

# Digitales Storytelling

Storytelling, also das "Geschichten erzählen", ist eine Methode, komplexe Inhalte mit Hilfe von realen oder konstruierten Geschichten anschaulich darzustellen. Über das Storytelling können Inhalte zielgruppengerecht an Rezipient\*innen vermittelt werden.

Mit Hilfe erzählerischer Elemente werden Informationen "übersetzt", sodass das Publikum den Sachverhalt leichter erfassen kann.

Werden die Erzählungen im Web bzw. über mobile Endgeräte transportiert, spricht man von digitalem Storytelling. Das digitale Storytelling kann in digitalen Anwendungen genutzt werden, um die verschiedenen Medien in einen Kontext zu setzen und für die Rezipient\*innen miteinander in Verbindung zu bringen. Da die Nutzungsgewohnheiten mit einem mobilen Endgerät anders sind als in einem physischen Museumsraum ist es ratsam, die Inhalte im Vorhinein sorgfältig auszuwählen.

Auch das Konzept der Geschichte sollte dabei auf die Rezeptions- und Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe ausgerichtet sein. Nachfolgend gelistete Kriterien helfen dabei, den Grundstein für eine digitale Story zu legen und stellen zentrale Konzepte des Storytellings vor.

## Grundsätze

- Die Zielgruppe der Geschichte ist klar definiert.
- Ein durchgehender roter Faden ist erkennbar.
- Zuhörende werden emotional angesprochen und einbezogen.
- Ein Wechsel der Örtlichkeit (z.B. Raum/Stockwerk) wird den Nutzenden zwar angekündigt, reißt sie aber nicht aus der Handlung.

*Die folgenden Grundsatzfragen, Leitsätze und Hinweise können dabei helfen, die Geschichte zu konzipieren.*

## **Grundsatzfragen**

- Welche Geschichte(n) möchten Sie im Rahmen der Führungslinien (und Rundgänge) erzählen? Skizzieren Sie Ihre Ideen.
- Warum möchten Sie genau diese Geschichte(n) erzählen?
- Warum sollte das Ihre Zielgruppe interessieren?
- Welche Emotionen liefern Sie Ihrer Zielgruppe?
- Wie gewinnen und halten Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe?

## **Leitsätze zur Usability**

- Verschiedene Zielgruppen nutzen die digitale Anwendung. Versetzen Sie sich bei Erstellung und Pflege in deren Rolle und deren Informationsbedürfnis
- Holen Sie sich Inspiration bei anderen Apps aus dem musealen bzw. Kulturbereich.
- Nutzende lesen Texte in digitalen Anwendungen nicht, sie überfliegen sie.
- Nutzende beschäftigen sich nicht damit, wie etwas funktionieren soll, sie probieren sich durch.
- "Don't make me think!" (dt. "Bring mich nicht zum Nachdenken!")
- Testen Sie die digitale Anwendung auf Benutzbarkeit und Verständlichkeit mit mindestens fünf Personen.

Usability beschreibt die **Nutzerfreundlichkeit**.  
Sie spiegelt Erfahrungswerte beim digitalen Storytelling wider und kann dabei helfen, das Konzept der Geschichte im Vorhinein zu durchdenken.

*Hinterfragen Sie gegebenenfalls, ob die vorhandenen Medien sich für die Geschichte eignen oder ggf. überarbeitet werden sollten.*

## **Sprache**

- Zielgruppengerechte Sprache
- Die vorgesehene Sprache (z.B. Deutsch oder Englisch) wird durchgängig verwendet.
- Verständlich-präzise Wortwahl, keine Schachtelsätze
- Angemessene, respektvolle Sprachwahl
- Fremdworte werden erklärt und schwierige Inhalte ggf. mit Beispielen hinterlegt.
- Korrekte Rechtschreibung und Zeichensetzung

## **Inhalte**

- Inhalte werden verständlich und anregend vermittelt.
- Die Erzählung nutzt essentielle Elemente (Akteur\*innen, Ereignisse, zeitlichen und räumlichen Rahmen) für ihren Aufbau.
- Erzählperspektiven werden gezielt eingesetzt.
- Spannungsbögen strukturieren den Inhalt.
- Die Erzählung bietet den Rezipient\*innen Anknüpfungspunkte für ihre Emotionen und Erfahrungen.
- Innerhalb der digitalen Anwendung sind nur relevante Inhalte platziert.
- Inhalte bauen logisch aufeinander auf.
- Multimediale Inhalte sind auf Notwendigkeit überprüft und nicht lediglich 'Dekoration'.
- Sprechende Bildunterschriften und Quellenangabe sind bei jedem Bild vorhanden.

## Texte

- Texte sind in kürzere Absätze gegliedert.
- Texte werden optisch ansprechend strukturiert.
- Aussagekräftige Hauptüberschriften sind formuliert.
- Zwischenüberschriften können das Überfliegen erleichtern.
- Kein Blocksatz
- Kein zentrierter Text



Diese und mehr nützliche Informationen werden im fabulAPP Programm vermittelt. Der zweite fabulAPP-Workshop "Digitales Storytelling im Museum" beschäftigt sich ausführlich mit den Möglichkeiten und Methoden des digitalen Storytellings für die digitale Anwendung.

Gemeinsam mit anderen Museen arbeiten Sie an Ihrem eigenen Konzept und werden auf Ihrem Weg zur digitalen Anwendung von Experten begleitet. Schlussendlich setzen Sie Ihre eigene App mit Hilfe des KULDIG AppCreator um. Das fabulAPP Programm ist speziell konzipiert für kleinere Museen und ist entsprechend kostengünstiger als die Nutzung des KULDIG AppCreator. Für mehr Informationen oder um sich für fabulAPP zu bewerben nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf.

Oder werfen Sie einen Blick in die Demoversion des AppCreator:  
<https://kuldig.de/register-for-fabulapp-appcreator.html>

### **Ansprechpartnerin:**

**Lea-Tasmin Riedel**

Tel. 0173 29 49 472

lea-tasmin.riedel@droidsolutions.de