



INHALT:

Das Seminar dient dem Erwerb von Fachwissen zu **Erzählpraktiken und deren Nutzbarmachung für Kulturmarketing**. Meine Vermittlung dieser kommunikativen Schlüsselkompetenz zielt auf einen flexiblen und situativen Einsatz in den unterschiedlichen Aufgabenbereichen von Kulturschaffenden ab.

Wir lernen **Storytelling als einen "Werkzeugkasten"** kennen, an dem ihr euch nach Bedarf bedienen könnt. Kommunikative Instrumente, wie bswp. narrative Archetypen oder transmediale Erzählstrategien können modifiziert und so an die individuellen Bedürfnisse eures Projekts angepasst werden.

Professionalisiert eure Kommunikation und **erreicht eure Leute!**



METHODE:

Die Herangehensweise vereint theoretisches Wissen aus der Kultursemiotik, Kommunikations- und Medienwissenschaft mit den Arbeitspraktiken im Kulturmarketing: **Zielgruppendefinition, Markenbildung, (Social Media-)Redaktionspläne, Inhaltsentwicklung, Antragstellungen oder Press Kits** – all diese Vorhaben können mithilfe von Storytelling kompetent umgesetzt werden!

Für Kulturmarketing eignet sich der gezielte Einsatz von Storytelling besonders gut, um künstlerische Positionen in der Kommunikationsstrategie eines Kulturprojekts fortzusetzen. Das Ziel ist dabei immer eine **Synergie der kreativen Identität eures Kulturprojekts und eurer „Erzählweise“**, also der Vermittlung relevanter Infos an die Adressaten. Es geht dabei nicht um eine marktwirtschaftlich orientierte (Neu-)Ausrichtung des Projekts, sondern um seine Einbettung in wirtschaftlich nachhaltige Organisationsstrukturen.



AUFBAU:

- 1. Storytelling Basiswissen**
(Sequenz & Teleologie)
- 2. Narrative Kriterien**
(Tellership, Tellability, Linearität)
- 3. Interaktivität**
(Sender-Empfänger-Modell vs. dialogisierte Erzählpraktiken)
- 4. Intermodale Kohärenz**
(Medienkonvergenz & Transmedialität)
- 5. Einbindung ins Kulturmarketing**
(Handlungsempfehlung: Authentizität & Timing)



FAQ:

Q: Brauchen wir Vorkenntnisse in Marketing und Kommunikation?

A: Nein, es handelt sich um eine Einführung in Storytelling und dessen Einsatz im Kulturmarketing, aber vorhandene Vorkenntnisse können einbezogen werden!

Q: Brauchen wir Material oder bekommen wir welches?

A: Im Vorfeld erhaltet ihr Material von mir, mit dem ihr euch auf den Workshop vorbereiten und so eure Zeit optimal nutzen könnt.

Es empfiehlt sich außerdem, vorhandenes Material (Bildmaterial, Online-Präsenz etc.) bereitzuhalten, damit wir möglichst konkret an eurer Situation anknüpfen!

Q: Kann der Workshop online oder in Präsenz durchgeführt werden?

A: Beides ist möglich.

Gerne berate ich euch kostenlos per Telefon, E-Mail oder Chat!