



FILMUNIVERSITÄT
BABELSBERG
KONRAD WOLF



ERICH POMMER
INSTITUT

Pressemitteilung

Pilotprogramm SOCIAL STORYTELLING LAB – Make Your Stories Matter!

Eine Weiterbildungskooperation der Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF* und des Erich Pommer Instituts zu innovativen Kommunikationsstrategien im Social Web

Potsdam-Babelsberg, 30. Oktober 2018 – Die Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF* und das Erich Pommer Institut launchten mit 39 Teilnehmenden das SOCIAL STORYTELLING LAB – ein Pilotprogramm zu innovativen Kommunikationsstrategien und Storytelling-Konzepten. 18 renommierte Expert_innen – Online-Content-Redakteur_innen, Produzent_innen, Medienbildner_innen, Regisseur_innen sowie YouTuber, Web-Aktivist_innen und Kommunikationsexpert_innen – vermittelten beim dreitägigen Workshop in Berlin Kernkompetenzen in der Entwicklung, Herstellung und Distribution von digitalem und gesellschaftlich relevantem Content für Social Video und Online-Kampagnen im Social Web. Das STORYTELLING LAB wurde in enger Zusammenarbeit mit namhaften Webexpert_innen der Medieninitiative MESH Collective von UFA X sowie UNICEF entwickelt. Das Lab fand vom 25. bis 27.10.18 am Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft in Berlin statt.

Social Storytelling gehört mittlerweile zu den wichtigsten Kommunikationsstrategien von NGOs und gesellschaftlich engagierten Institutionen – ein Riesensmarkt, der kompetente Geschichtenerzähler_innen und spezifisches Know-how verlangt. Die Gruppe der Teilnehmenden umfasste Professionals aus der Film- und Fernsehbranche (Entwicklung, Dramaturgie, Drehbuch, Produktion), Mitarbeiter_innen von NGOs (Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit) sowie 10 ausgewählte Masterstudierende der Filmuniversität Babelsberg.

Julia Althoff, Leiterin MESH Collective, UFA X:

„Ziel des Social Storytelling Labs ist es, Kommunikator_innen von gesellschaftlich relevanten Inhalten und Medienschaffende zusammen zu bringen, um dem schier endlosen Angebot an Inhalten im Netz, die mit fragwürdigem Clickbaiting und rein kommerziell getriebenen Intentionen bislang den digitalen Bewegtbildraum fluten, etwas entgegen zu setzen – mit Glaubwürdigkeit und Haltung und dem Vermitteln von faktenbasiertem Wissen, inmitten des digitalen Meinungs- und Informationskampfes.“

Die Teilnehmenden fassten das SOCIAL STORYTELLING LAB unterschiedlich zusammen. „Diese drei Tage haben mich inspiriert, bewährtes Storytelling im non-fiktionalen Mainstream-Fernsehen mit neuen Impulsen aus dem Social Web zu verbinden“, kommentierte Alexandra Schöttler, Executive Producer, UFA SHOW & FACTUAL GmbH.

Manuel Thalmann, Leiter Formatentwicklung Bereich „Junge Zielgruppen“, SRF Schweizer Radio und Fernsehen ergänzte: „Es war gut zu sehen, dass wir schon vieles richtig machen in unserer Arbeit, aber noch fokussierter vorgehen müssen. Der Wichtigkeit des Community Managements war ich mir im Vorfeld zwar schon bewusst, die drei Tage haben mir aber gezeigt, dass wir da doch noch viel mehr machen müssen!“

Annekatri Wächter, Redakteurin bei KiKa – Kinderkanal von ARD/ZDF sagte: „Ich fand darüber hinaus den Ansatz sehr wertvoll, im Workshop Menschen mit ganz unterschiedlichem Praxis-Background gemeinsam mit Studierenden der Filmuni zusammenzubringen, was mir persönlich neue Perspektiven und einen interessanten fachlichen Austausch ermöglicht hat. Ich nehme viele Impulse für meine Arbeit mit, vor allem natürlich zur Frage, was eine gute Social Story ausmacht und wie wichtig hierfür ein klares inhaltliches Ziel und Haltung sind, aber auch wo die Herausforderungen und Grenzen im Social Web liegen.“



FILMUNIVERSITÄT
BABELSBERG
KONRAD WOLF



ERICH POMMER
INSTITUT

Das SOCIAL STORYTELLING LAB umfasste ein breites Themenspektrum: u.a. kreatives Development von Social Video, Produktionsweisen im Webvideobereich, zielgruppengenaue Web-Kommunikation und Audience Development, Mechanismen von Online-Plattformen, Web-Campaigning, Reichweitengenerierung, Rechtesituation im Netz, Umgang mit Hate Speech. Das Gelernte wurde sofort praktisch umgesetzt: in einem gemeinsamen Entwicklungsworkshop mit den Projektpartnern UNICEF, der Heinrich-Böll-Stiftung, den Initiativen foodwatch und MatchMyMaker sowie dem Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft wurde an konkreten, jeweilig relevanten Aufgaben und Themen gearbeitet.

Michael Grunewald, Referent für Umwelt und digitale Welt, Zentrum Gesellschaftliche Verantwortung (ZGV): „Die zentrale Frage für meine Arbeit ist, ob wir uns als Non-Profit-Organisationen diesen Algorithmus-gesteuerten Marktmechanismen der gewinnorientierten Mediennetzwerke anpassen sollen oder ob es Zeit ist, alternative Strategien zu entwickeln. Sehgewohnheiten werden nicht theoretisch erlernt, sie werden im tagtäglichen Leben geprägt.“

Sandra Rausch, Abteilung Bewegtbild Programmkommunikation: Kommunikation und Kinderrechte, Deutsches Komitee für UNICEF: „Ich fand diese Dynamik unglaublich: Die Expert_tinnen haben ihre Vorträge mit ansteckender Leidenschaft gehalten und die Teilnehmer_innen aus den verschiedensten Branchen haben mit ihren interessierten Fragen tolle Diskussionen angeregt. Im Workshop haben wir mit UNICEF außerdem noch ein laufendes Projekt vorstellen können. Die Teilnehmer_innen haben mit frischen Ideen wertvollen Input für unsere weitere Arbeit geliefert.“

Weitere Informationen zum STORYTELLING LAB finden Sie hier:

www.epi.media/storytelling

Bitte wenden Sie sich bei Fragen und Interviewwünschen an Marijana Harder (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit EPI, +49 177 79 42 871, mh@epi.media).

Gefördert von:

