

Storytelling in der politischen Kommunikation

GESCHICHTEN **CROSS**MEDIAL ENTWICKELN

Lab 3

Dr. Marie Elisabeth Müller

**Kommunikationsberaterin, Interims-Chefredakteurin,
Medienprofessorin**

Mobile 0049 177 7467271

E-Mail mem@gmx.com



Inhalt

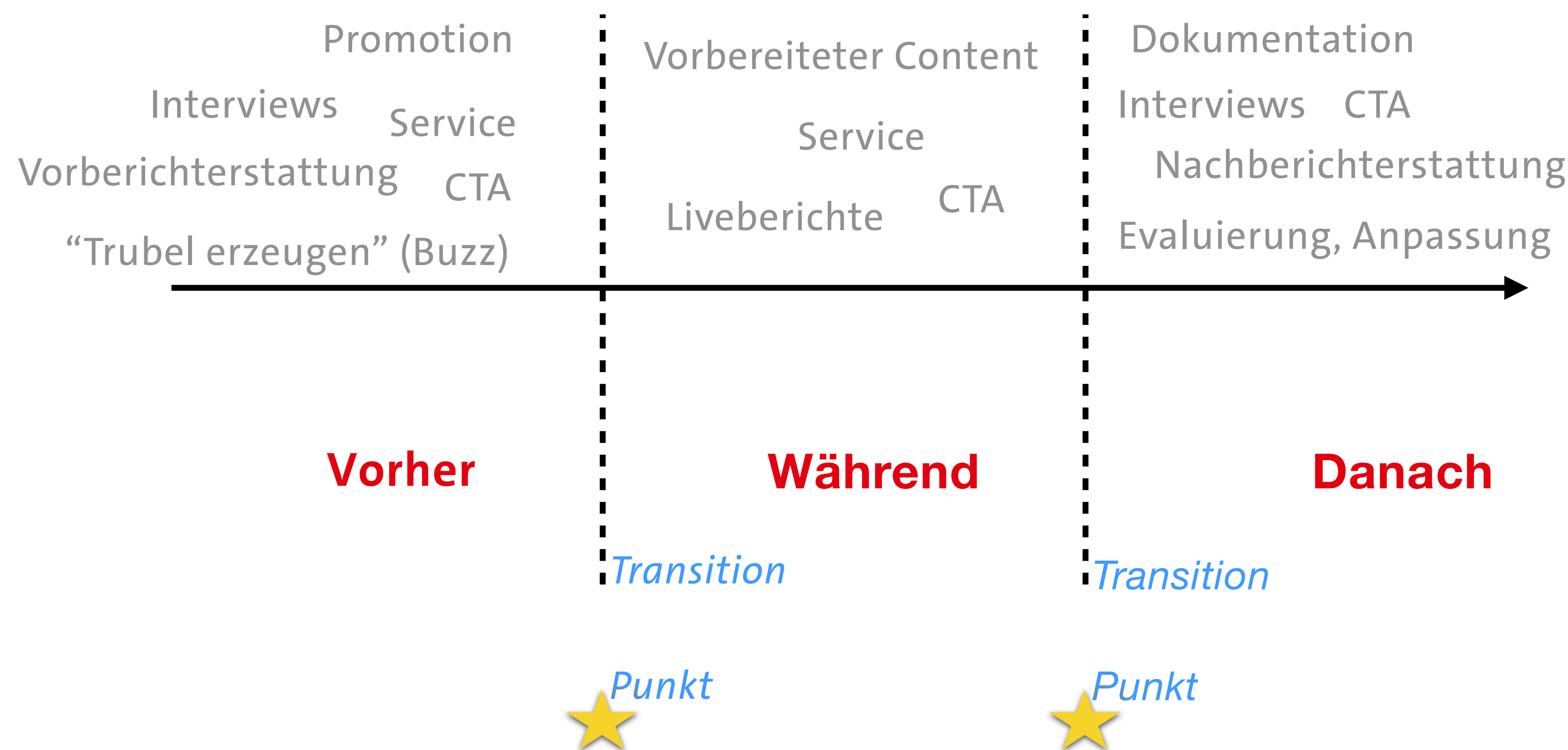
- 1. Cross-mediale redaktionelle Planung**
- 2. Cross-mediale Konzeption**
 - 2.1 Charakteristika der bekanntesten Technologie-Plattformen**
 - 2.2 Beispiel: 10-fache Verwertung eines Videogesprächs**
- 3. Exkurs: Aufbau einer einfachen Datengeschichte**
- 4. Smartphone Contentproduktion**
 - 4.1 Kameras, Mikrophone**
 - 4.2 Photo**
 - 4.3 Video**
 - 4.4 Audio**
- 5. CheckListe**

CROSSMEDIALE REDAKTIONELLE PLANUNG

Drei redaktionelle Planungsphasen

Zum Beispiel ein Live-Event

wie Schützenfest, Frühverteilung, Bürger:innen-Debatte, Parteitag ...



“Alles in einem!” (all in one)

Bei jedem Ereignis so planen,
dass **Inhalte für alle Medien und Kanäle** aufgenommen und
produziert - und über eine **lange
Zeitstrecke** veröffentlicht und
wieder verwertet werden.

Cross-mediale Konzeption



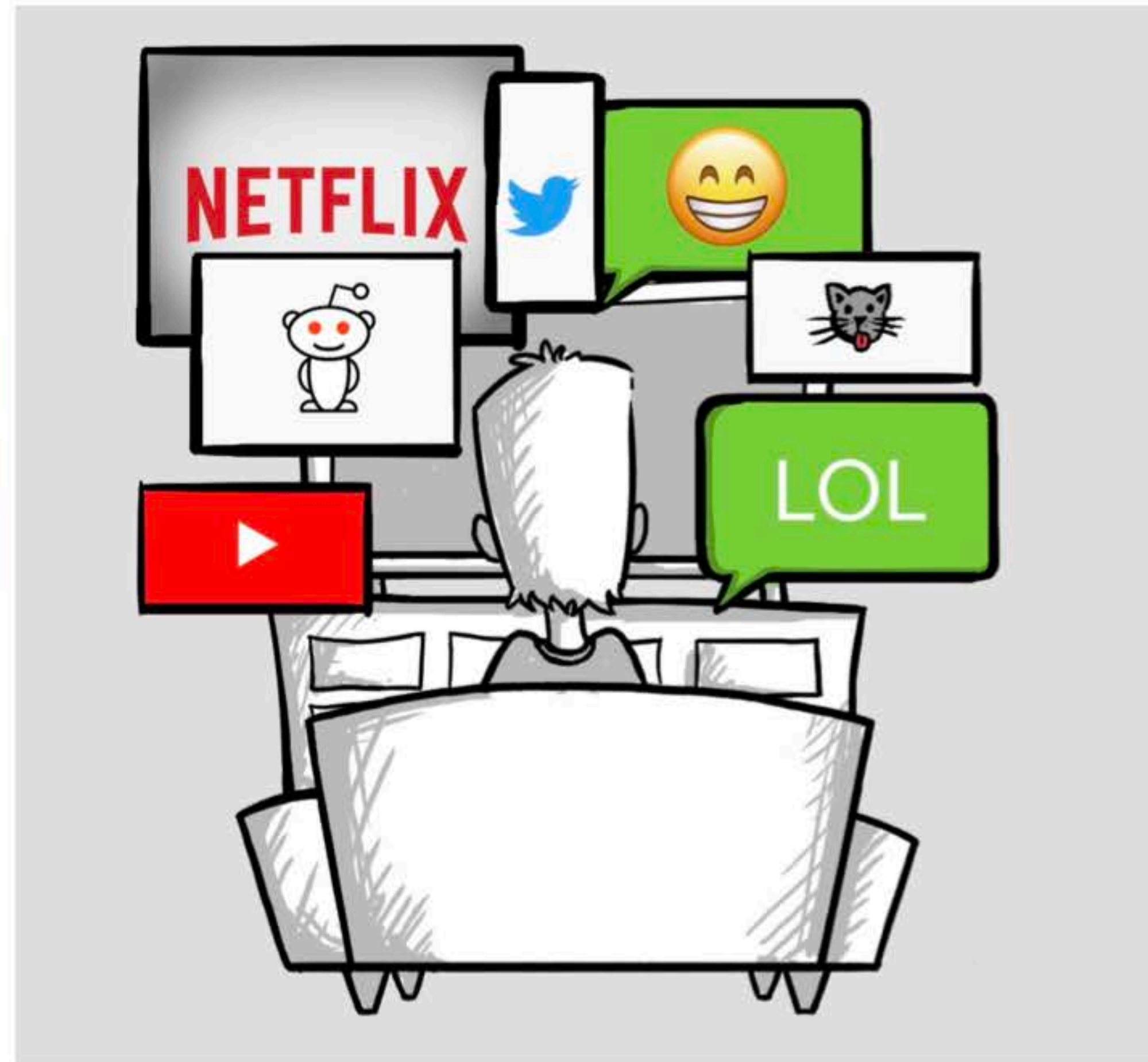
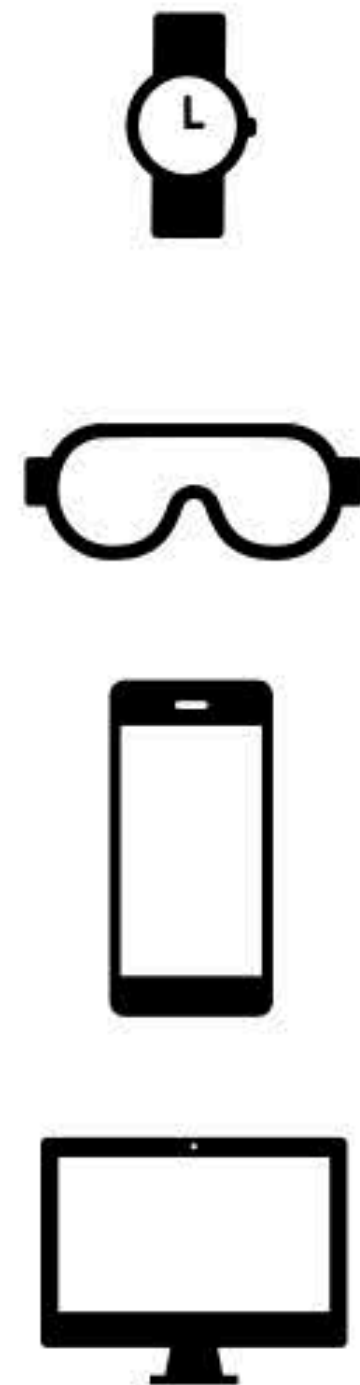
+ Evaluierung, Anpassung

**Graphik mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.*

**Qualitativ hochwertige Inhalte
sind mehr wert als Geld!**

CROSSMEDIALE KONZEPTION

Inhalte entlang der **Kontaktpunkte** Deiner **Zielgruppen** reisen lassen



CHARAKTERISTIKA DER BEKANNTTESTEN **TECHNOLOGIE-** **PLATTFORMEN**

GAFAM (Auswahl)

	Instagram	hochwertige Bild-Blogposts, kurze engagierende Videos Echtzeit-Stories		
	TikTok	kurze und lange engagierende Videos		
	LinkedIn	B2B-Blogposts + Networking		
	YouTube	kurze engagierende Videos (Shorts) + vertiefende lange Videos		
	Facebook	Community-Diskussionen + lange Artikel		
	Threads	Kurznachrichten-Essays		

FEDIVERSE (Auswahl)

	Bluesky	Kurznachrichten-Essays, Bilder, Videoclips		
	Mastodon	Kurznachrichten-Essays, Bilder, Videoclips		

*Graphik mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.

10-FACHE VERWERTUNG EINES VIDEOGESPRÄCHS



10-fache Verwertung eines Videogesprächs

1. bis 5. Medienformate

1. Kurznachricht (Text-Clip)

- prägnanter Satz mit Zitat, Ankündigung
- Plattform: Mastodon, Bluesky, Threads, LinkedIn

2. Story in Echtzeit

- spontane Eindrücke, Making-of, vorbereitende Momente, oder auch Live-Blog während einer Veranstaltung
- Plattform: Mastodon, Bluesky, Threads, WhatsApp-Status

3. Foto-Post

- hinter-den-Kulissen, Zitat(e)
- Plattform: Mastodon, Bluesky, Instagram

4. Videoclip (Kurzform)

- 10–60 Sekunden, starke Aussage, Hochformat
- Plattform: Instagram Reels, TikTok, YouTube Shorts

5. Kurznachrichten-Essay

- pointierter Fließtext (500–1.000 Zeichen), mit Bild, Videoclip
- Plattform: Mastodon, Bluesky, Threads

10-fache Verwertung eines einfachen Videogesprächs

6. bis 10. Medienformate

6. Audioclip

- kurzer O-Ton, z. B. 30–60 Sekunden
- Plattform: Podcast-Teaser, Messenger, Community-Channel

7. Thematische Foto-Posts mit Datengeschichten

- Infografiken, Aussagen, Zahlenfakten auf Bildern
- Plattform: Instagram, Facebook, LinkedIn

8. Langer Podcast

- Audio-Version des Gesprächs oder ergänzt mit O-Tönen
- Plattform: Spotify & Co., kommunale Website

9. Multimedia-Blogpost

- Zitat + Bild + Kontext + Link zum Video
- Plattform: Website, LinkedIn, Newsletter

10. Langform-Video

- vollständiges oder geschnittenes Gespräch (3–15 Minuten)
- Plattform: YouTube, kommunale Website, Mediathek

AUFBAU EINER EINFACHEN DATENGESCHICHTE

Marc Chagall
Der Tote, 1908



Induktiv vs. Deduktiv

Induktiv



**Einzelfall
darstellen**

**Gesamtlage
einordnen**



Deduktiv



**Gesamtlage
einordnen**

**Einzelfall
darstellen**



Induktiver Aufbau

*Ich fange beim
Einzelfall an
und ordne dann
mit Fakten/Daten
die Gesamtlage ein.*



◆ 1. Induktiv: **Vom Einzelfall zur Datenlage**

👤 **Einzelfall: Frau K. aus Düsseldorf-Bilk**

Frau K., 82 Jahre alt, lebt allein in einer Dachgeschosswohnung im dicht bebauten Stadtteil Bilk. In den Sommermonaten leidet sie zunehmend unter der Hitze, da ihre Wohnung sich stark aufheizt und keine Klimaanlage vorhanden ist. Trotz Ventilatoren und regelmäßigem Lüften steigen die Innentemperaturen oft über 30 °C. An besonders heißen Tagen fühlt sie sich schwach und schwindelig, traut sich kaum noch vor die Tür und hat Schwierigkeiten, ausreichend zu trinken.

📊 **Datenlage: Hitzebelastung und Gesundheit in Düsseldorf**

- **Zunahme von Hitzetagen:** In Nordrhein-Westfalen ist die Anzahl der heißen Tage (Tageshöchsttemperatur ≥ 30 °C) deutlich gestiegen. Besonders in dicht besiedelten Gebieten wie Düsseldorf sind die Temperaturen höher als im Umland. ([Land NRW](#))
- **Gesundheitliche Auswirkungen:** Hitzewellen führen regelmäßig zu einem Anstieg der Sterblichkeit, insbesondere bei älteren Menschen mit Vorerkrankungen. ([Wikipedia](#))
- **Hitzebedingte Todesfälle:** In Deutschland wurden in den Jahren 2018 und 2019 insgesamt etwa 15.600 hitzebedingte Todesfälle registriert. ([Deutschlandfunk](#))

◆ 1. Induktiv: Vom **Einzelfall zur Programmatik**

👤 Ausgangspunkt: Die persönliche Geschichte von Frau K. in Bilk

📍 Kernpunkte für die Kommunalpolitik:

1. Kurzfristig:

Hitze-Hilfen und konkrete Unterstützung im Alltag

- Aufbau eines **Hitzetelefons** oder Netzwerks, das gefährdete Menschen im Sommer kontaktiert
- Ausgabe kostenloser **Hitzeschutzpakete** (z. B. Ventilator, Trinkhilfen, Infomaterial)
- Zusammenarbeit mit Apotheken, Hausärzten, Pflegediensten

2. Langfristig:

Wohnquartiere klimaresilient umbauen

- Förderung von **Dachbegrünung und Fassadenbegrünung** (auch durch Zuschüsse)
- Priorisierung von **Entsiegelung und Stadtgrün** in dicht bebauten Vierteln wie Bilk
- Integration von **Hitzeschutz in Bebauungspläne** und Sanierungsvorgaben

Deduktiver Aufbau

*Ich fange mit
mit Fakten/Daten
und der Gesamtlage
an und nehme
dann Einzelfall
als Beispiel.*



◆ 2. Deduktiv: Von der **Datenlage** zum **Einzelfall**

Datenlage: Klimawandel und Hitzestress in Düsseldorf

- **Erhöhte Temperaturen in Städten:** Städtische Gebiete wie Düsseldorf verzeichnen aufgrund des Urban Heat Island-Effekts höhere Temperaturen als ländliche Regionen.
- **Steigende Zahl von Hitzetagen:** Die Anzahl der Tage mit Temperaturen über 30 °C hat in den letzten Jahren zugenommen, was zu einer höheren Belastung für die Bevölkerung führt. ([Land NRW](#))
- **Gesundheitliche Risiken:** Hitzewellen führen zu einer erhöhten Sterblichkeit, insbesondere bei älteren Menschen mit Vorerkrankungen. ([Wikipedia](#))

Einzelfall: Frau K. aus Düsseldorf-Bilk

Frau K., 82 Jahre alt, lebt allein in einer Dachgeschosswohnung im hochverdichteten Stadtteil Bilk. Im Frühjahr und Sommer kämpft sie mit der Hitze und hoher Luftfeuchtigkeit in ihrer Wohnung, die sich stark aufheizt. Trotz Lüften am Morgen und tagsüber geschlossenen und verdunkelten Fenstern steigen die Temperaturen oft über 30 °C. An besonders heißen Tagen fühlt sie sich schwach und schwindelig, traut sich kaum noch vor die Tür und hat Schwierigkeiten, ausreichend zu trinken.

**Fiktives Beispiel mit Unterstützung von ChatGPT erstellt.*

◆ 2. Deduktiv – Von der **Datenlage zur Programmatik**

 **Ausgangspunkt: Klimadaten, Mortalitätszahlen, Urban-Heat-Effekt**

 **Kernpunkte für die Kommunalpolitik:**

1. Kurzfristig:

Öffentliche Räume aktiv gegen Hitze und Luftfeuchtigkeit wappnen

- Einrichtung von **temporären Schatteninseln**, Sprühnebelanlagen, mobilen Trinkbrunnen
- Verlängerung der **Öffnungszeiten von kühlen Orten** (z. B. Bibliotheken, Bürgerzentren)

2. Langfristig:

Verbindliche kommunale Hitzeaktionspläne und -Monitoring

- Entwicklung eines **Hitzeaktionsplans für Düsseldorf**, abgestimmt auf vulnerable Gruppen
- Einführung eines **lokalen Hitzemonitorings** in Zusammenarbeit mit Gesundheitsämtern
- Verankerung von **Schutz gegen Hitze und Luftfeuchtigkeit im kommunalen Klimaanpassungskonzept**

Kommunalpolitische Ansätze: Induktiv vs. Deduktiv

INDUKTIV



Ausgangspunkt: die persönliche Geschichte von Frau K. aus Dusseldorf-Bilk

Kurzfristig: Hitze-Hilfen und konkrete Unterstützung im Alltag

- Aufbau eines Hitzetelefons und Ausgabe von kostenlosen Hitzeschutzpaketen
- Zusammenarbeit mit Apotheken, Hausärztinnen, Pflegediensten

Langfristig: Wohnquartiere klimaresilient umbauen

- Förderung von Dach- und Fassadenbegrünung
- Priorisierung von Entsiegelung und Stadtgrün

DEDUKTIV



Ausgangspunkt: Klimadaten, Mortalitätszahlen, Urban-Heat-Effekt

Kurzfristig: Öffentliche Räume aktiv gegen Hitze wappnen

- Einrichtung von temporären und mobilen Trinkbrunnen
- Verlängerung der Öffnungszeiten kühler Orte

Langfristig: Verbindliche kommunale Hitzeaktionspläne und -Monitoring

- Entwicklung eines Hitzeaktionsplans für Dusseldorf

SMARTPHONE **CONTENTPRODUKTION**

KAMERAS, MIKROPHONE



Angelo Chiacchio

PRODUCTION

INSTANT



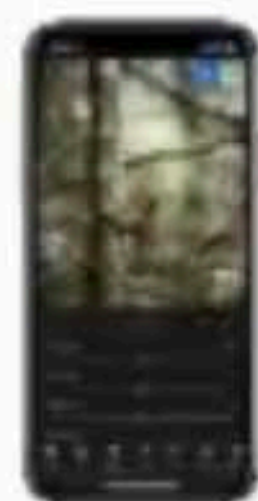
ON THE GO



TAKE YOUR TIME



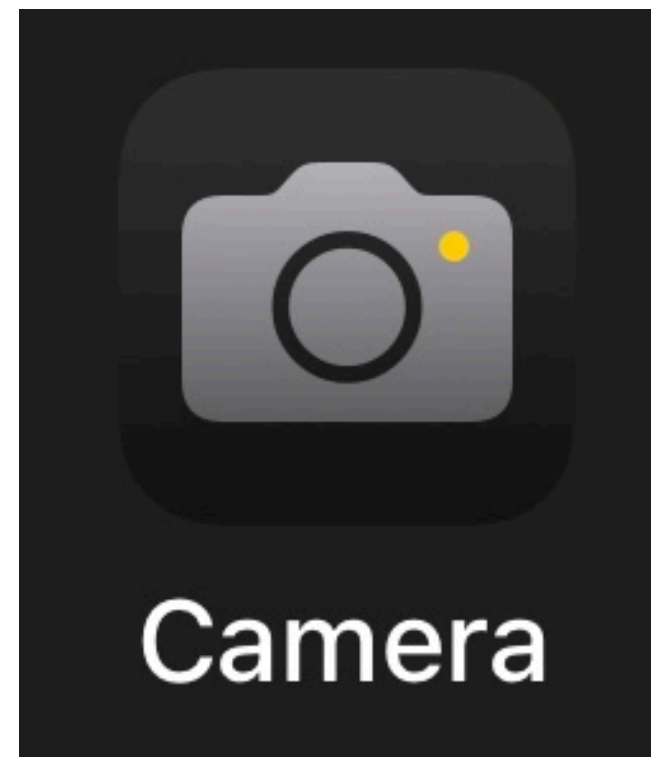
POST
PRODUCTION



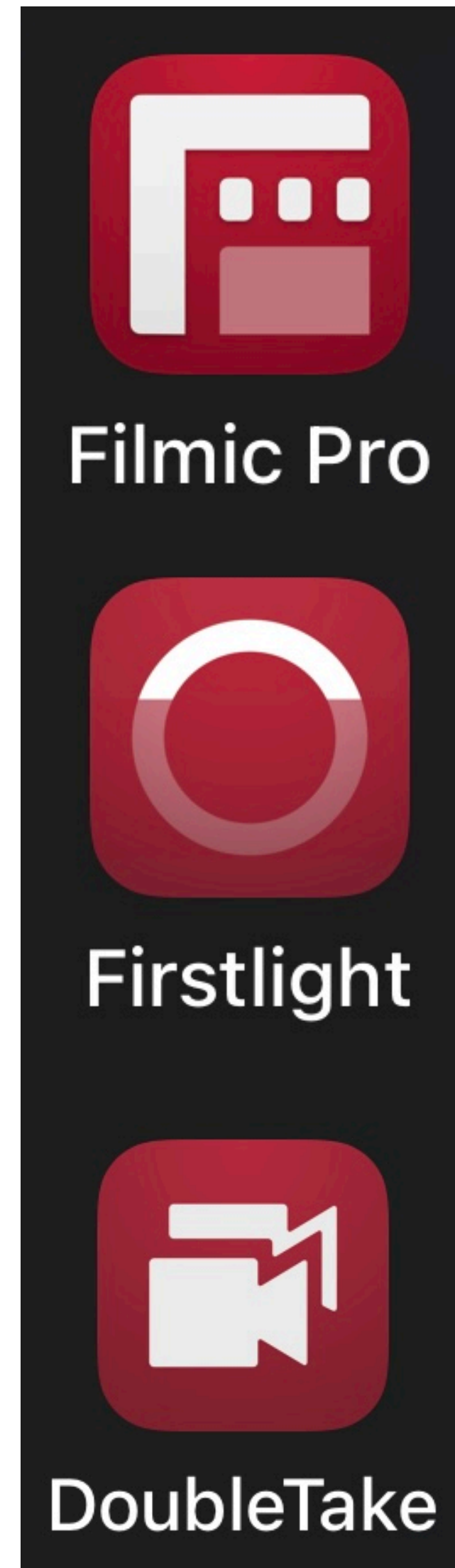
KAMERAS

Visuelle Produktion

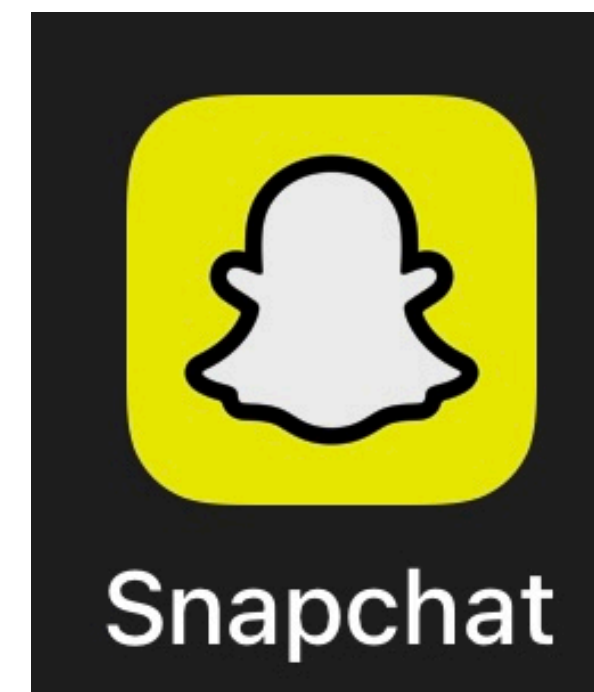
Eingebaut im Smartphone



Kamera-Apps



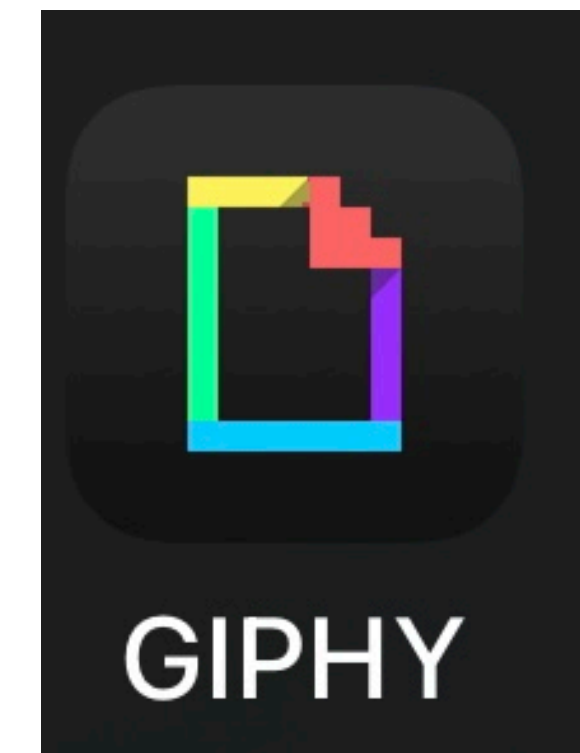
Kamera-App und Postproduktion



Gimbal-Steuerungs-App und Postproduktion



Giphy-Kamera-App



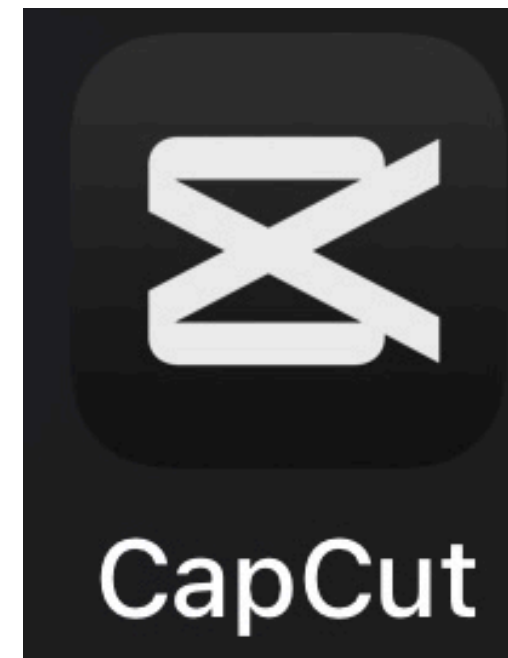
PHOTOGESCHICHTEN ERZÄHLEN

Fotografische Postproduktion

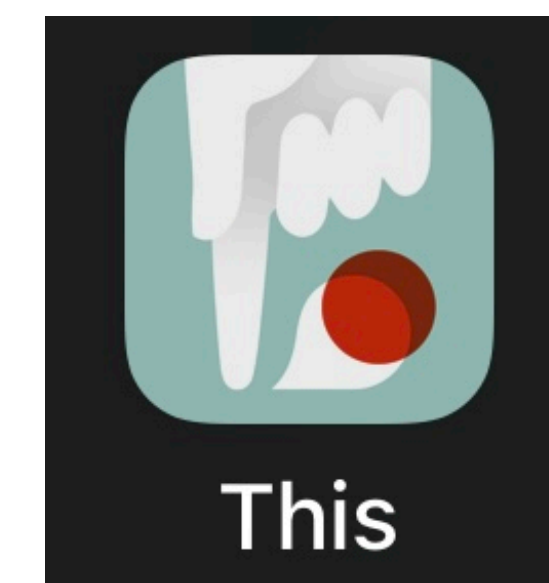
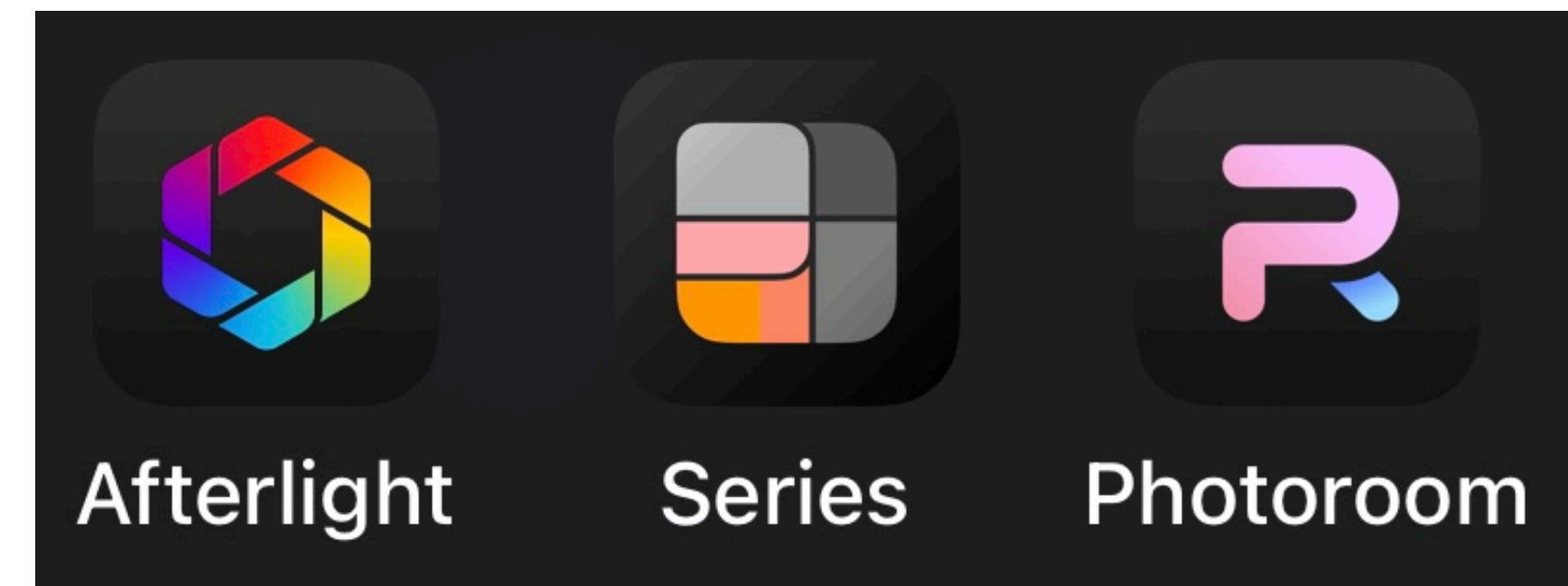
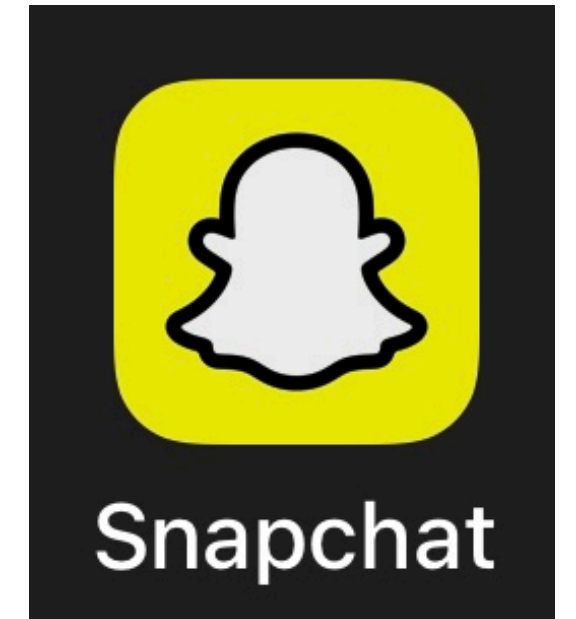
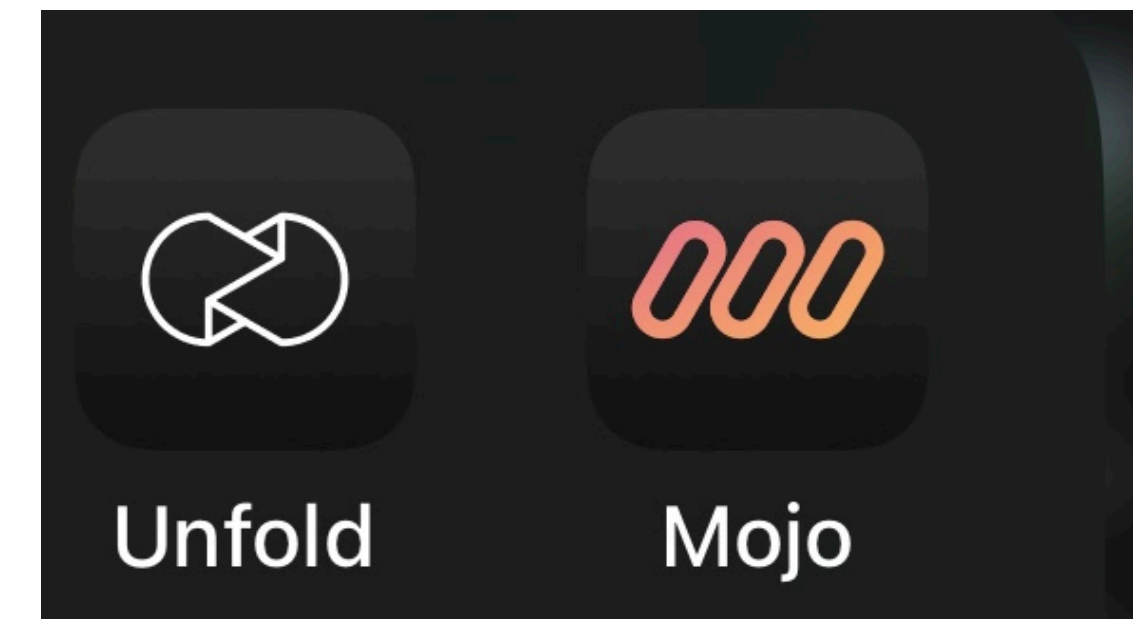
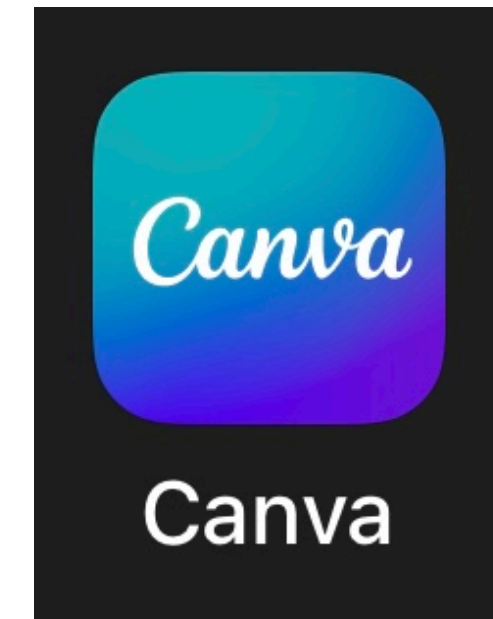
Eingebaut im Smartphone



Fotobearbeitungs-App



Fotodesign-Apps



VIDEOGESCHICHTEN ERZÄHLEN

Audio-/Videografische Postproduktion



LumaFusion



iMovie



KineMaster



Premiere Rush



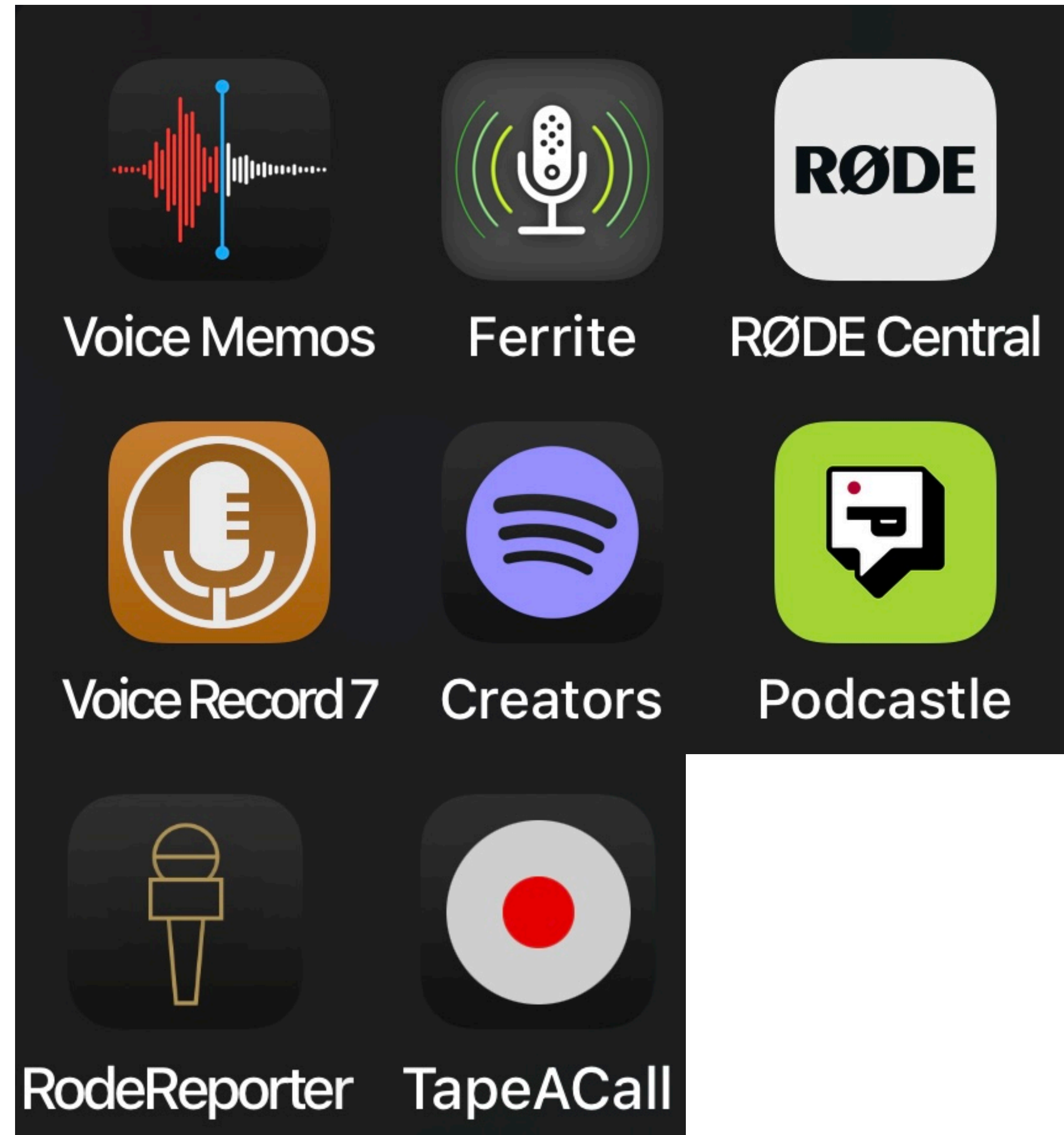
CapCut



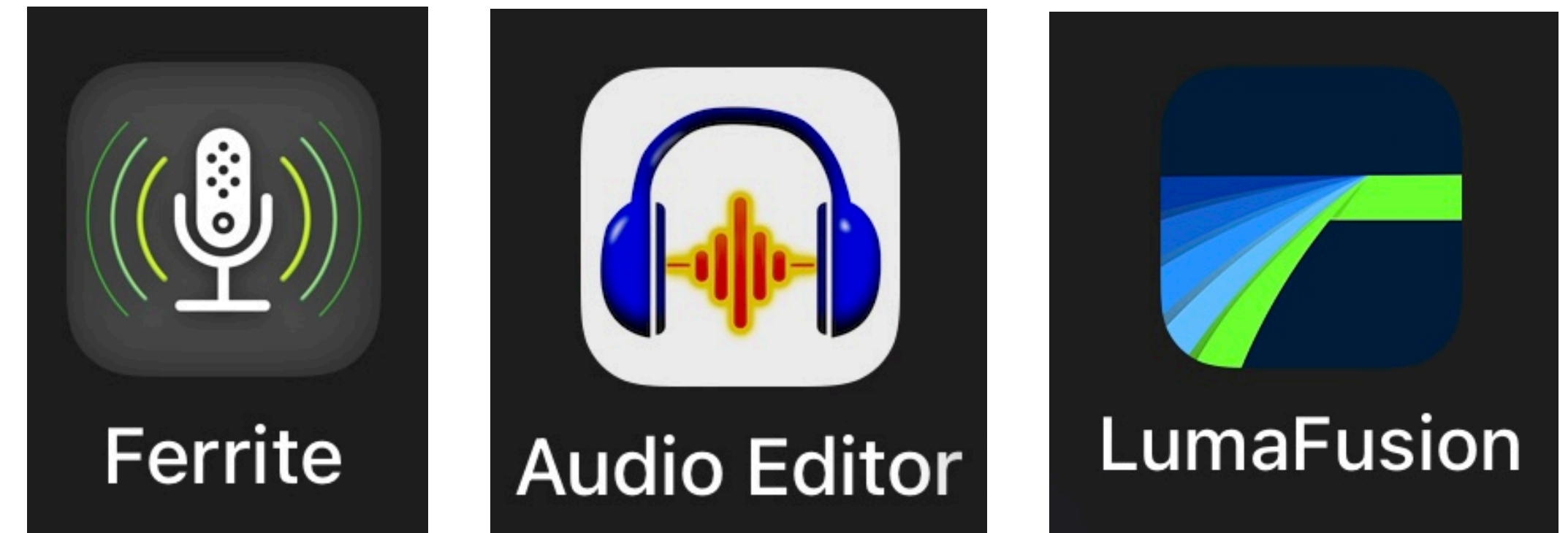
Edits

AUDIOGESCHICHTEN ERZÄHLEN

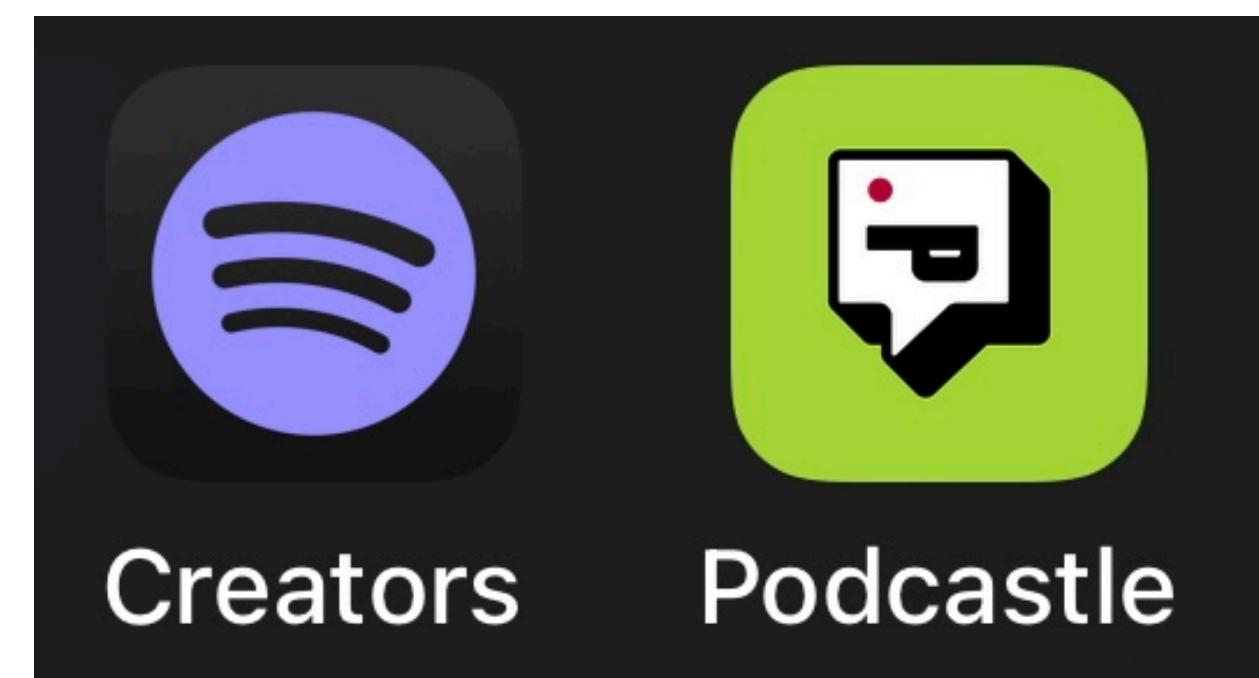
Audioaufnahmen



Audio-Postproduktion



Podcast-Produktion



Audio-Studio (iOS)



CHECKLISTE

Cross-mediale Konzeption

- Plane drei **Phasen** einer Geschichte/Ereignisses: **vorher - während - nachher**.
- Kenne die **Kontaktpunkte** Deiner Zielgruppen und plane Medienformate dafür.
- Nimm immer “**alles in einem**” auf und produziere von vornherein für alle Medienformate, die Du auf einer **langen Zeitstrecke** bespielen willst.
- Mache Dich mit Deinem **Smartphone** vertraut und lerne, es auf professionellem Niveau anzuwenden. Dann sparst Du viel Zeit und arbeitest von vornherein mit der **audiovisuellen Grammatik**, die auch Deine Zielgruppen kennen und anwenden.
- **Erzähle** so oft es geht **Datengeschichten**, weil sie konkret und glaubwürdig sind, und gib ihnen ein Gesicht = einen Einzelfall. Wende die **induktive oder deduktive Vorgehensweise** an, weil sie im kollektiven Gedächtnis verankert sind.

Das war unser 3-teiliges SPD.ON-Lab

“Storytelling in der politischen Kommunikation”

Lab 1 Grundlagen des **digitalen Geschichtenerzählens**

Lab 2 Geschichten **format-spezifisch** erzählen und umsetzen

Lab 3 Geschichten **cross-medial** entwickeln