

Termin: 09./10.04.2021

„Storytelling - Geschichten binden Menschen“

Dr. Christiane Dätsch

Eine besondere Technik des Erzählens macht in der Kommunikation von Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und auch Kulturbetrieben seit längerem auf sich aufmerksam: das Storytelling. Gemeint ist die (erlernbare) Kunst, Geschichten erzählen, Werte und Visionen zu vermitteln, zu unterhalten und die Aufmerksamkeit des Betrachters zu gewinnen.

Gerade der Kulturbereich ist reich an Geschichten - bewahrt er in seinen Archiven und Depots doch ein kulturelles und kanonisches Erbe auf, das nach wie vor von sich reden macht. Und auch die Künstler und Kunstvermittlungen der Gegenwart haben viel zu erzählen, werden sie doch von einzigartigen Künstlern realisiert und wirken unmittelbar in die Gesellschaft hinein.

Dennoch scheint es Kunst- und Kultureinrichtungen immer wieder schwer zu fallen, ihre Schätze für die eigene Kommunikation zu heben, über die reine Information hinauszugehen und auch auf emotionale Botschaften zu setzen. Dabei ist erwiesen: Den meisten Menschen gefallen gute Geschichten, denn sie helfen ihnen dabei, Inhalte besser und nachhaltiger zu memorieren.

Unser Seminar setzt hier an und fragt:

- Wo lässt sich Storytelling in der Kulturkommunikation sinnvoll einsetzen?
- In welchen Feldern der öffentlichen Kommunikation wird Storytelling schon lange praktiziert - und wo erlebt Storytelling derzeit eine Konjunktur?

Um diese Fragen zu beantworten, lernen wir in einem Grundlagenteil das Konzept des Storytellings kennen und wenden es in einem praktischen Teil auf eigene Beispiele an.

Im Grundlagenteil

- vergegenwärtigen wir uns wird das Konzept des Storytellings, das der Erzähltechnik der Helden- und Abenteuerreise folgt, und lernen dessen Dramaturgie kennen,
- prüfen wir, wie und wo das Konzept für verschiedene Felder der Direktkommunikation in Wort und Bild fruchtbar gemacht werden kann (Werbung, Kampagnen, Unternehmens- und Mitarbeiterkommunikation).

Im Anwendungsteil

- entwickeln wir anhand eines Beispiels eine Storyline und einen Redaktionsplan, in dem wir Material und Dramaturgie mit ausgewählten Kanälen verbinden,
- überlegen wir, wo wir die Technik im Portfolio unserer eigenen Kulturkommunikation anwenden wollen, welche Kanäle (analog / digital) uns dafür zur Verfügung stehen.

Abschließend versuchen wir die Technik des Storytellings in unseren Gesamtplan Kommunikation einzubinden und grenzen sie von jener des Community Buildings ab.



Dr. Christiane Dätsch, studierte Germanistik, Journalistik und Romanistik an den Universitäten Bamberg und Lyon; Promotion zur Dr. phil. an der Universität Hamburg. Zeitungsvolontariat, Lokal- und Politikredakteurin, Tätigkeit in der Non Profit-PR, u. a. als Pressesprecherin des Deutschen Literaturarchivs Marbach und als Leiterin der Abteilung Kommunikation des Badischen Landesmuseum Karlsruhe. Seit 2011 am Institut für Kulturmanagement. Arbeitsschwerpunkte: Literaturwissenschaft, Pressearbeit / PR, Museumsbetrieb.