Evangelische Medienakademie
Kommunikationswerk
der Nordkirche

Digitales Storytelling - Grundlagen Konzeption

Kursnummer: 2513
Zeitraum: 10.11.2025 - 01.12.2025
Preis: 270 €

Das 6-teilige Online-Seminar-Programm findet statt von Mo, 10. November – Mo, 1. Dezember 2025.

Die synchrone Einheit findet **Montag und Mittwoch von 17:00-19:30 Uhr** über Zoom statt.

Alle 6 Termine der Online-Seminar-Reihe auf einen Blick:

Block 1: Montag, 10.11.
Block 2: Mittwoch, 12.11.
Block 3: Montag, 17.11.

(Mittwoch 19.11. entfällt wegen Buß- und Bettag)
Block 4: Montag, 24.11.
Block 5: Mittwoch, 26.11.
Block 6: Montag, 01.12.

Sie erhalten nach jeder synchronen Einheit eine weiterführende Selbstlernaufgabe. Wir weisen darauf hin, dass Sie sich idealerweise ausreichend Bearbeitungs- und Recherchezeit, durchschnittlich ca. 2,5 Stunden pro Aufgabe, einplanen. So können Sie den Praxistransfer optimal für sich selbst nutzen und von der Nachbesprechung bei der folgenden synchronen Einheit noch besser profitieren.

Kursbeschreibung

Geschichten transportieren Gefühle und Informationen. Deshalb möchten auch Organisationen, von den Medienhäusern über Firmen, NGOs, bis hin zu Museen, ihre Geschichten erzählen. Wie diese Geschichten im Internet verständlich, einfach und unterhaltsam aufbereitet werden können und wie unterschiedliche Erzähl-Elemente geschickt miteinander verknüpft und zu einer Geschichte mit rotem Faden werden, lernen Sie in diesem sechsteiligen Online-Format Konzeption Digitales Storytelling.

Wesentliche Grundlagen für ein erfolgreiches Storytelling im digitalen Raum ist die Zielsetzung für die Story, die Fokussierung auf Ihre User*innen, ein starkes Denken aus der Nutzerperspektive sowie eine gut durchdachte Erzählstrategie. In diesem Kurs lernen Sie, wie Sie multimediale Geschichten aufbauen und einen roten Faden durch die verschiedenen Darstellungsformen weben. Sie lernen die unterschiedlichen Erzähl-Elemente abwechslungsreich und lebendig miteinander zu kombinieren und setzen sich mit verschiedenen Ausspielplattformen und Optionen auseinander.

Weiterhin lernen Sie, was Sie für Ihre Themenfindung, Planung und auch Umsetzung berücksichtigen müssen. Über die Dauer des Kurses werden Sie werden Sie ein eigenes Projekt konzipieren sowie exemplarisch auf der Plattform Ihrer Wahl umsetzen. Je nach Thema und Vorkenntnissen können Sie dabei neue Content Elemente erstellen oder auf bestehendes Material zurückgreifen.

Programm

Block 1: Was ist digitales Storytelling?

- Einführung Storytelling

- Digitale Geschichten erzählen
- Kanäle und deren Eignung
- Erzähl-Elemente (bspw. Text, Video, Foto, Grafik, VR, AR)
- Aus Info-Happen setzen sich Geschichten zusammen

Block 2: Die eigene Geschichte erzählen – Themenfindung

- Botschaft formulieren
- Wie finde ich ein Thema?
- Wer ist meine Zielgruppe?
- Handlung entwickeln, Dramaturgie festlegen
- Wer sind meine Protagonisten?
- Was brauche ich für meine Geschichte

In diesem Block legen Sie sich fest: Entweder bearbeiten Sie eine eigene Themenstellung für einen individuellen Beitrag oder Sie bearbeiten eine Aufgabenstellung der Trainerin

Block 3: Planung ist alles – Konzeption der Story

- Vorstellung verschiedener Plattformen: Was macht Sinn für das Projekt?
- Team und Infrastruktur
- Ausspielkonzept: Wo läuft wann was?
- Planungstool, wer hat die Übersicht?
- Kampagnenplanung, Ausspielwege, Vernetzung, Verlinkung

Block 4: Umsetzung

- Zeitplan und Deadlines checken
- Drehgenehmigung, evtl. Genehmigung für Drohne
- Rechtliche Dinge für Mitwirkende
- Eigenes Material vs. Fremdmaterial
- Quellen-Check
- Protagonisten finden und einschätzen (Kameraerfahrung, Ausstrahlung)

Block 5: Übung: Der eigene Beitrag

- Rohmaterial sichten, Inhalte produzieren
- Beschriftung, Struktur des Materials
- Teasern (Auf was es ankommt)
- SEO Basics
- Texten für Online – Basics, auf die geachtet werden muss

Block 6: Übungen besprechen und Verbreitungsstrategie auf Social Media

- Stories besprechen
- Welcher Kanal ist für welchen Inhalt geeignet?
- Social Media
- Feedback

Zielgruppe:
(freie) Journalist*innen, Redakteur*innen, Mitarbeiter*innen aus Unternehmenskommunikation und PR-Abteilungen, die ihre Themen multimedial aufbereiten wollen.

Voraussetzungen:

Idealweise verfügen die Teilnehmer*innen des Kurses über eine Basis-Kompetenz, um digitale Inhalte zu erstellen (Bild, Audio & Video).