

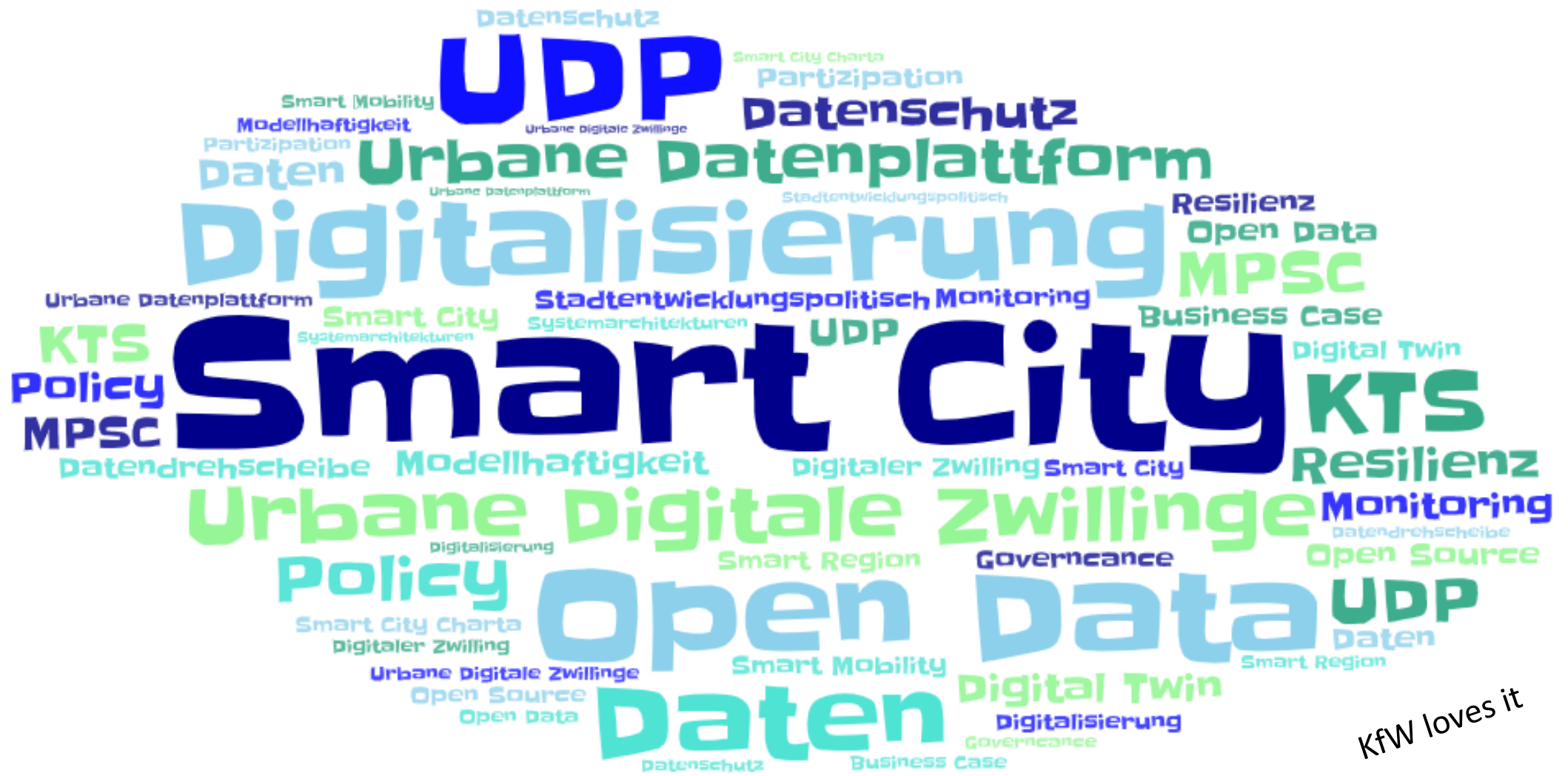


<https://unsplash.com/de/@shootdelicious>

Storytelling in der Smart City

Koordinierungs- und Transferstelle
Modellprojekte Smart Cities

Kathrin Viergutz, 6. September 2023



KfW loves it



Karin
Karin
Karin
Karin
Karin
Karin
Karin

Was bringt mir das?

Wann bringt mir das was?

Warum machen die das?

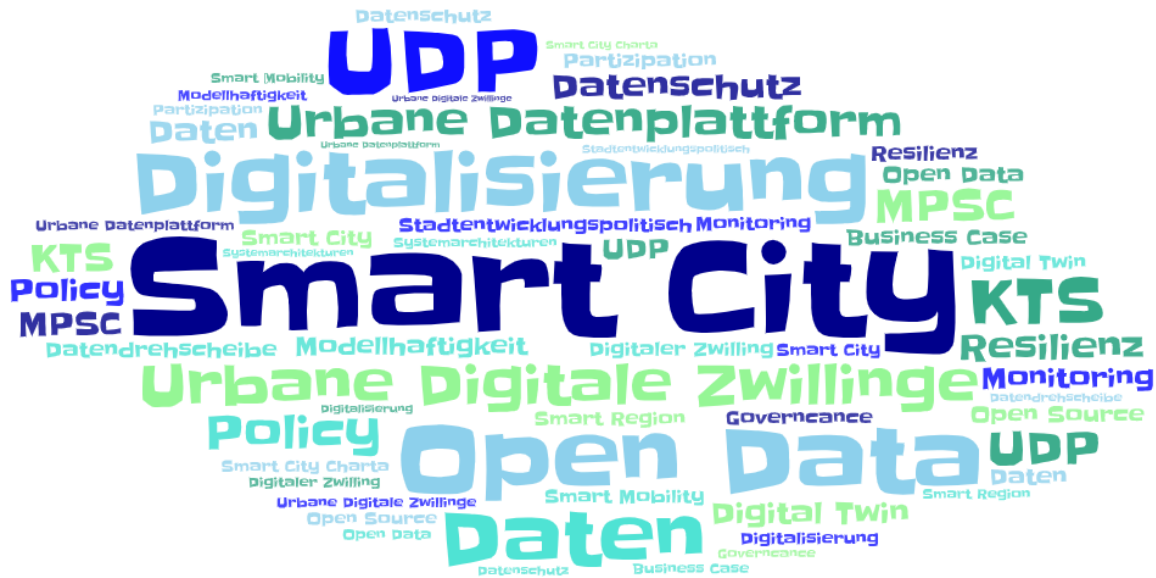
Begeisterung

Information

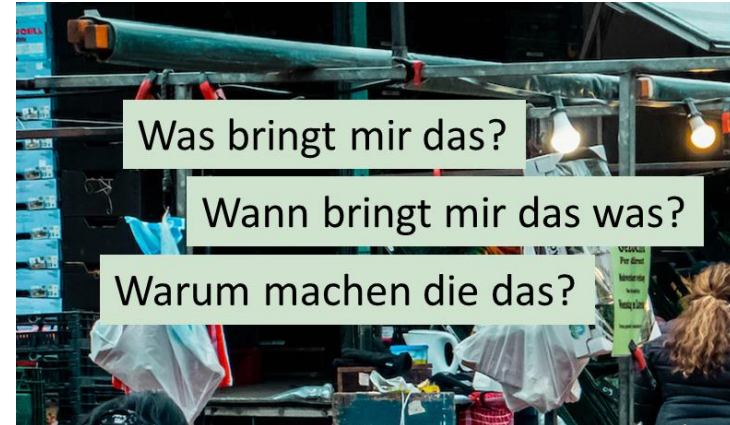
Neugier

Wen wollen wir ansprechen? Zielgruppe?

Wenn's um die Förderbedingungen geht:



Wenn's um die Bürgerinnen und Bürger geht:





Tipp No. 1

Macht's nicht so kompliziert!

Wenn wir verstanden werden wollen, dann müssen wir uns so ausdrücken, dass man uns verstehen kann.



Geschichten wecken Begeisterung

Marktstand

Bürgerdialog

Vortrag

Newsletter

Video

Webseite

1 min, die sich lohnt

Gourmet Guard



amazon

541.000 Abonnenten

Werbespot Amazon Prime, 2023

<https://www.youtube.com/watch/u3UDKHq0Cjc?autoplay=1>



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen





Was haben wir gesehen?



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen



Held bzw. Hauptfigur

Security-Guard

Ausgangssituation

Langeweile

Langeweile

→ Identifikation

Sehnsucht (Haben-Wollen-Gefühl)

Neue Leidenschaften entdecken

Anerkennung, Stolz

Die Figur löst etwas in uns aus

Sich ausleben

Stolz, Freude, Sinn

Plot-Twist

Vergleicht sein Essen

„Ich muss was ändern“

Kollege bewundert ihn

„Ich bekomme Anerkennung“

Neue Berufung?

„Ich habe mein Potenzial entdeckt“

Message, Moral

Auch du hast eine besondere

Fähigkeit, du musst sie nur entdecken

Image des Produktes

Inspirierend, gibt Denkanstöße

Du wirst glücklicher sein

Schnell, unkompliziert, nebenbei

Du wirst Anerkennung bekommen

Durch das Produkt kannst du dein Potenzial entfalten

Das Produkt wird dein Leben viel besser machen

Durch eine sympathische
Hauptfigur und eine
berührende Geschichte,
kann auch ein Produkt
sympathisch werden.

Klappt sogar bei Amazon

Storytelling

Held oder Heldin

Identifikation

Problem / Aufgabe

Weiterentwicklung

Emotionen

Plot-Twist

Moral für's eigene Leben

A man with a beard and a cap is shown in profile, looking intently at the viewfinder of a professional video camera mounted on a tripod. The camera is equipped with various accessories, including a top-mounted monitor displaying a scene. The background is a soft, purple-lit studio environment. A semi-transparent dark grey banner is overlaid at the bottom of the image, containing the text "Schreibt ein Drehbuch!".

Schreibt ein Drehbuch!

Aufgabe:

Erzählt eine Geschichte, mit der ihr den **Nutzen** eures Produktes erklärt und mit der euer Produkt **sympathisch** wird!

Produkt??

Zwei Produkte zur Auswahl: Ein Alltagsgegenstand oder etwas aus der Smart City. Sucht euch eines der Produkte aus!

Und dann??

Erzählt uns die Geschichte innerhalb von **60 Sekunden**. Begeistert uns! Ihr müsst nichts zeigen, nichts vorführen. Nur sprechen.



Tipp No. 2

Überlegt: Was bewegt die Personen, die ihr erreichen wollt?



Ich war zufrieden mit:

<https://www.conrad.de/de/p/intenso-music-walker-mp3-player-8-gb-schwarz-344949.html>



Ich kann nicht mehr ohne:





Tipp No. 3

Vielleicht wissen die Menschen noch nicht, dass sie einen bestimmten Bedarf haben.





Tipp No. 4

**Überlegt euch gut,
welchen Mehrwert
euer Produkt
wirklich bietet.**

(gegenüber allem, was es bisher schon gibt)



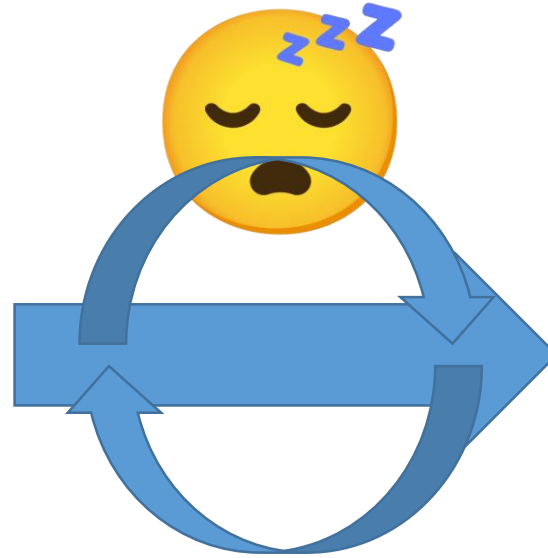
Tipp No. 5

**Überlegt euch,
wofür euer Produkt
stehen soll.**

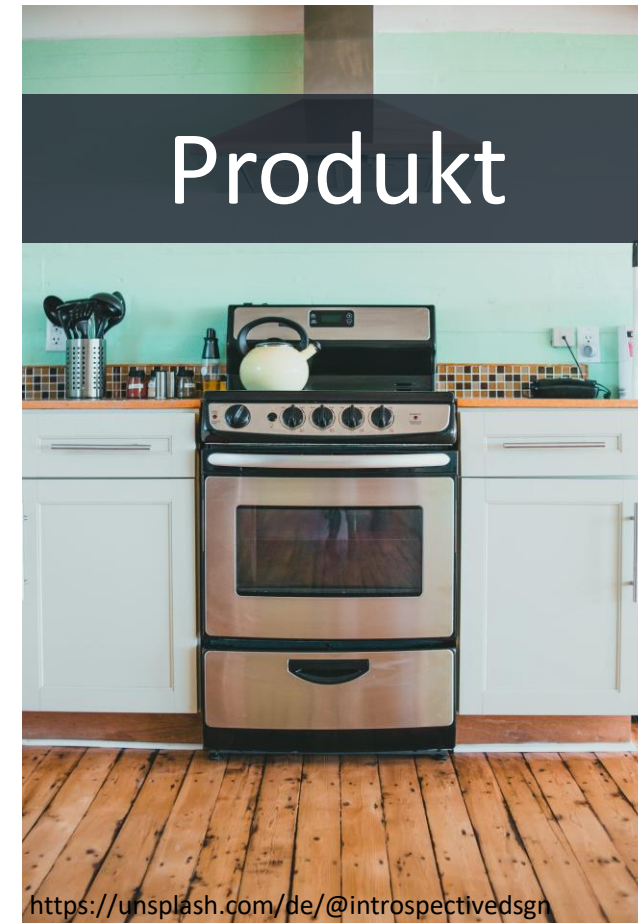
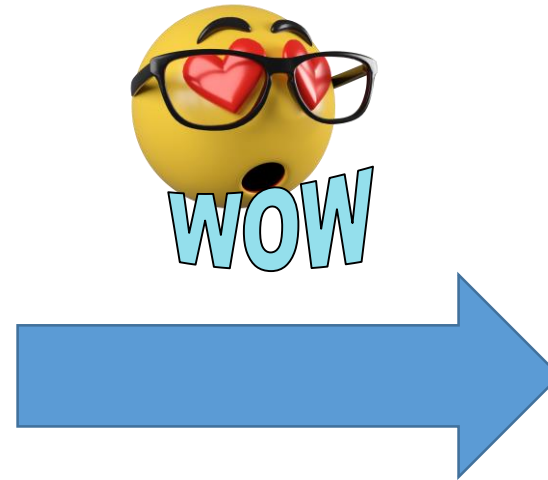
Image



„Also das hier ist ein Backofen, damit kann man total viel machen. Also zum Beispiel Pizza oder so.“



„Wenn man mal Lust hat auf so ne richtig gute Pizza, so schön mit Käse... Mit diesem Backofen wird die Pizza so richtig gut!“





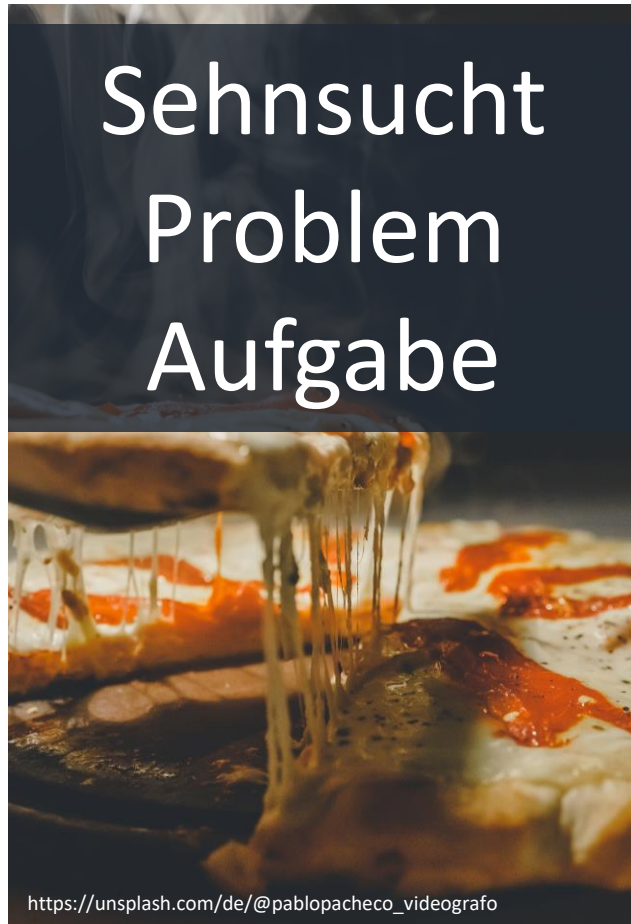
Tipp No. 6

**Geschichte andersrum
erzählen:**

**Zuerst die Pizza,
dann der Backofen.**



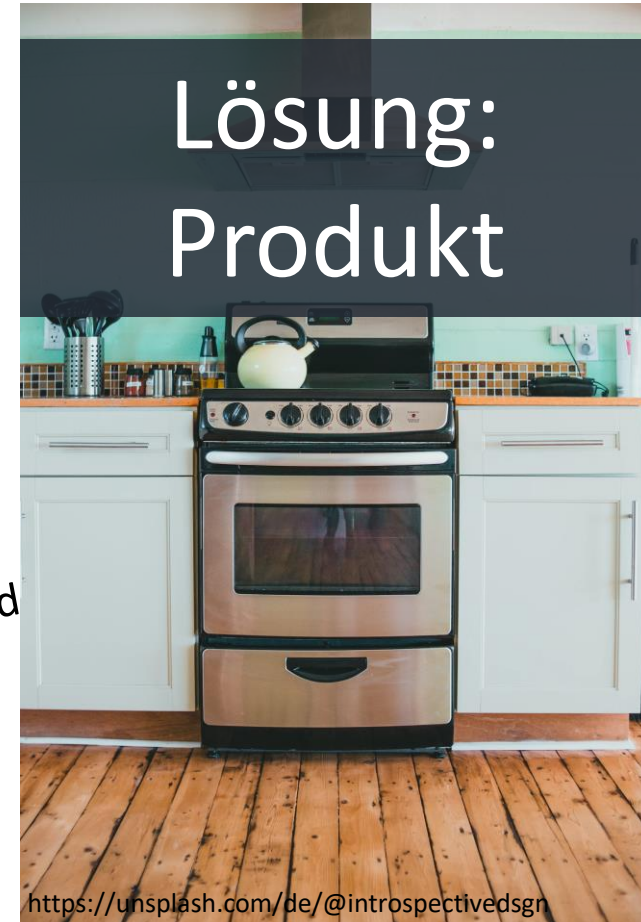
Eure Geschichte:



TADAAAAA



Zuerst eine Sehnsucht wecken und
dann die perfekte Lösung
präsentieren.





Tipps:

- Macht's nicht so kompliziert!
- Überlegt: Was bewegt die Personen, die ihr erreichen wollt?
- Vielleicht wissen die Menschen noch nicht, dass sie einen bestimmten Bedarf haben.
- Überlegt euch gut, welchen Mehrwert euer Produkt wirklich bietet.
- Überlegt euch, wofür euer Produkt stehen soll.
- Geschichte andersrum erzählen: Zuerst die Pizza, dann der Backofen.

Handout (zweiseitig):

Gruppenaufgabe Storytelling

Gruppenarbeit: Sucht euch ein Thema aus. Überlegt euch eine kleine Story, die man gut als Werbespot verfilmen könnte. Beachtet dabei die Grundsätze des Storytellings.

Präsentation: Dann sind eure 60 Sekunden gekommen. Begeistert das Publikum mit eurer Story! Ihr könnt entweder einfach drauflos sprechen oder eine Pinnwand vorbereiten. Benennt danach bitte, wer euer Held ist, welche Emotionen ihr auslösen wollt usw.

Thema bzw. Produkt: _____
 Eure Story bzw. euer Drehbuch (60 Sekunden Präsentation): _____

Der Aufbau eurer Geschichte könnte beispielsweise so aussehen: Held bzw. Heldin hat ein Problem oder eine Aufgabe. Das Produkt hilft ihm dabei, das Problem zu lösen.

Hier eure Story

- Bitte beachtet folgende Grundsätze:
- Die Geschichte beginnt stets mit einem Konflikt oder einer Aufgabe. Um Spannung zu erzeugen, darf die Lösung des Problems nie am Anfang stehen. Der Protagonist überwindet im Laufe der Erzählung den Konflikt, der am Ende gelöst wird.
 - Argumentation umdrehen: Zuerst den Nutzen bzw. das Problem erklären, danach erst das Produkt vorstellen (Richtig: „Die Pizza ist roh. Damit sie lecker schmeckt, brauchen wir einen Backofen“; falsch: „Hier ist ein Backofen. Also damit kann man viel machen, zum Beispiel Pizza backen.“)

Wer ist der Held/ Antiheld bzw. die Heldin/ Antiheldin in der Geschichte? (Es muss nicht zwingend eine Person sein)	
Inwieweit kann man sich mit dem Helden / der Heldin identifizieren (Charaktereigenschaft, Lebenssituation)? Welche Zielgruppe wird besonders angesprochen?	Identifikation: Zielgruppe:
Welches Problem muss euer Held / Heldin lösen? Gibt es Gegenspieler? Konflikt?	
Welche Emotionen und welche Stimmung sollen die Abenteuer des Helden / der Heldin beim Publikum auslösen? Wie verändern sich diese Gefühle im Laufe der Geschichte?	Am Anfang: Am Ende:
Welche Entwicklung macht der Held bzw. die Heldin durch? Wo ist der Plot-Twist oder die Wandlung ? In welchem Moment ändert sich etwas?	Vorher-Nachher-Effekt
Was soll das Produkt (!) bei den Menschen auslösen? Welches Image soll unser Produkt haben? Wie sollen die Zuschauer beim Abendbrot ihren Liebsten von dem Produkt erzählen? (Gefühl, Empfindung)	
Was ist die Take-Home-Message ? Was ist die Moral der Geschichte? Was lernen wir für unser eigenes Leben?	

Hier was ihr euch dabei gedacht habt

Gruppenarbeit geht los!

Fünf Gruppen: Verteilt euch auf die 4 Pinnwände. Da ihr eigentlich keine Pinnwand braucht, gibt es eine weitere Gruppe ohne Pinnwand.

Wählt zügig eines der Produkte aus und schreibt ein Drehbuch dafür.

Bearbeitungszeit etwa **25 Minuten**.

Denkt dran: Ihr sollt eure Geschichte innerhalb von **60 Sekunden** erzählen können. Ihr müsst nichts „zeigen“, sondern nur sprechen.

Geschichten wecken Begeisterung

Marktstand

Bürgerdialog

Vortrag

Newsletter

Video

Webseite

