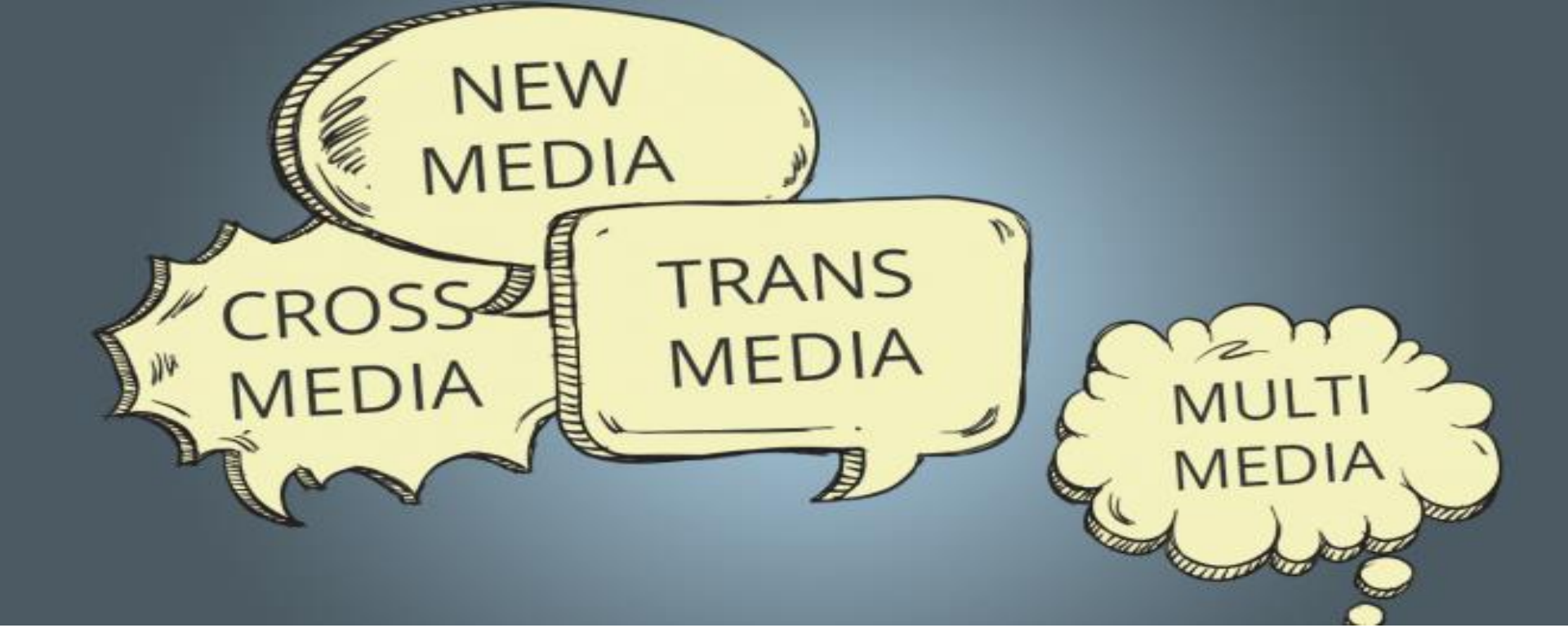


Digital Storytelling
Vernetztes Erzählen als Nutzererfahrung

„Storytelling is the most powerful way to put ideas into the world today.“

Robert McKee

EINLEITUNG/Fragestellung

Prof. Egbert van Wyngaarden
„Vernetztes Erzählen mit einfachen Mitteln“

aus Innovation in den Medien

Storytelling als Nutzererfahrung – Mehrwert ?

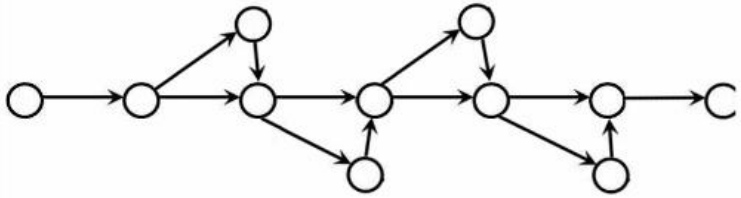
Wie begeistern Führungspersönlichkeiten / Firmen ihre Kunden?
Warum soll ich mich damit identifizieren?
Was sind die Ergebnisse, wie die Umsetzung?

Storytelling in:
Werbung/Commercials
Journalismus
Forschung

VERÄNDERUNGEN IM NUTZERVERHALTEN

- Selbstbestimmung
- Aktive Gestaltung
- Interaktion
- Neue Herausforderungen/Bedienbarkeit
- Vom Konsument zum „Prosument“

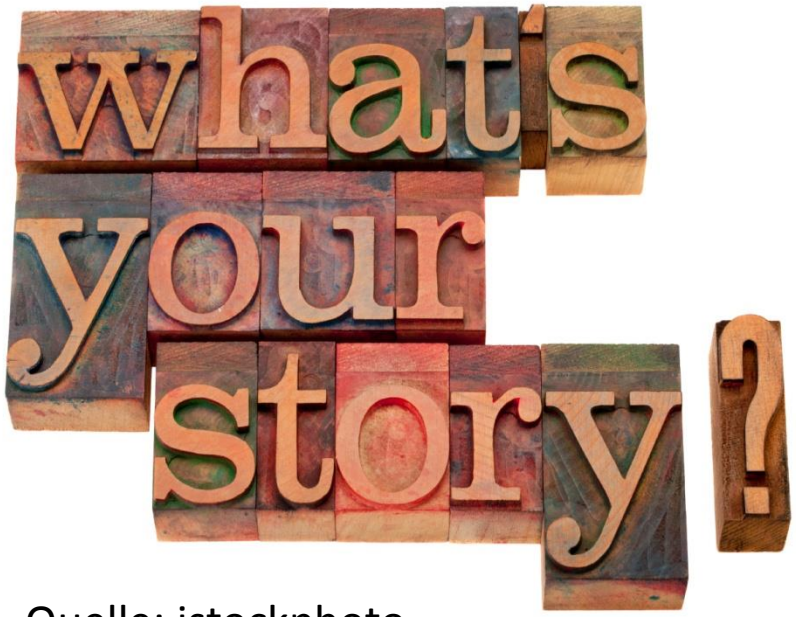
Lineare Erzählstruktur



Elastische Erzählstruktur

Paper 1
Gert Gutjahr: Branding bei Storytelling

in Markenpsychologie - Wie Marken wirken-Was Marken stark macht



Quelle: istockphoto

Erfolgsfaktor Storytelling:
Geschichten hinter den Marken involvieren
Konsumenten

Montblanc- Füller die „story behind“

Screenshot
http://itellstories.montblanc.com/

Paper 1
Gert Gutjahr: Branding bei Storytelling

in Markenpsychologie - Wie Marken wirken-Was Marken stark macht

Die griechische Mythologie hat die klassischen archetypischen Helden überliefert:

- Herkules verkörpert den starken Helden
- Odysseus ist der Abenteurer

Global erfolgreiche Markengeschichten nutzen die archetypischen Mythen, um damit der Marke ihre unverwechselbare Identität zu geben

Paper 1
Gert Gutjahr: Branding bei Storytelling
in Markenpsychologie - Wie Marken wirken-Was Marken stark macht

Fazit:

- Menschen verlangen nach Stories
- starke Marken überleben
- Markenidentität (warum)
- Montblanc - kann meine Story erzählen (wie)

Paper 2
Warum crossmedial arbeiten?

Markus Behmer/ Holger Müller aus Innovation in den Medien

Crossmedia

Publikation über mehrere Medienformen
(mindestens 2 Ausspielkanäle)

1. Print
2. Radio
3. Fernsehen
4. Web
5. App
6. Veranstaltungen (Konzert, Theater, Vortrag)

Paper 2
Warum crossmedial arbeiten?

Markus Behmer/ Holger Müller aus Innovation in den Medien

- Konvergenz, Storytelling über technische Mediengrenzen hinweg
- Vernetzung schafft neue Darstellungsmöglichkeiten
- Interaktion mit dem Leser, Seher, Hörer oder User

VERGANGENES VERGEGENWÄRTIGEN

Screenshot www.mdr.de/voelkerschlacht 11.06.2014

VERGANGENES VERGEGENWÄRTIGEN

Screenshot www.mdr.de/voelkerschlacht 11.06.2014

Sonntag ging das Ereignis mit der historischen Gefechtsdarstellung zu Ende. Der große Besucherandrang sorgte auch für Unmut. [mehr]

Rückblick auf die Gefechtsdarstellung am 20.10.2013

Bildergalerie

Gefechtsdarstellung der Völkerschlacht 2013 - Teil 1

Bildergalerie

Gefechtsdarstellung der Völkerschlacht 2013 - Teil 2

In der MDR MEDIATHEK

Das historische Gefecht vor den Toren Leipzigs

Mehr als 6.000 Akteure haben die Völkerschlacht bei Leipzig nachgestellt. Sehen Sie hier Ausschnitte des Geschehens und Hintergründe. Expertin vor Ort ist Sabine Ebert. [Video]

MDR TOPNEWS

Online-Dokumentation zur den vier Schlachttagen

MDR TOPNEWS: Völkerschlacht überrollt Sachsen

Bei Leipzig tobte eine der blutigsten Schlachten der Geschichte. MDR TOPNEWS berichtete "live". Alle vier Folgen der Sendung Live Ticker

Hintergründe

16.-19. Oktober 1813

Die Völkerschlacht bei Leipzig

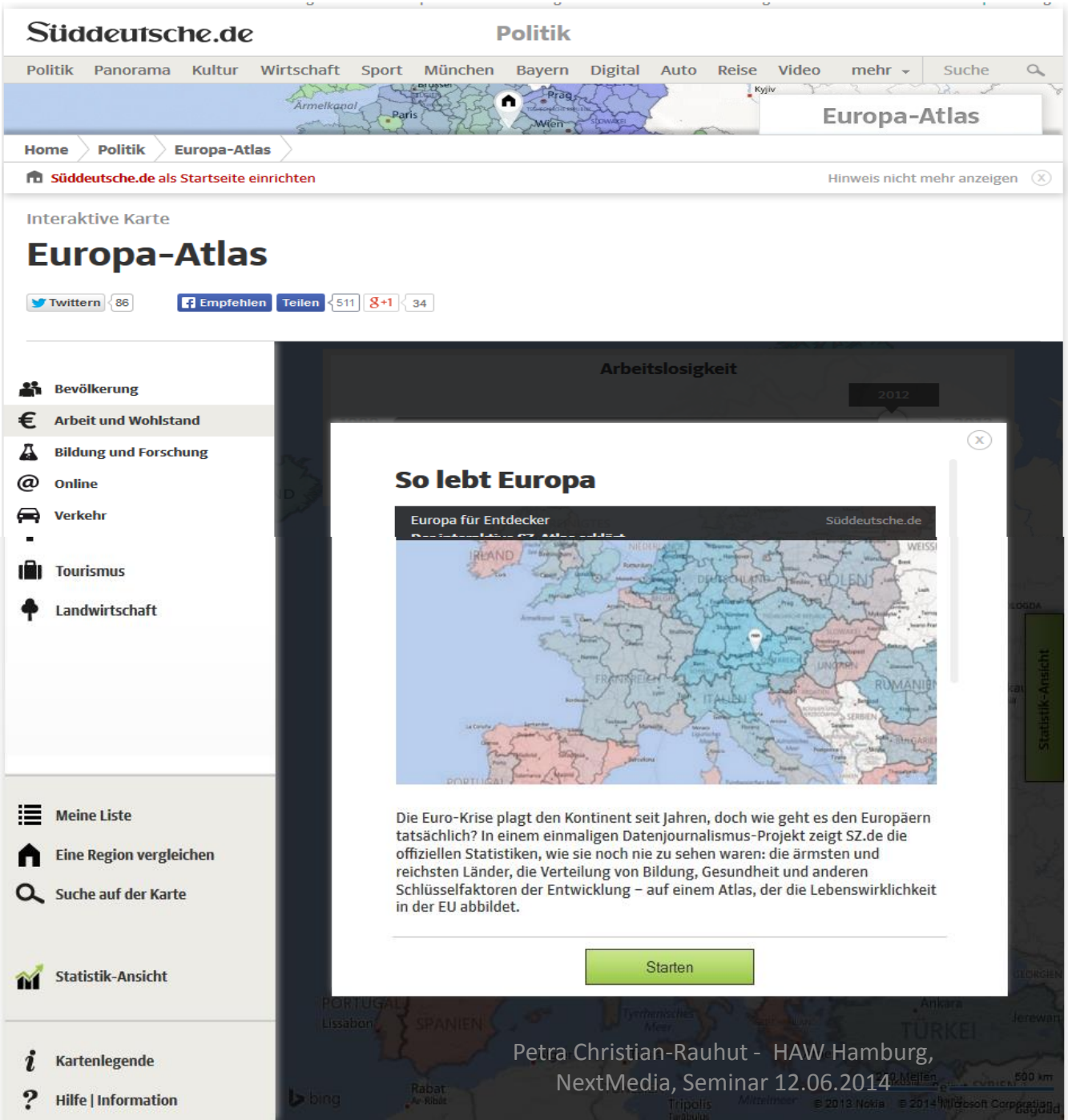
Im Oktober 1813 kämpfen bei Leipzig über eine halbe Million Soldaten Napoleons und seiner alliierten Gegner um den Sieg. Mehr als 100.000 von ihnen verlieren ihr Leben. Eine ganze Region versinkt in Schutt und Asche. [mehr]

Die Karte zur Völkerschlacht

Paper 2
Warum crossmedial arbeiten?

Markus Behmer/ Holger Müller aus Innovation in den Medien

- Gegenwart „begreifbarer“ machen
- Empathie entwickeln, umfassendes Bild ergibt sich durch Berichterstattung und Vernetzung von Inhalten verschiedener Kanäle
- Abstraktes veranschaulichen
- Aufmerksamkeit erhöhen
- Redaktionen müssen Mehrwert in der Berichterstattung bieten



Datenjournalismus
Nutzer erwarten
Hintergrundgeschichten
Einordnung der Datenflut

Europa-Atlas
Darstellung der Bevölkerungsdichte und vieler andere Daten in den einzelnen Staaten

Screenshot
www.sueddeutsche.de/app/wirtschaft/europaatlas/
11.06.2014

Miterleben ermöglichen - Veränderung anstoßen

Ferne Lebenswelten anschaulich machen

Beispiel Online Projekt Ärzte ohne Grenzen

screenshot www.urbansurvivors.org 11.06.2014

Paper 2
Warum crossmedial arbeiten?

Markus Behmer/ Holger Müller aus Innovation in den Medien

Fazit:

- Crossmediales Storytelling lohnt sich
- läßt miterleben
- Konflikte von heute besser verstehen
- Live partizipieren
- andere Medien verlinken
- vielfältige Möglichkeiten noch nicht so oft genutzt
- teuer, Organisation Redaktionsstrukturen
- für Journalist eine Gradwanderung / Fusionsprozeß
- User/Rezipient profitiert
- Aktiv mitgestalten

Paper 3

Storytelling with Storyteller Agents in Second Life

Coming–Home Projekt University of Southern California‘s Institute for Creative Technologies

- Forschung, wie virtuelle Welten bei der Verarbeitung von Traumata bei rückkehrenden US-Soldaten helfen können
- Geografische Lage, keine spezialisierte Klinik in der Nähe
- Gehemmt, Betreuung vom Psychologen anzunehmen scheitert bei vielen
- Telemedizin- Einsatz Telekommunikation und Computer Technologien
- Frei von Ort und Zeit
- 2009 startet Coming-Home

Paper 3

Storytelling with Storyteller Agents in Second Life

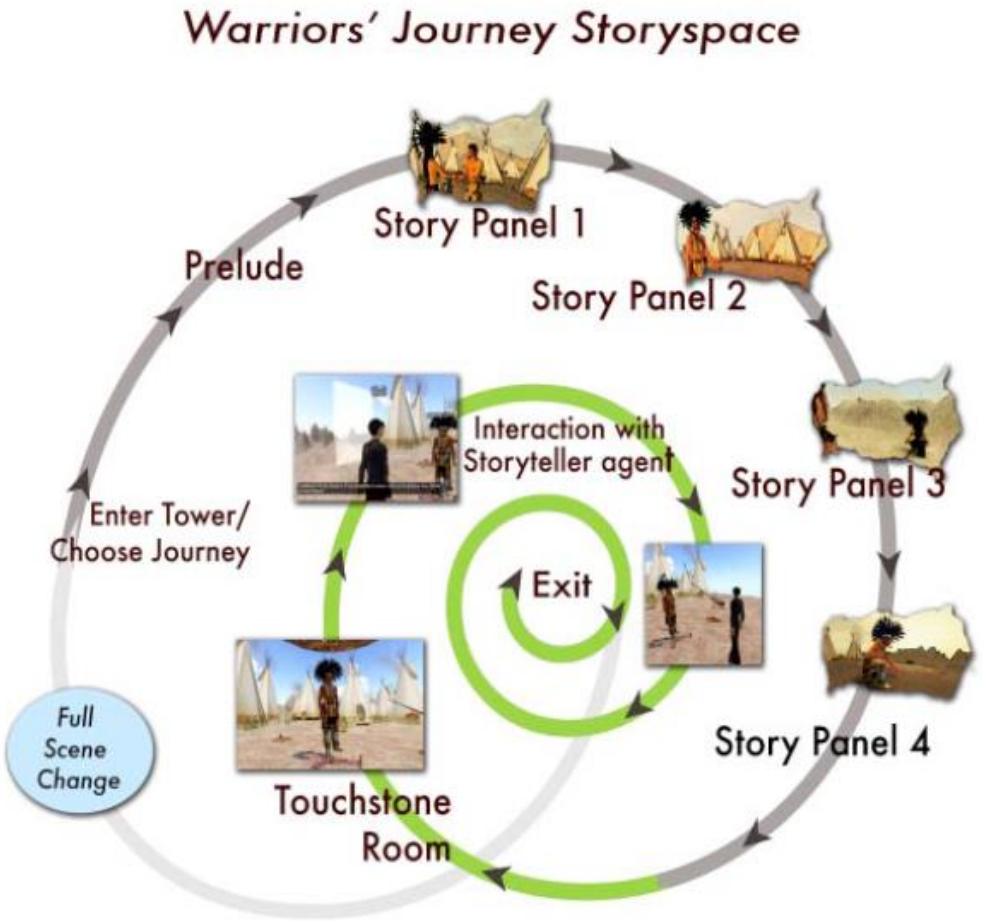
Coming–Home Projekt University of Southern California‘s Institute for Creative Technologies

Alter Turm
Spiralförmig angelegter Weg

Paper 3

Storytelling with Storyteller Agents in Second Life

Coming–Home Projekt University of Southern California‘s Institute for Creative Technologies



Geschichten aus einem Menü Board auswählen
Log-in über Passwort

Jeder Krieger kommt aus einer anderen Kultur und anderem Zeitraum

Ideale, ein Volk schützen, Ehre, Pflicht, Umgang mit Verletzungen Verlust von Freunden, Anpassung an neue Situation

Spiral Turm Weg mit Wandplatten
passende Kriegersprechstimme erzählt Geschichte

Prärie Krieger

Samurai Krieger

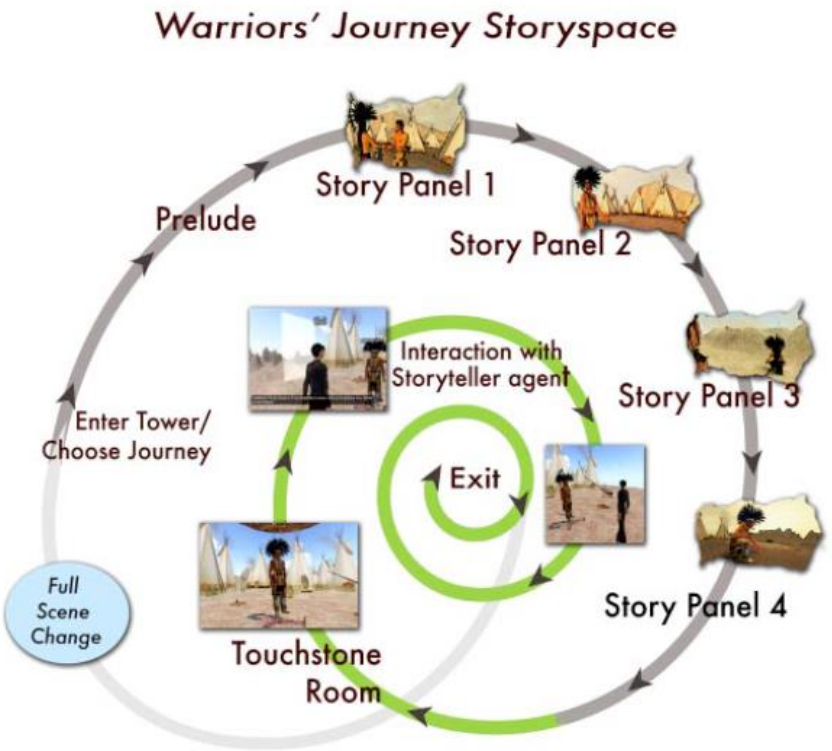
Paper 3

Storytelling with Storyteller Agents in Second Life

Coming–Home Projekt University of Southern California‘s Institute for Creative Technologies

- Gesprächsavatare beantworten Fragen, erzählen Geschichten aus der Vergangenheit von historischen Kriegern

- Aufgezeichnete Gesten- und Sprachanimationen
- Im Turmzimmer persönliche Geschichte des Kriegers , Fragen können beantwortet werden
- Statistisch auswerten und algorithmisch an die beste Antwort anpassen



Paper 3

Storytelling with Storyteller Agents in Second Life

Coming–Home Projekt University of Southern California‘s Institute for Creative Technologies

Fazit:

Pilotprojekt, Ergebnisse abwarten
Militärgesundheitseinrichtung in Programm mit aufnehmen
Nicht nur Militär relevant, auch Katastrophenhilfe und Entwicklungshelfer profitieren
Zur therapeutischen Behandlung nach Stresssituationen/Trauma

Digital Storytelling

Mehrwert/Nutzererfahrung vernetzter Inhalte

Zusammenfassung und Fazit der vorgestellten Berichte

- lässt miterleben
- Konflikte von heute besser verstehen
- partizipieren
- Interagieren
- neue technische Herausforderungen
- Plattformen und tools
- Storytelling und Marketing wachsen immer enger zusammen

Danke
für die Aufmerksamkeit

Quellen:

Fo. 1 Grafik
http://t3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSdjaXfw4HTKv1LYhVlTHryc9IinzbT04ncBkk9k9gpwHL1PhczxYhtF7qQ
Fo. 3 Egbert van Wyngaarden, Vernetztes Erzählen mit einfachen Mitteln, S. 131-134 aus Innovation in den Medien, Crossmedia, Storywelten, Change Management, Markus Kaiser (Herausgeber), MedienCampus Bayern e. V. ISBN 978-3-9815512-0-4
Fo. 4 Grafik: vgl.http://gamedesignconcepts.wordpress.com/2009/07/30/level-10-nonlinear-storytelling/
Franz Josef Röll, Einfach fernsehen? Zur Zukunft des Bewegtbildes S.86
Lars Gräßer / Aycha Riffi (Hrsg)
Kopaed Verlag, ISBN: 978-3-86736-402-7
Fo. 5,7,8 Gert Gutjahr: Branding by Storytelling.In Markenpsychologie-Wie Marken wirken-Was Marken stark macht, Gabler Verlag Wiesbaden,2011 Seite 151-156 aus www.springerprofessional.de/teil-5-starke-marken-erzaehlen-geschichten/3019448.html
Fo. 6 http://itellstories.montblanc.com/
Fo. 9-16 Markus Behmer/Holger Müller Warum crossmedial arbeiten? S. 24-37 aus Innovation in den Medien, Crossmedia, Storywelten, Change Management, Markus Kaiser (Herausgeber), MedienCampus Bayern e. V. ISBN 978-3-9815512-0-4
Fo. 17- 22 Storytelling with Storyteller Agents in Second Life Jacquelyn Ford Morie, Eric Chance, Kip Haynes, Dinesh Purohit, University of Southern California, Institute for Creative Technologies, Playa Vista, CA USA, 2012 International Conference on Cyberworlds
www.ieee.org, www.computer.org/csdl/proceedings/cw/2012/4814/00/4814a165.pdf
Fo.23 Grafik http://whyshouldipickyou.com/wp-content/uploads/2014/03/3-tips-for-recruiters-300x191.png