

STORYTELLING IN DER VIDEOKOMMUNIKATION

Bewegende Geschichten in bewegten Bildern



Thorsten Müller

NEWS  VIDEO   

KEINE PANIK!



40.000 JAHRE

Storytelling
haben sich tief in die
Physiologie unseres
Gehirns eingeschrieben.



STORYTELLING

ist in unseren
Genen verankert



WIR

rufen es nur nicht
immer ab.



STORIES

haben maßgeblich
unsere sozialen
Normen und Strukturen
geprägt.

WIR SIND STORYTELLER



...

Eine Geschichte ist das Bindeglied zwischen Ursache und Wirkung.

Und genau so speichert unser Gehirn alle Informationen ab, mit dem es konfrontiert wird.

Die Micro-Stories formen eine Landkarte vernetzter Pfade.

Diese strukturieren unser Handeln, unsere Erfahrungen und Entscheidungen und bringen unsere Gedanken, Ideen und Konversationen von A nach B.

WIR SIND STORYTELLER

...

Unser Gehirn verlangt danach, allem eine Bedeutung zu geben. Dinge werden demnach automatisch miteinander über Geschichten miteinander in Verbindung gebracht.

Er ging in den Laden. Fred starb. Sharon bekam Hunger und weinte.

Für unser Gehirn ist es fast unmöglich, diese Sätze nicht in eine Geschichte und somit eine Logik zu bringen.



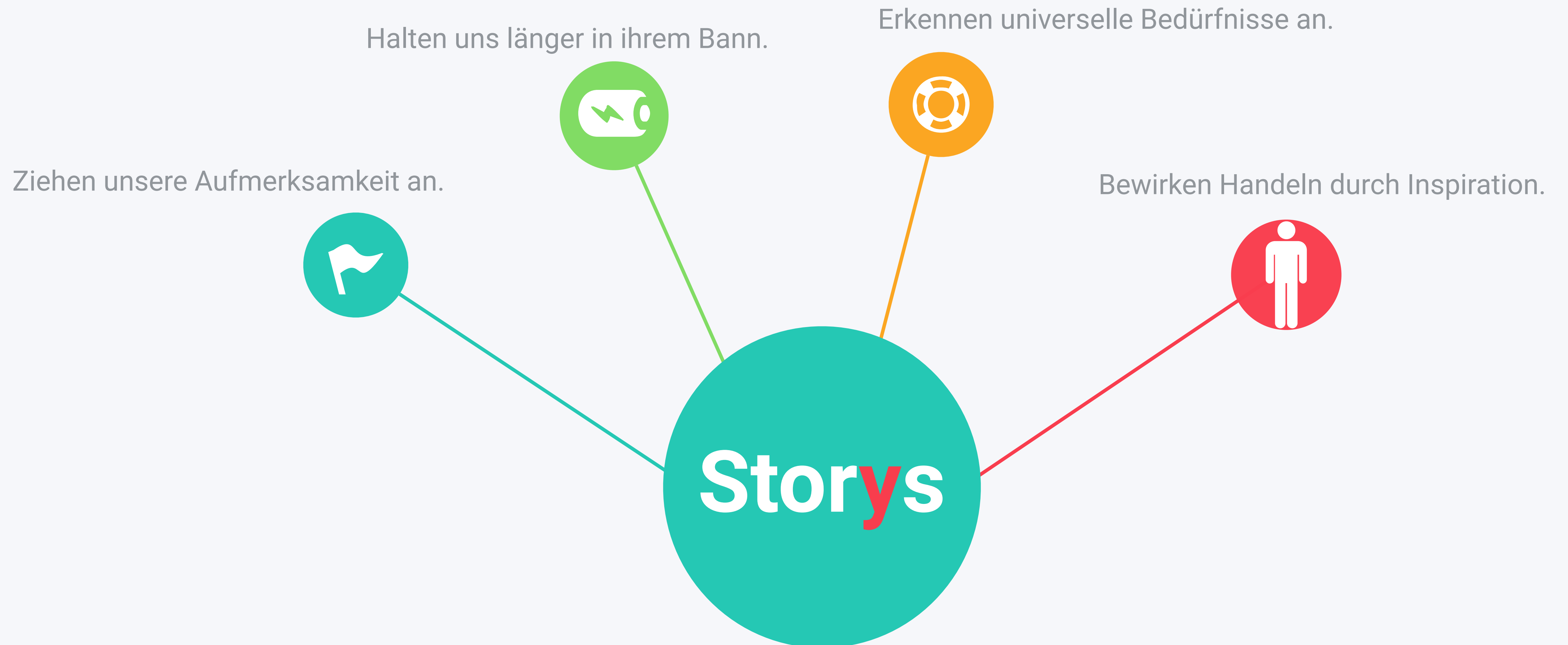
Kommunikation

Wie wir Aufmerksamkeit gewinnen

Wie wir Aufmerksamkeit generieren.

Communication Storytelling

THE POWER OF STORYYS



Communication Storytelling

THE POWER OF STORYYS



“

Storyys

SIND DAS ÄLTESTE UND ERFOLGREICHSTE
KNOWLEDGE-SHARING SYSTEM.

”



65%

UNSERER KOMMUNIKATION
SIND GESCHICHTEN

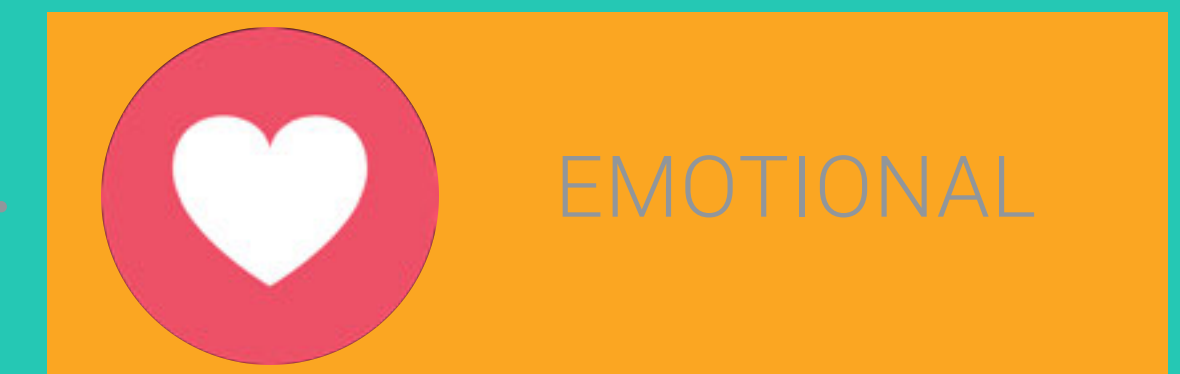
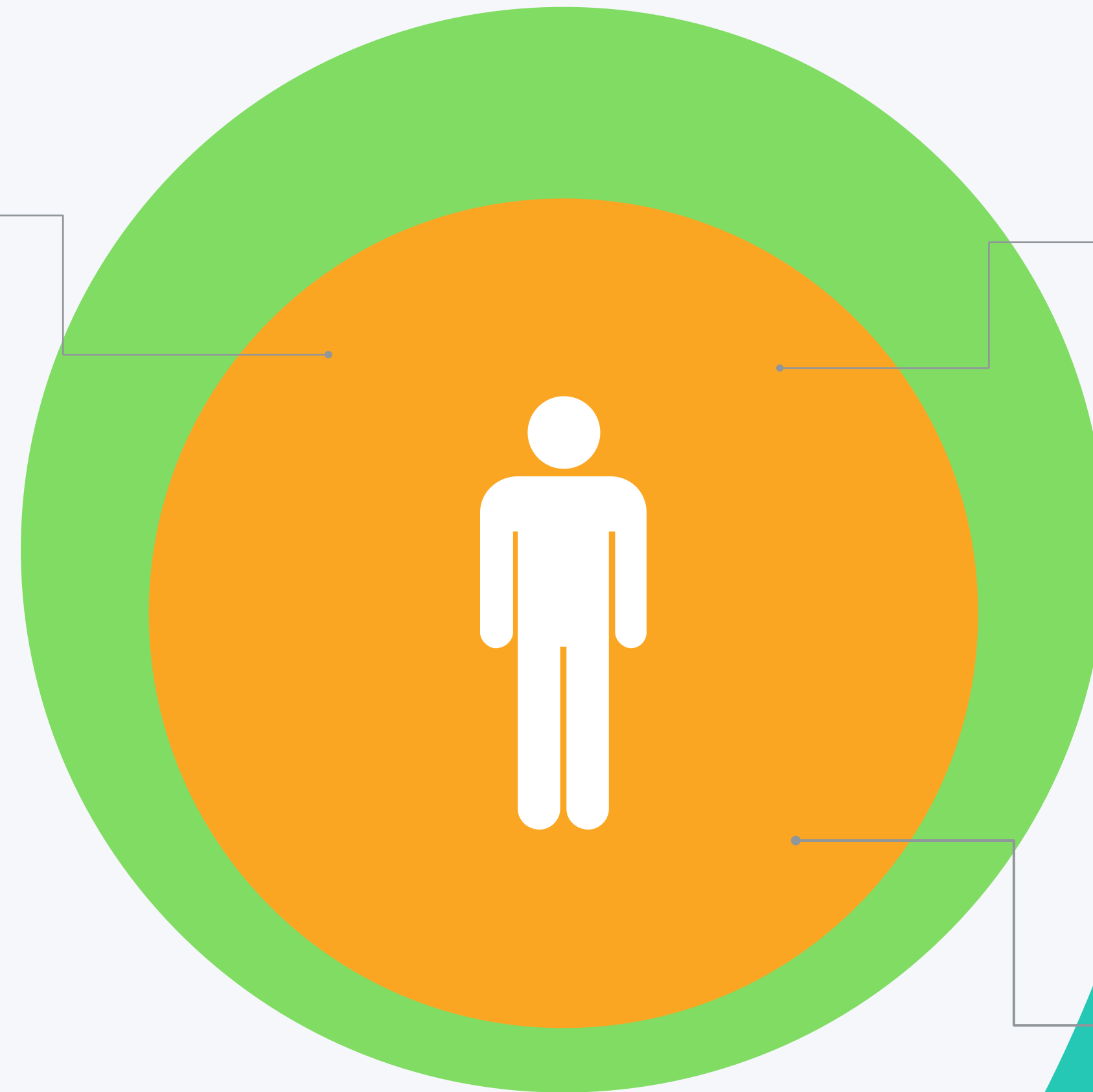
Communication Storytelling

DIE ÜBERZEUGUNGSKRAFT VON STORYS



RATIONALE PERSUASION

EMOTIONALE PERSUASION



STORYTELLING ALS TECHNIK FÜR AUFMERKSAMKEIT



ATTENTION ECONOMY




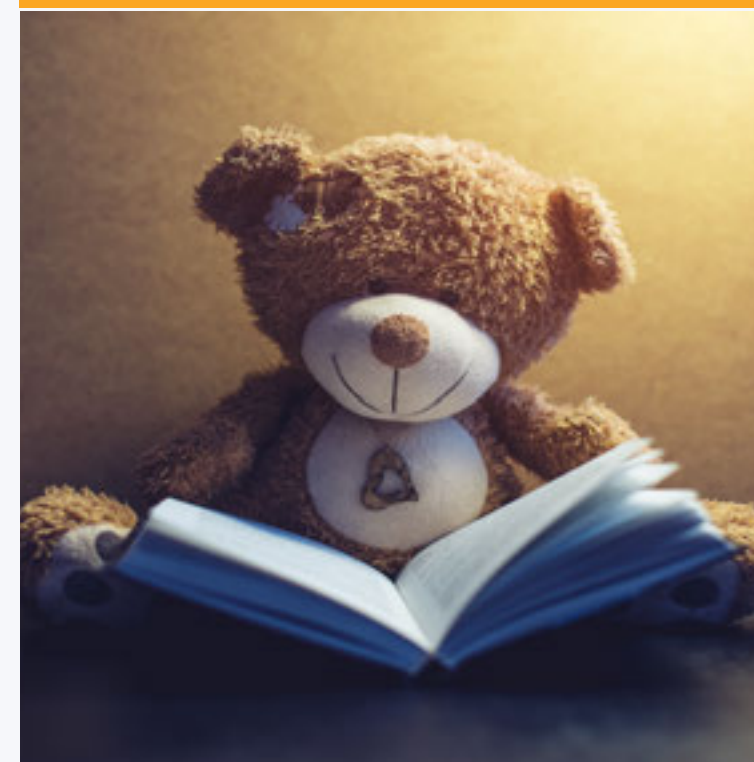
STORYTELLING



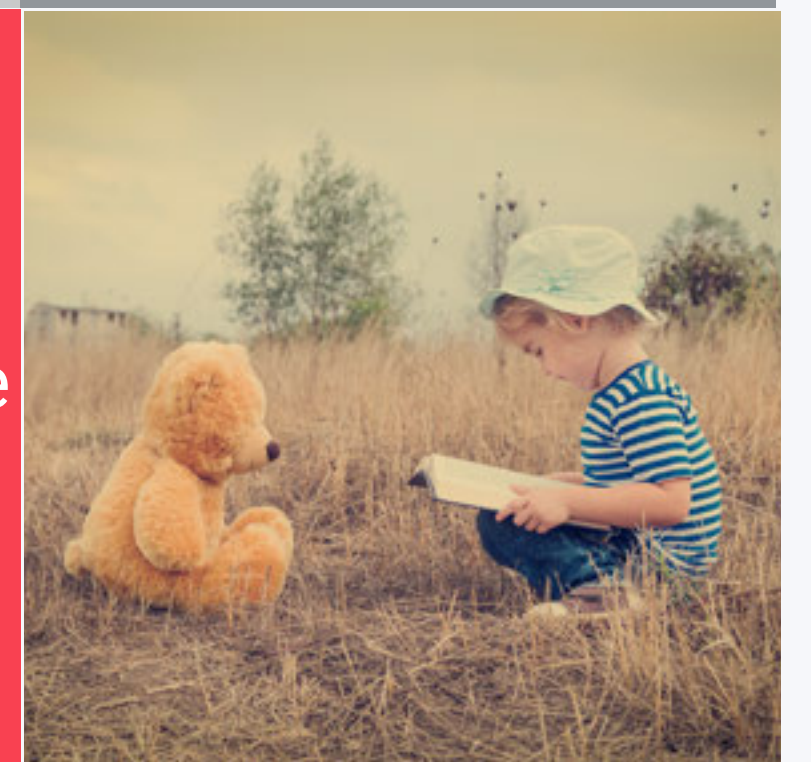
vereinfachen
Komplexität und
bieten Erklärmuster



bringt Fakten in
interpretierbare
Zusammenhänge



geben kommunikative
Hilfestellung und
ordnen unsere
Welt



A stylized, semi-transparent illustration of a human head in profile, facing right. The brain is depicted with visible gyri and sulci, and the facial features are simplified. The entire image has a teal/blue color scheme.

WIE WIRKT STORYTELLING?

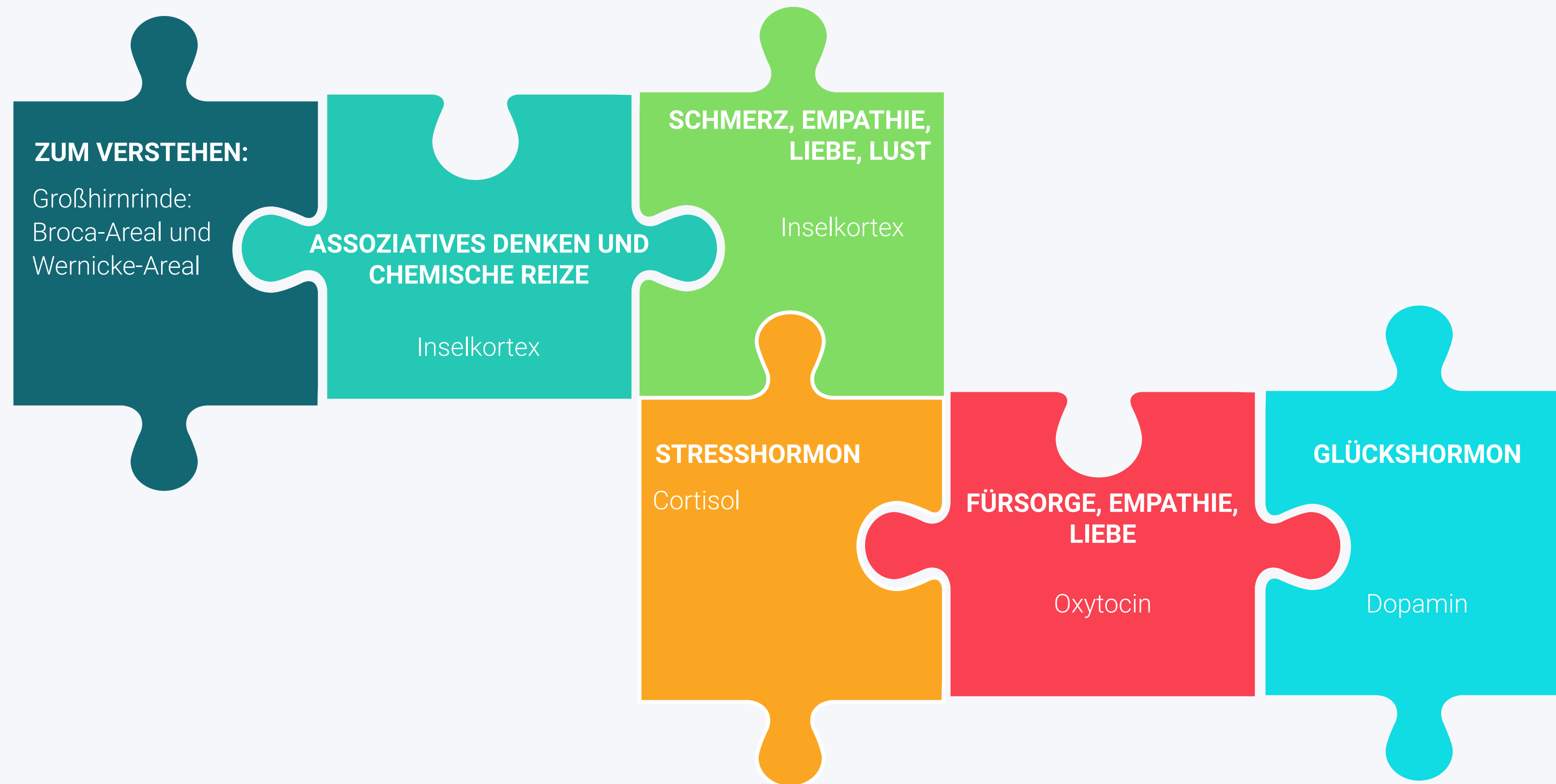
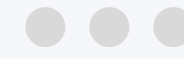
psychologisch / neurologisch / soziologisch

STORYTELLING IN DER
NEUROWISSENSCHAFT



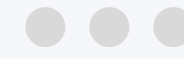
"A STORY CAN PUT YOUR WHOLE BRAIN TO WORK."

STORYTELLING IN DER NEUROWISSENSCHAFT



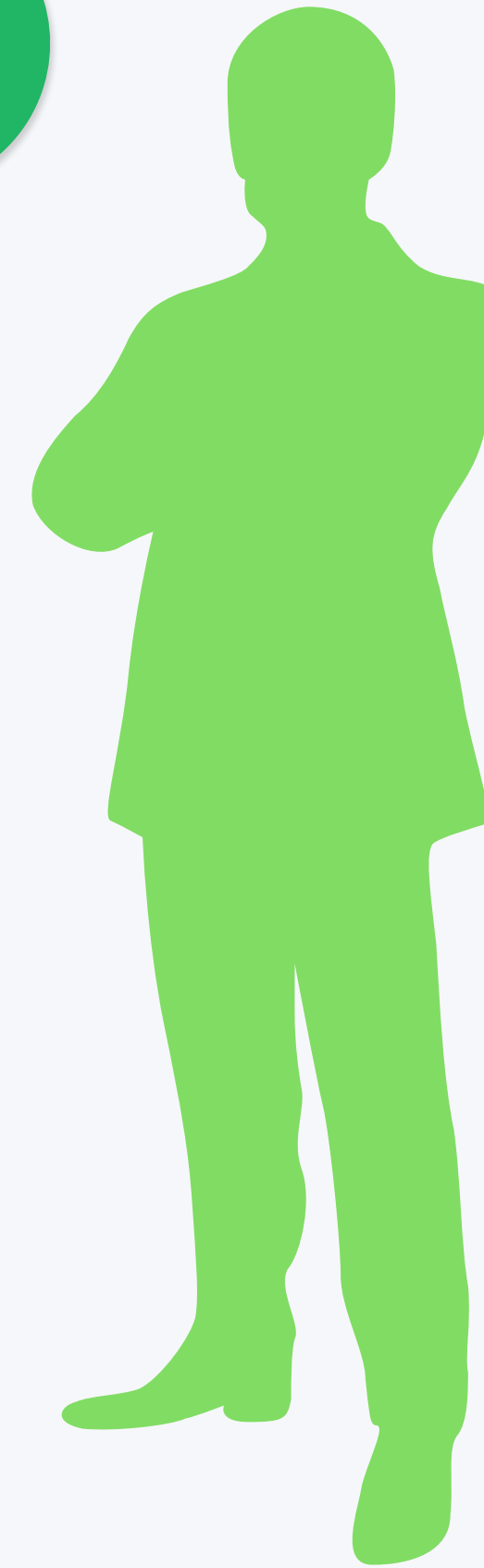


STORYTELLING IN DER NEUROWISSENSCHAFT



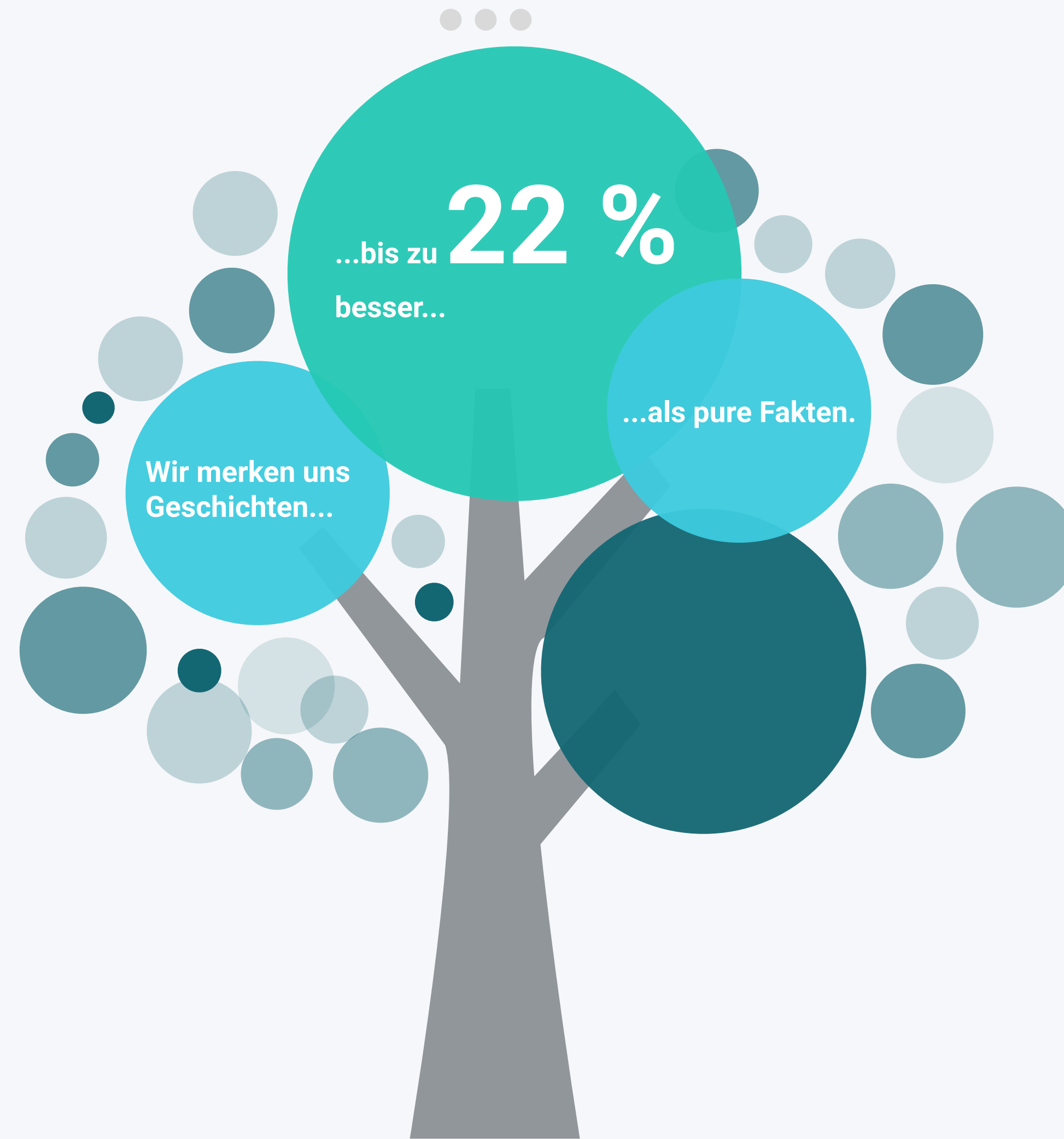
BRAIN COUPLING

Beim Rezipienten werden
durch Stories die gleichen
Gehirnregionen aktiviert wie
beim Erzähler.



IDEEN, GEDANKEN, ERFAHRUNGEN UND EMOTIONEN WERDEN SYNCHRONISIERT.

STORYTELLING IN DER NEUROWISSENSCHAFT





Hornbach: Du lebst, erinnerst du dich?



Budweiser: Lost Dog (Super Bowl)

GEMEINSAMKEITEN?



American Beauty



Mercedes: The CLA Project by Casey Neistad

A hand is shown placing a white brick onto a wall made of white bricks. The background is a solid teal color. The text "BUILDING A STORY" is overlaid in white, bold, uppercase letters.

BUILDING A STORY

plot...

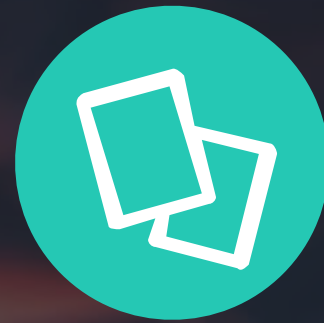
CHRONIK IST KEIN STORYTELLING

STORYTELLING BEDEUTET ZUSAMMENHÄNGE ERKLÄREN

...



**VERKNÜPFUNGEN
HERSTELLEN**



**NEURONALES UND
EMOTIONALES
GEBILDE SCHAFFEN**



**PLÖTZLICH MACHT
ALLES SINN**



**DAS ERGEBNIS IST
DER PLOT**



ZUSAMMENHÄNGE ERKLÄREN

PLOT



- ✓ Ein Plot ordnet Figuren, Handlung und Schauplatz.
- ✓ Er beantwortet die Frage: "Warum geschieht das?"
- ✓ Der Plot ist eine Kette von Zusammenhängen von Ursache und Wirkung.

PLOT

DER KÖNIG UND DIE KÖNIGIN



"Der König starb,
und die Königin
starb."



"Der König starb,
und dann starb
die Königin
aus Kummer."



PLOTPOINT

Story-Ereignisse greifen in die Geschichte ein und lenken sie in eine andere Richtung.

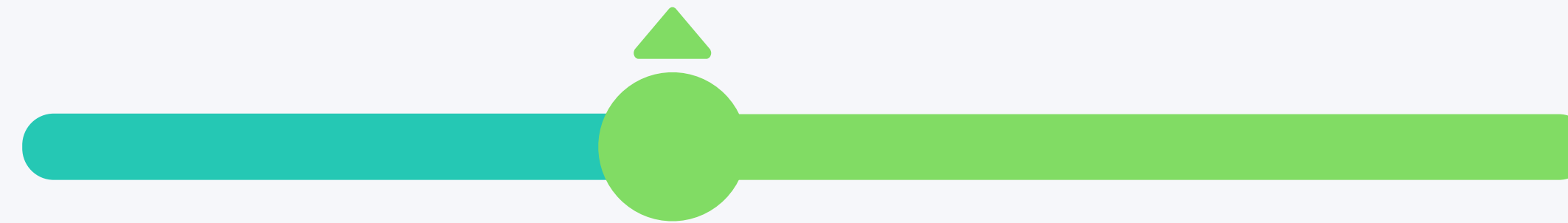


PLOTPOINTS

WENDUNG DER GESCHICHTE



ES WAR GUT UND WURDE SCHLECHT.



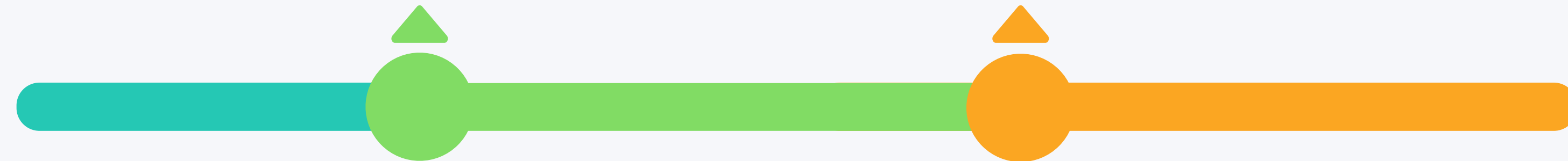
ES WAR SCHLECHT UND WURDE GUT.

PLOTPOINTS

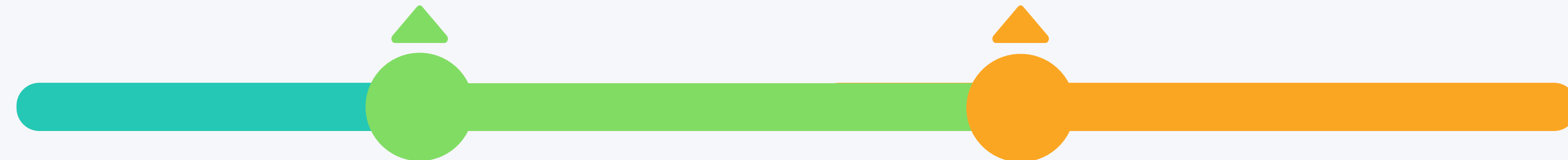
EINE STORY HAT MINDESTENS ZWEI WENDEPUNKTE



ES WAR GUT, WURDE SCHLECHT UND DANN SUPER.



ES WAR SCHLECHT, WURDE GUT UND DANN KATASTROPHAL.



ZWEI PLOT-POINTS

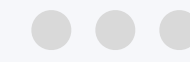
3-AKT-STRUKTUR



DIE ERZÄHL-FORSCHUNG HAT HERAUSGEFUNDEN, DASS ES MINDESTENS ZWEI WENDEPUNKTE BEDARF, DAMIT EINE ERZÄHLUNG ALS GESCHICHTE WAHRGENOMMEN WIRD. ERZÄHLUNGEN MIT EINEM WENDEPUNKTE EBEN NICHT.

ARISTOTELES

EIN GANZES IST, WAS ANFANG, MITTE UND ENDE HAT.



1. AKT



2. AKT



3. AKT

EXPOSITION

Hauptfigur und deren Begleitumstände werden vorgestellt. Am Anfang muss bereits alles angelegt sein, was sich im Mittelteil entwickelt. In diesem Teil werfen wir eine Frage auf.

ENTWICKLUNG /
KONFLIKT

Die Mitte verbindet Anfang und Schluss. Der 2. Akt ist dazu da um Mitte und Schluss zu verbinden.

AUFLÖSUNG

Hier beantworten wir die Frage aus dem ersten Akt.



KONFLIKT UND DER AUSLÖSENDE MOMENT

Hinter jeder guten Geschichte steckt ein Dilemma.

HINTER JEDER GUTEN GESCHICHTE STECKT EIN DILEMMA



Story = Hauptfigur +
Dilemma +
Befreiungsversuch

- ein plötzliches Ereignis führt zu einer dramatischen Veränderung
- Der Held steht vor einem Dilemma
- Wie geht er mit dieser Veränderung um?

Ein Konflikt ist der
Auslöser jeder Geschichte.

- Für den Rezipienten ist der Moment der Veränderung besonders interessant.

Jedes Drama ist
gleichzeitig ein
Konflikt.

- ohne Konflikt gibt es keine Handlung
- ohne Handlung gibt es keine handelnden Personen
- ohne handelnden Personen gibt es keine Geschichte

Ein Storyevent kreiert eine
bedeutende Veränderung

- die Lebenssituation der Hauptfigur gerät ins Wanken



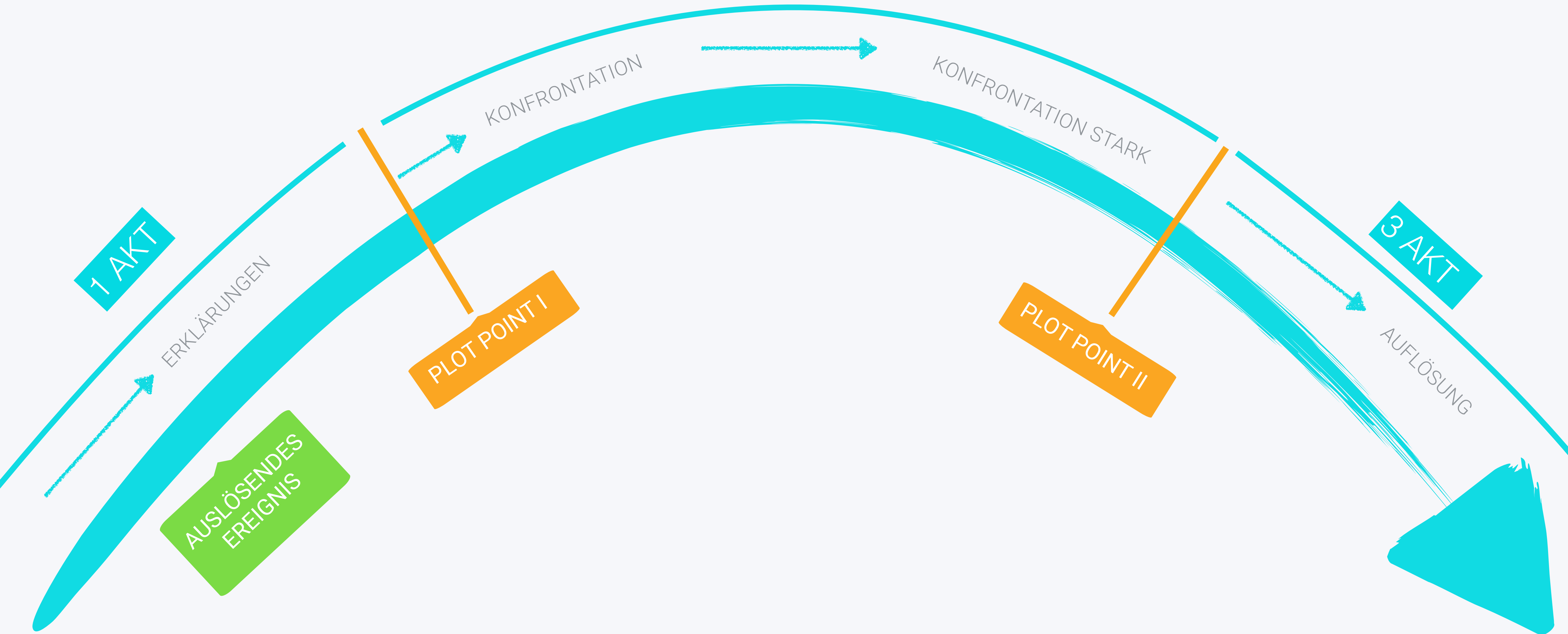
Start something new. IKEA



Storytelling STRUKTUR

...

2 AKT



The background of the entire image is a solid teal color. It features several dark teal silhouettes of people's legs and lower bodies. At the top, there are four pairs of legs standing in a row. Below them, there are four full-body silhouettes of people, also standing in a row. The silhouettes are of various heights and builds, representing a diverse group of individuals. The overall composition is clean and modern.

HELD

DER BAUSTEIN ZUR IDENTIFIKATION

FIGUREN IM STORYTELLING

ZIEL IM STORYTELLING:



HELD

= IDENTIFIKATIONSFIGUR

DAS BAND ZWISCHEN PUBLIKUM UND STORY FUNKTIONIERT ÜBER DEN HELDEN



Folge der unbewussten Logik des Publikums:

"Diese Figur ist wie ich. Daher möchte ich, dass sie bekommt, was immer sie auch haben möchte, denn unter den gleich Umständen würde ich dasselbe für mich haben wollen."

FIGUREN IM STORYTELLING

DIE ÜBERZEUGUNGSKRAFT DES HELDEN



Der Held wird ein
Vorbild
für die Zuseher.



Den Zusehern fällt es
schwerer die Haltung
und Verhalten
zu hinterfragen.



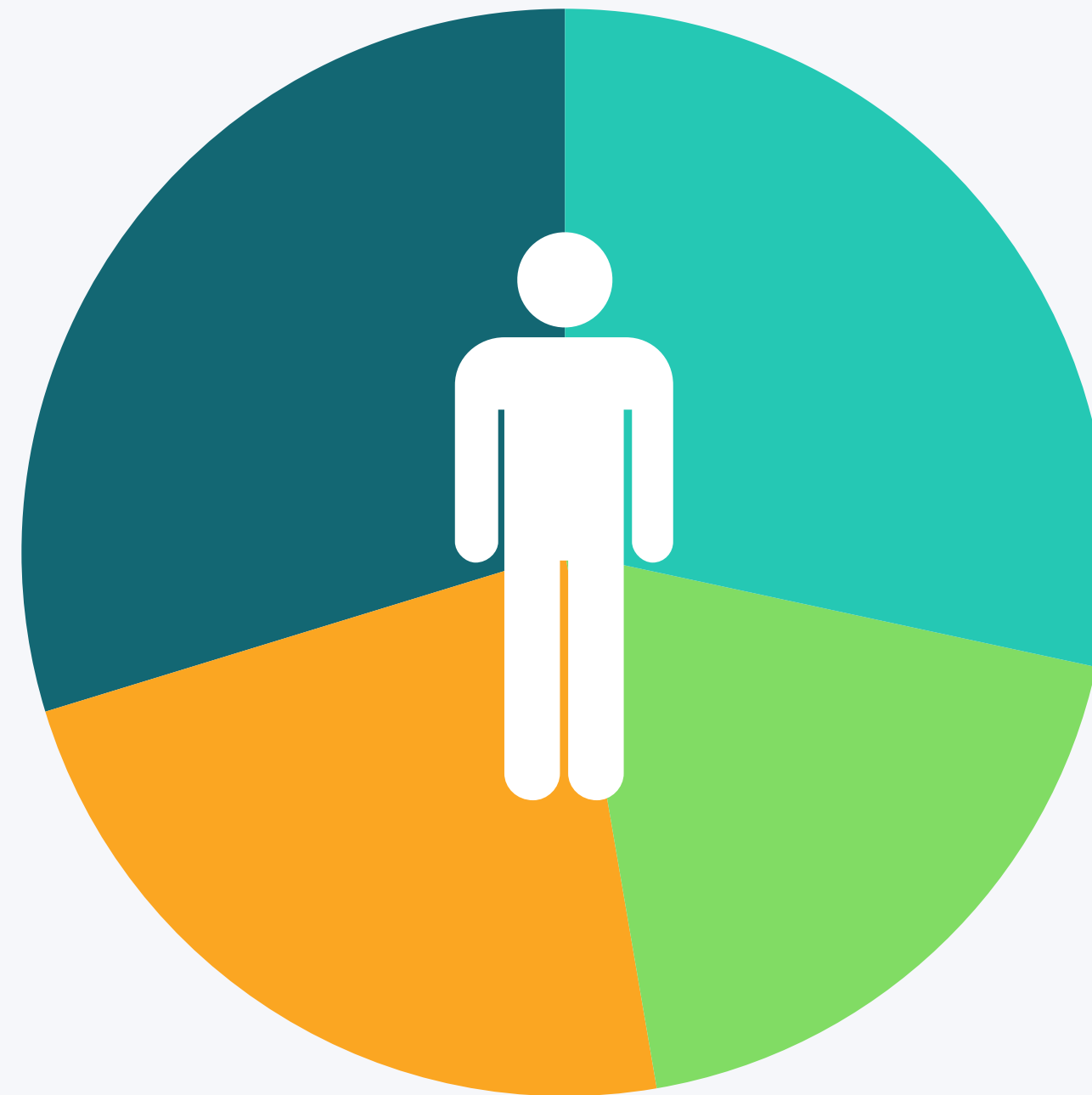
Die Einstellung und
Handlung wird
übernommen.



Dem Helden werden
keine negativen,
persuativen oder
manipulativen
Absichten unterstellt.

FIGUREN IM STORYTELLING

JEDE GESCHICHTE HAT EINEN HELDEN

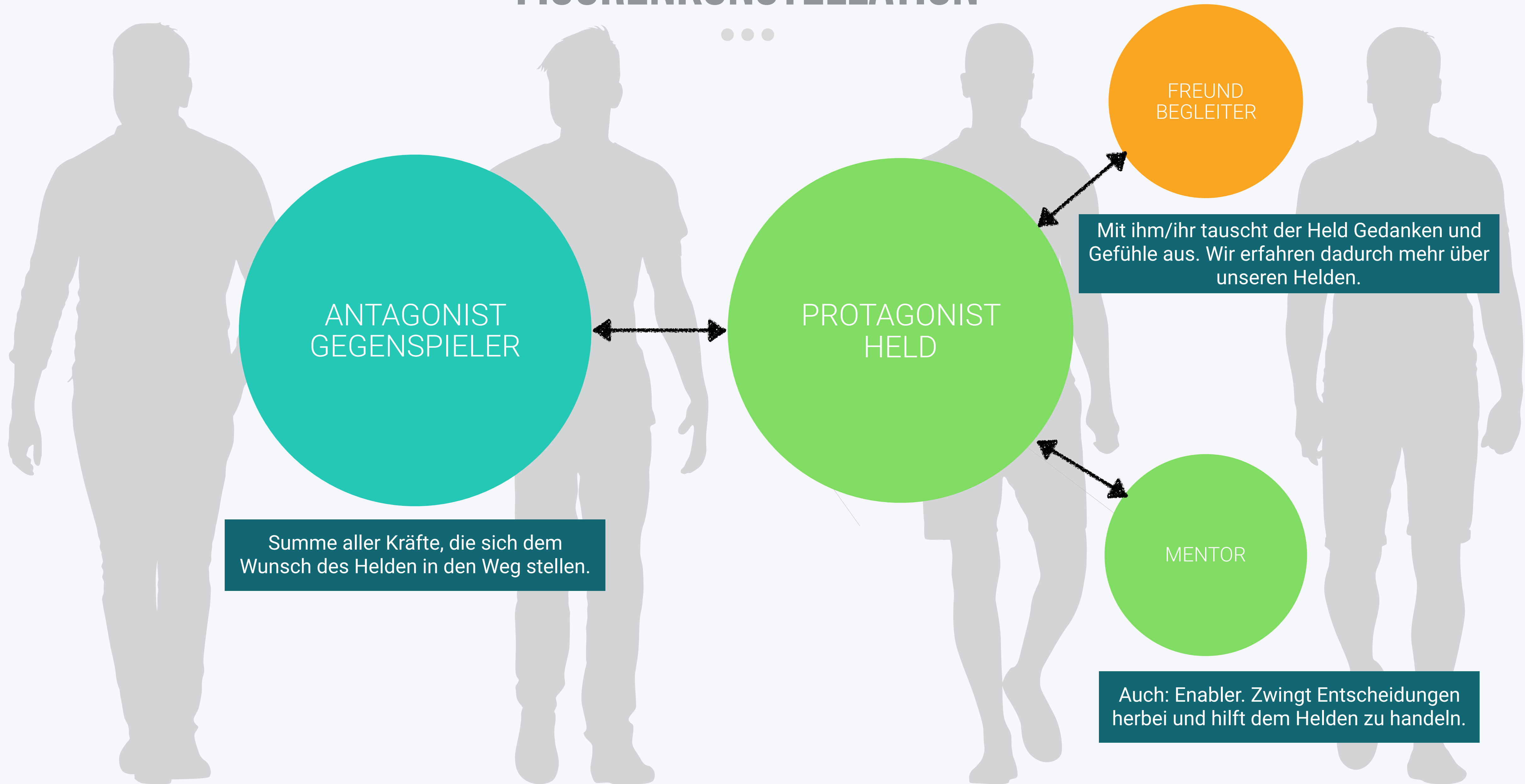


FÜR STORYTELLING GILT: MUT HABEN, DEM PUBLIKUM EINE HAUPTFIGUR ZU BIETEN.
KEINE ANONYME ZIELGRUPPE ANSPRECHEN



FIGUREN IM STORYTELLING

FIGURENKONSTELLATION



FIGUREN IM STORYTELLING

HELD / PROTAGONIST / SCHLÜSSEL- ODER HAUPTFIGUR



BUILDING A STORY



HELD



KONFLIKT



AUSLÖSENDES MOMENT



PLOTPOINTS



MENTOR



neovideo Akademie



STORYTELLING IN DER VIDEOKOMMUNIKATION

2. April 2019

neovideo.com