

Neue Medien und Narrative für den sozial-ökologischen Wandel

Anne Gudurat | Thomas Klein

ANU-Tagung zur Transformation von unten –
Vom Handeln zum Wissen, 3./4. Februar 2017, Leipzig

5 Aspekte & ihre Potentiale

A man in a black puffer jacket is looking down at his smartphone in a crowded city street. The background shows buildings, a 'GAP' sign, and other pedestrians. The text '#mobil' is overlaid in pink.


#mobil

#mobil

- Smartphones sind das meist genutzte Gerät für den Internetzugang
- Hauptsächlich über Apps
- Begrenzte Lesbarkeit und Bedienbarkeit
- kurze Aufmerksamkeitsspanne

Warum nicht einfach...?

- Responsive (=mobile) Website
- Texte auf das Wesentliche kürzen
- Facebook-Fanpage und Inhalte als Posts – also ein teilbares Bild mit kurzem Text – „verpacken“ und verbreiten
- gängige Apps nutzen, z.B. WhatsApp für den direkten Kontakt

A close-up photograph of a man's face, focusing on his eyes and nose. He is wearing dark, rectangular sunglasses. The background is a blurred greenish-grey. Overlaid on the image is a large, bright pink hashtag.

#visuell

4GIFS.com

Quelle: <http://www.4gifs.com>

#visuell

- Mehr Bilder und Videos werden kommuniziert und „gelesen“
- Beispiele: YouTube, FB Posts, Instagram, Snapchat
- Bildinformationen werden schneller verarbeitet und intuitiver verstanden
- transportieren Emotionen, sprechen das Unterbewusstsein an

Warum nicht einfach...?

Mehr Bilder!

Hochwertige, ansprechende Fotos eigener Projekte machen bzw. lizenzfreie Bilder verwenden, evtl. Fotogalerien (Instagram)

Wissen via YouTube

Schöne, kleine How-to-Videos drehen und auf YouTube veröffentlichen bzw. auf eigenen Kanälen einbinden



#suchen #und
#gefundenwerden

#suchen und gefundenwerden

- Suchmaschinen sind das wichtigste Navigations-Tool im Internet
- Durch die organische Suche werden Inhalte nicht unbedingt auf der Originalseite bzw. selten in einer vorgegebenen Reihenfolge/ Anordnung gelesen
- Gefunden werden ist die Herausforderung

Warum nicht einfach...?

SEO – Search Engine Optimization

- formal korrekte, barrierefreie Website
- Verwendung der richtigen Schlagwörter
- Vernetzung mit eigenen und verwandten, relevanten Seiten via Links (Eintragungen in Maps, Event-Kalendern, ...)
- interessante, einzigartige und auf die Zielgruppe zugeschnittene Inhalte



#social

#social

Soziale Medien = Plattformen und Technologien, über die Nutzer eigene Inhalte erstellen und sich austauschen können

Demokratisch many-to-many, keine Content-Hoheit

Dialog durch Kommentare, Bewertungen, Empfehlungen, Chats und Messenger

Persönlich durch Absender

Netzwerkeffekte führen zu schneller Verbreitung

Warum nicht einfach...?

- Die richtigen Medien wählen: Wo finde ich meine Zielgruppe? Wie und was will ich kommunizieren? Sei du selbst!
- Alle meine Kanäle miteinander vernetzen
- Informationen müssen teilbar sein
- Posts ansprechend und relevant gestalten, bestenfalls werden sie geteilt (FB Algorithmus: Affinität, Wichtigkeit, Alter)
- Auf Dialog einlassen



#stories

#stories

- in der Masse der (Online-)Inhalte und Botschaften, die uns täglich durch Werbung, Nachrichten, Medien und Gespräche erreichen, ist es schwer die **Aufmerksamkeit** zu gewinnen und im **Gedächtnis** zu bleiben
- **Relevanz!** (was interessiert die Menschen? Welche Inhalte biete ich ihnen an?)
- **Auffindbarkeit** mit den richtigen Schlagworten

Storytelling

- Geschichten dienen als Vehikel, Botschaften so zu verpacken, dass sie von der Zielgruppe intuitiv verstanden werden und sie emotional ansprechen
- Schafft Nähe, Identifikation, Empathie
- Schafft Bindung durch Unterhaltung und Spannung... wie geht's weiter?
- Emotionale Erfahrungen wirken stärker als reine Fakten

Narrative

- Ein Narrativ ist eine kollektive gesellschaftliche Erzählung, die keinem einzelnen Autor zugerechnet werden kann
- größere erzählerische Stränge, um komplexe Themen wie den Klimawandel, Globalisierung usw. greifbarer zu machen

WWF #LastSelfie



better
take a
screenshot
this could
be my
#lastSelfie

HJÆLP OS MED AT REDDE GORILLAEN!
BLIV MEDLEM PÅ WWF.DK



Don't let
this be my
#LastSelfie

HJÆLP OS MED AT REDDE TIGEREN
BLIV MEDLEM PÅ WWF.DK



Don't let
this be my
#LastSelfie

HJÆLP OS, SEND SMS
TIL 1231



SMS koster 100 kr. + moms, betalt. Ved afbestilling af SMS giver
A-tilbudet til WWF og WWF.dk en bidrag til miljøarbejde.


Zentrum Demokratische Kultur – Rechts gegen Rechts



Hornbach

HORNBACH - Sag es mit Deinem Projekt | Online-Spot

**Sag es mit
Deinem Projekt.**

A woman in a dark coat and bag stands in a garden, looking at a man in a white shirt painting a house. A ladder is leaning against the house, and a white tarp is on the ground.

#praxistest

Aufgabe eins

Eine Anwohnerinitiative gründet einen
Gemeinschaftsgarten auf einer Brache im Viertel und
ruft zur Mitarbeit auf.

Ziel: Motivation, Bekanntmachung

#mobil

#visuell

#content

#suchmaschine

#social

Kommunikations- Baukasten

ANU-Kommunikationsbaukasten

www.umweltbildung.de/transformation-diy-medien

Ziel Kommunikationshilfe und Schaffung eines gemeinsamen Erscheinungsbildes

Inhalte Animated Gifs + DIY Anleitung, Film „Moosgraffiti“, Textbausteine und Designvorlagen für Flyer, Postkarten, Sticker und Plakate in [Canva](#)

Aufgabe **zwei**

Gruppenarbeit:

Unsere Anwohnerinitiative lädt zum ersten **Mitmachttag** ein.

Gestaltet ein Plakat mit dem Online-Tool Canva.

Zugänge

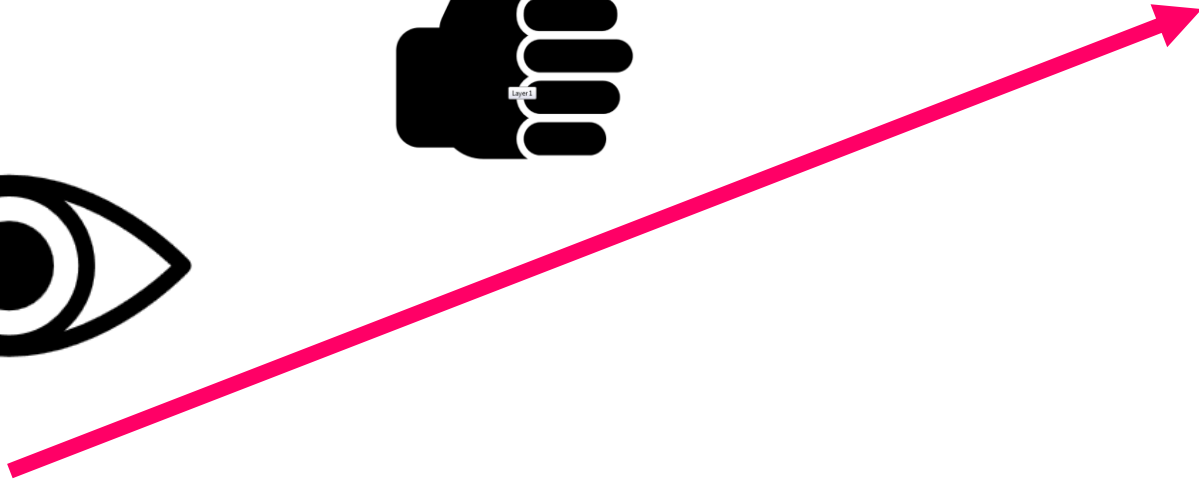
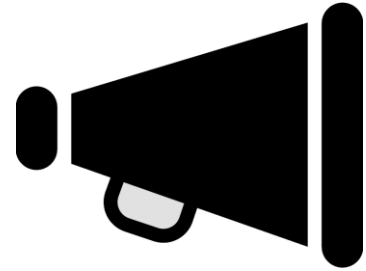
W-Lan

Kubus, Passwort: 25jahrejubilaeeumbasachsen

Canva: www.canva.com

1. canva1@anu.de, Passwort: Trafo1GastANU
2. canva2@anu.de, Passwort: Trafo1GastANU
3. canva3@anu.de, Passwort: Trafo3GastANU,
4. canva4@anu.de, Passwort: Trafo4GastANU
5. canva5@anu.de, Passwort: Trafo5GastANU

Auswertung



Kaffee!

Anhang | Nützliche Tools

Lizenzfreie Fotos und Creative Commons

- Wikimedia Commons <https://commons.wikimedia.org>
- Creative Commons bei Flickr <https://www.flickr.com>
- Google Bildersuche bei erweiterten Sucheinstellungen kann nach Lizenz gesucht werden
- Pixabay <https://pixabay.com/de>
- Pexels <https://www.pexels.com>
- Stocksnap <https://stocksnap.io>
- Unsplash <https://unsplash.com>
- Stockdata <https://stockata.de>
- Gratisography <http://www.gratisography.com>

Vektorgrafiken:

- Vecteezy <https://www.vecteezy.com>
- Flaticon <http://www.flaticon.com>

Anhang | Nützliche Tools

Bildbearbeitung

Paint.net

Kostenloses Bildbearbeitungsprogramm

Adobe Spark

Kostenlose Multimedia-Tools zur Aufbereitung von Social Posts (Spark Post), Websites/Blogs (Spark Page) und animierte Videos (Spark Video). Nutzung im Browser oder als App (aktuell nur iOS)

<https://spark.adobe.com>

Anhang | Nützliche Tools

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Google SEO-Anleitung

<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.de/de/de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf>

Google Trends

Zeigt aktuelle Trends bei Suchanfragen. Eigene Suchbegriffe können im zeitlichen Verlauf und nach Region untersucht werden (gibt grobe Orientierung).

<https://www.google.de/trends/>

Google AdWords Keyword-Planner

Was sucht die Zielgruppe in Bezug auf mein Thema? Zu einem eigenen Suchwort können inhaltlich ähnliche bzw. relevante Suchanfragen mit jeweiliger Häufigkeit pro Monat abgerufen werden. (Hierzu muss ein Google AdWords-Konto angelegt werden.)

<https://adwords.google.com/KeywordPlanner>