorteil: Werte werden greifbar

In welcher Art mit Storytelling arbeiten?

Die Auswahl eines Themas ist das eine, die Wahl für ein Format etwas ganz anderes. Als kleine Inspiration haben wir schon mal ein erstes Brainstorming für dich übernommen. Auf zwei Skalen (horizontal: Planung, vertikal: Erstellungs- und Umsetzungsaufwand) findest du hier ein paar Ideen, wie Storytelling in der Praxis aussehen kann.



V. Konkrete Praxisbeispiele

Noch immer nicht sicher? Hier sind zwei Praxisbeispiele, wie Storytelling erfolgreich eingesetzt werden kann. Nach jedem Praxisbeispiel erhältst du Umsetzungsvorschläge, wie du die Geschichte in deinen Ausbildungsalltag integrieren kannst.

Die zwei Praxisbeispiele sind anhand der ausführlichen Heldenreise konzipiert bzw. daran angelehnt. Die ausführliche Heldenreise wird in der Anlage 1 erläutert.



Praxisbeispiel 1:

Alex übernimmt Verantwortung



1 gewohnte Welt:

- Alex ist im 2. Ausbildungsjahr zum Industriemechaniker. Er ist routiniert, arbeitet zuverlässig und hält sich an Vorgaben, aber spricht selten über Unsicherheiten.



2 Ruf (des Abenteuers):

- Er bekommt die Aufgabe, eine neue Maschine für die Frühschicht vorzubereiten – das erste Mal komplett allein. Er fühlt sich geehrt, aber auch unter Druck.



3 Weigerung:

- Alex überlegt, ob er den anwesenden Schichtleiter um Hilfe bittet. Doch er denkt: "Das sollte ich eigentlich selbst hinkriegen." Er nimmt sich vor, es alleine zu machen – obwohl er sich bei einem Punkt unsicher ist.



4 weiser Mentor:

- Herr Berger, der Ausbilder, hat ihm schon oft gesagt: "Lieber fragen als vermuten – Verantwortung heißt nicht nur, alles allein zu machen, sondern auch zu erkennen, wann man Hilfe braucht."



5 erste Schwelle:

- Alex stellt die Maschine wie geplant alleine und ohne Rücksprache ein. Am nächsten Morgen steht die Maschine still. Ein Sensor war falsch kalibriert. Der Schichtleiter ist genervt. Die Stimmung kippt.



6 Freunde, Werkzeuge:

- Ein Kollege bemerkt, dass die Lage für Alex unangenehm ist, und nimmt ihn zur Seite. Er rät ihm: "Sprich es offen an. Fehler passieren jedem." Er bietet an, gemeinsam mit ihm zum Ausbilder zu gehen.



7 Prüfungen, Tests, Bewährungsproben:

- Alex hadert. Beim nächsten Mal will er es wieder allein machen, diesmal perfekt – aber es bleibt der Druck, nichts mehr falsch zu machen. Er wird stiller und angespannter.



8

tiefste Höhle:

- Herr Berger bittet Alex zu einem Gespräch. Alex befürchtet Ärger. Er ist kurz davor, sich rauszureden – aber dann erzählt er offen, dass er sich unsicher war, aber nicht “schwach” wirken wollte.



9

entscheidende Prüfung, “Drache”:

- Der Ausbilder sagt: “Verantwortung heißt nicht, keine Fehler zu machen. Verantwortung heißt, sie zuzugeben und daraus zu lernen.” Alex erkennt: Das Gespräch war sein “Drache”.



10

Belohnung:

- Er bekommt nicht nur keinen Ärger, sondern sogar Lob für seine Ehrlichkeit. Herr Berger sagt: “Jetzt bist du auf dem besten Weg, ein echter Facharbeiter zu werden.”



11

Wiedergeburt / Verwandlung:

- Alex wird offener denn je. Beim nächsten Projekt bittet er aktiv um eine zweite Meinung, bevor er loslegt - und bringt eine Idee zur Optimierung mit ein.



12

Rückkehr / zwischen zwei Welten:

- Alex erzählt in der Azubi-Runde selbst von der Situation – nicht um sich zu rechtfertigen, sondern um anderen zu zeigen: “Fehler sind kein Scheitern - sie sind Teil des Wegs, für den wir Verantwortung tragen.”



Umsetzungsvorschläge:

- Rollenspiel bzw. Simulation durchführen
 - Entscheidungsfrage als Hauptziel: Hilfe holen oder nicht?
- Einladung zur Selbstreflexion
 - Hauptfrage: Wie hättest du dich verhalten? (mündlich oder als Arbeitsblatt)
- Visualisierung
 - Heldenreise zur Lernraumgestaltung als Poster gestalten
 - zu Marketingzwecken als Social Media oder Webseiten Content verarbeiten
- Azubi-Projekt
 - Alex' Heldenreise als Startschuss für eigene „Mut-Geschichte“
 - z. B. Azubi aus höherem Lehrjahr reflektiert eine schwierige Situation aus den vergangenen Jahren in einer Geschichte (eine Situation, die Mut brauchte und an der er gewachsen ist)



Praxisbeispiel 2:

Ich bin Bauteil 274 - Mein Weg durch die Produktion



1

Geburt:

- Ich war ein roher Aluminiumblock – kantig, kalt, verbeult. Dann hob mich ein Gabelstapler aus dem LKW.



2

Ruf (des Abenteurers):

- Die Menschen in gelben Westen checkten meine Oberfläche, scannten meine Nummer. Ein freundlicher Mitarbeiter sagte: “Der geht zur Fräse, das wird ein gutes Stück.” Ich wusste: Jetzt beginnt meine Reise.



3

Erste Schwelle, Freunde:

- Ich lag angespannt in der CNC-Fräse. Die Werkzeuge kreisten über mir, entfernten Späne, glätteten Kanten. Jeder Schritt war genau programmiert. Ich hörte den Azubi rufen: “Z-Niveau passt!” Und ich dachte: Danke!



4

Prüfungen, Tests, Bewährungsproben:

- Ich glänzte. Aber das bedeutete nichts. Ich wurde vermessen, gescannt. Eine Fachkraft nahm sich Zeit: prüfte meine Toleranzen, notierte Abweichungen.



5

entscheidende Prüfung, “Drache”:

- Ein Messwert lag fast außerhalb – ich zitterte innerlich. Doch dann hörte ich: “Freigegeben.” Ich atmete auf – wenn ich atmen könnte.



6

Verwandlung:

- Ich kam in eine Kammer voller Chemie. Ich wurde beschichtet, dann getrocknet. Meine Haut glänzte silbrig, glatt. Endlich sah ich aus wie ein echtes Bauteil – bereit für mein Ziel. Ich hörte, wie jemand sagte: “Der kommt in die Steuerung für den neuen CNC-Fräser.” Ich fühlte Stolz.



7

Belohnung:

- Ich traf andere wie mich – Schaltkreise, Dichtungen, Kabel. Gemeinsam wurden wir in ein Gehäuse montiert. Jetzt war ich nicht mehr allein. Ich war Teil eines Ganzen. Wir mussten zusammenpassen, sonst ging es nicht. Der Azubi montierte mich mit ruhiger Hand. Ich war angekommen!



8

Reise:

- Sie legten mich in eine Schaumstoffform, gaben mir eine Seriennummer, versiegelten den Karton. Dann kam der LKW. Als sich die Tür schloss, dachte ich: “Ich bin bereit.” Mein Leben als Teil eines Produkts beginnt – irgendwo da draußen. Aber ich werde mich erinnern, woher ich komme.



Umsetzungsvorschläge:

- Erzählung im Unterricht bzw. der Praxiseinheit, ggf. mit Bildern
- Videoumsetzung, z. B. für Marketing oder Lehrzwecke
- Interaktive Gruppenarbeit, z. B. indem Fehler in die Geschichte eingebaut werden, die es herauszufinden bzw. zu lösen gilt

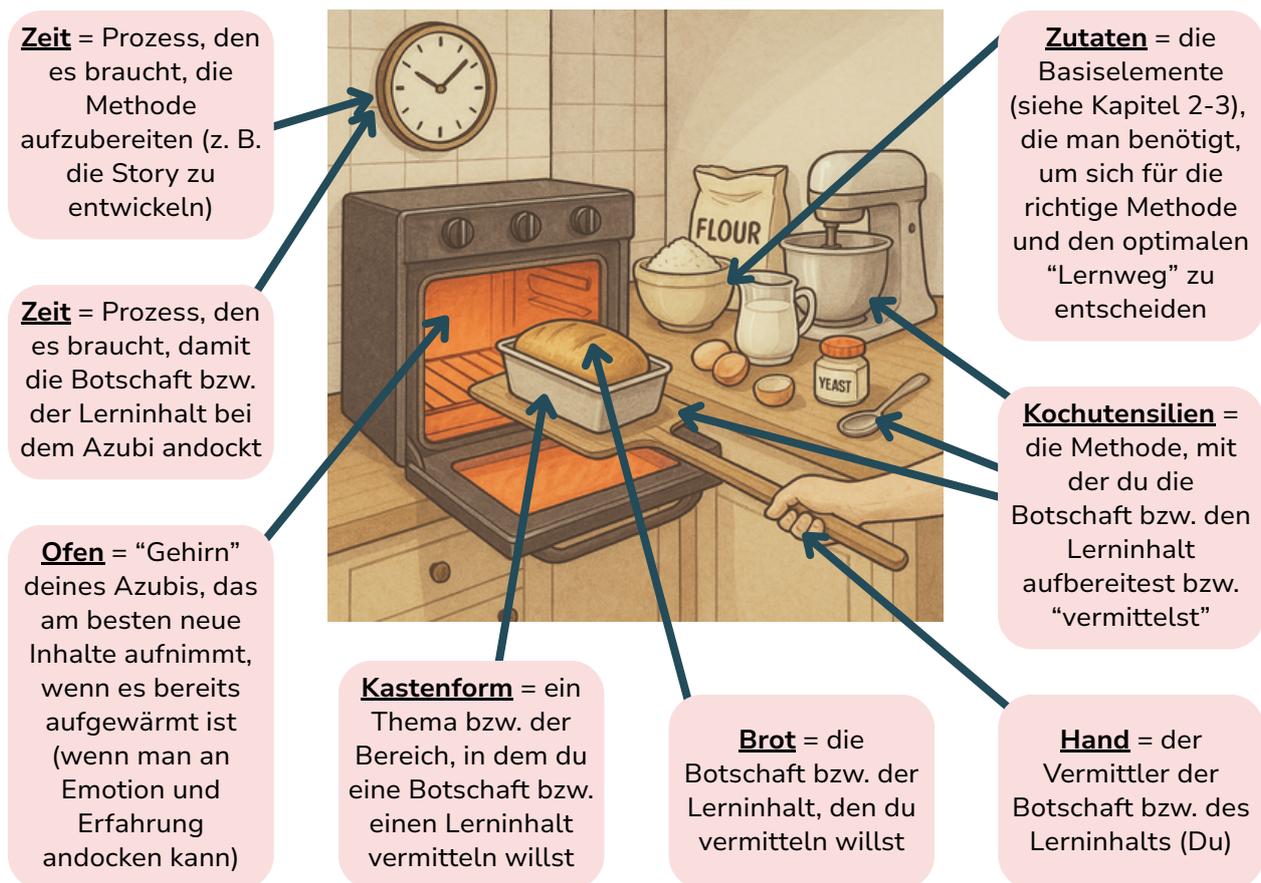
VI. Jetzt bist du dran!

Storytelling ist mehr als ein Trend - es ist eine Methode, die du gezielt und mit wenig Aufwand in deinen Ausbildungsalltag integrieren kannst. Aber wie bei jeder guten Methode gilt: Sie muss bewusst eingesetzt werden, um ihre Wirkung zu erzielen. Lasst uns diese Wirkung einmal verdeutlichen.



Reifeprozess eines Brots

Um ein leckeres Brot zu backen, braucht es einen Ofen, evtl. eine Form, ein paar Kochutensilien, die richtigen Zutaten und Zeit. All dies braucht es auch, um Lerninhalte nachhaltig in den Köpfen der Auszubildenden zu verankern. Wie? Das zeigen wir dir jetzt.



Ein Brot durchläuft einen Reifeprozess. Genauso wie deine Auszubildenden. Überlege dir also bereits BEVOR du das Brot in den Ofen schiebst, welche Zutaten und Kochutensilien du benötigst. Übersetzt heißt das: Überlege dir bereits BEVOR du die Botschaft bzw. den Lerninhalt in die Azubiköpfe "rein vermittelst", welche Basiselemente du brauchst und mit welcher Methode du diese am besten vermitteln kannst.



Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. (Tom Bartels)

Storytelling ist als Vermittlungsmethode ein sehr dankbares Instrument. Dein Protagonist soll eher der fürsorgende Archetyp (Der Betreuer) sein, der dem klassischen Plotline "Vom Tellerwäscher zum Millionär" folgt? Ja super, dann schreib direkt los!

Du merkst allerdings, dass diese Geschichte in den unterschiedlichen Lehrjahren anders wirkt? Dann ändere doch einfach den Archetypen und du wirst sehen, wie sich die Wirkkraft der Geschichte ändert. Oder lasse ein paar Stationen der Heldenreise weg und fokussiere die Geschichte in eine Mikro-Story. Es gibt (kaum) Grenzen im Storytelling. Die einzige Grenze ist deine Fantasie.

Sei dir bereits vor Erstellung deiner Geschichte der Basiselemente (Was, Warum, Wem, Wie) und deiner Botschaft bzw. dem Lerninhalt bewusst. Finde deinen individuellen Weg, um die Geschichte so effektiv und lernorientiert wie nötig anwenden zu können. Überlege dir stets gut, auf welche Weise du die Geschichte einsetzen möchtest bzw. in welchem Format. Soll ein Fallbeispiel als Rollenspiel gelöst werden? Soll die Geschichte als Gruppe bearbeitet und Lösungen für die Fehler gefunden werden? Oder sollen die Azubis selbstständig Mikro-Stories ausarbeiten? Womöglich als Reflexion einer Projektphase? Alles ist möglich.

Eine Geschichte ist selten wirklich "fertig". Trau dich einfach auszuprobieren. Entwickle Ideen und verwerfe sie wieder. Experimentiere mit deinen Alltagssituationen umher. So entstehen die besten Geschichten.

Wichtig ist, dass du die Geschichten erzählst, anstatt sie nur zu erklären.



Und solltest du doch mal einen Impuls als Startschuss benötigen, könnten die folgenden Fragestellungen behilflich sein:

- Welche Herausforderungen erwarten deine Azubis in der Ausbildung? Lässt sich das in einem klassischen Plot ausdrücken?
- Was motiviert speziell deine Azubis? Wie kannst du an ihrer Lebensrealität anknüpfen?
- Als kreativer Ausgangspunkt: Wenn du deinen Azubis nur eine einzige Geschichte erzählen dürftest, welche wäre das?

NETZWERK Q 4.0

Wir wollen gemeinsam mit Ihnen die Ausbildung zukunftsorientiert, praxisnah und innovativ gestalten, damit Ihre Auszubildenden optimal auf die Anforderungen der Arbeitswelt von morgen vorbereitet sind.

NETZWERK Q 4.0 ist ein gemeinsames Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW), der Bildungswerke der Wirtschaft und anderer Bildungsinstitutionen. Es wird gefördert vom Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR).

Impressum

Dieses Handbuch entstand in Zusammenarbeit zwischen

AFZ Aus- und Fortbildungszentrum Rostock GmbH

- **Ansprechpartnerin: Anne Siebrecht**

und

Bildungswerk der Wirtschaft Sachsen-Anhalt e. V.

- **Ansprechpartnerin: Stefanie Chrobok**

netzwerkq40.de

Autor

Anne Siebrecht, Stefanie Chrobok

Bildnachweis

Canva Images, Pexels

Anlage 1

Heldenreise

Quelle

NWB Verlag (2023): „Azubi-Recruiting Trends 2023: Wie die GenZ wirklich tickt“, Online verfügbar unter: <https://www.wirausbilder.de/blog/azubi-recruiting-trends-2023-wie-die-genz-wirklich-tickt/> (letzter Aufruf: 21.07.2025)

Thomas Pyczak (2023): „12 Archetypen, die Sie kennen sollten“ Online verfügbar unter: <https://www.strategisches-storytelling.de/12-archetypen/> (letzter Aufruf: 03.06.2025)

Thomas Pyczak (2023): „7 Plots, die Sie kennen sollten“ Online verfügbar unter: <https://www.strategisches-storytelling.de/sieben-plots-die-sie-kennen-sollten/> (letzter Aufruf: 03.06.2025)

Winkler, Matthew/TEDEd (2012): What makes a hero? Online verfügbar unter: <https://ed.ted.com/lessons/what-makes-a-hero-matthew-winkler> (letzter Aufruf: 02.06.2025)

Stand: Juli 2025



BILDUNGSWERK der Wirtschaft
Sachsen-Anhalt e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Forschung, Technologie
und Raumfahrt

Plotline: Heldenreise

nach Joseph Cambell



Wenn über Storytelling als ein Werkzeug gesprochen wird, mit dem wir bei den Auszubildenden emotional "andocken" wollen, dann müssen wir dieses Werkzeug als ein Mittel zur Veränderung betrachten.

Eine Veränderung ist ein Prozess.
Ein Prozess ist ein Weg.
Ein Weg ist eine Reise.

Eine Heldenreise.



1

gewohnte Welt:

- Startpunkt der Reise
- der Held lebt im gewohnten Umfeld



2

Ruf (des Abenteuers):

- Andeutung darauf, dass es da draußen noch "mehr" gibt
- eine direkte oder indirekte Herausforderung



3

Weigerung:

- Sorgen, Ängste und Hemmnisse, die den Helden aufhalten
- ggf. auch externe Widrigkeiten



4

weiser Mentor:

- jemand, der hilfreiche Erfahrungen schon gemacht, die dem Helden noch bevor stehen
- der Mentor gibt i.d.R. nicht sofort die notwendigen Lösungen vor, sondern motiviert den Helden selbst die Lösungen zu finden



5

erste Schwelle:

- oft die erste große Herausforderung, weil der Held, wenn er nun aufbricht, nicht mehr in seine gewohnte Welt zurück kann
- der Held lässt das Gewohnte hinter sich und muss seine Überzeugung (Motivation) für das Abenteuer finden



6

Freunde, Werkzeuge:

- schließt alles ein, was dem Helden hilft, die Aufgaben

Plotline: Heldenreise

nach Joseph Cambell



7

Prüfungen, Tests, Bewährungsproben:

- alle Herausforderungen, die der Held nun bewältigen muss, bereiten ihn auf die entscheidende Prüfung vor
- würde der Held jetzt schon vor der entscheidenden Prüfung stehen, würde er sie wahrscheinlich nicht bestehen



8

tiefste Höhle:

- alle Prüfungen finden ihren Höhepunkt, wenn der Held die tiefste Höhle betritt und durchquert
- meist betritt der Held diese Höhle alleine



9

entscheidende Prüfung, "Drache":

- der Held steht vor dem entscheidenden Kampf, vor dem "Drachen"
- diese Station wird oft auch als "Tod und Wiedergeburt" bezeichnet, weil der Held endgültig Abschied vom "alten gewohnten Ich" nimmt (und zeitgleich sein "neues Ich" in Erscheinung tritt)



10

Belohnung:

- kann sowohl materiell als auch symbolisch sein
- mit dem Gewinn einer Belohnung geht oft auch eine innere Erkenntnis des Helden einher (z. B. wie die Belohnung den Helden beeinflusst bzw. wie er sich durch die Reise verändert hat)



11

Wiedergeburt / Verwandlung:

- auf der Reise hat sich der Held verändert und ist reifer geworden



12

Rückkehr / zwischen zwei Welten:

- Held trägt die neue Verantwortung, die er mit seiner Reife erworben hat, in die gewohnte Welt und nimmt dadurch in manchen Geschichten gesellschaftlichen Einfluss (Held 2.0)
- nach der Rückkehr in die gewohnte Welt lebt der Held gewissermaßen "zwischen zwei Welten" (denn alles ist beim Alten und doch ist nichts mehr, wie es wahr)