

## OTScconnect: „In Videos darf es menscheln“



<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/15217> Im Bild von links nach rechts: Alexander Raffener (Moderation), Stefan Kern (APA-OTS), Ines Häufner (freischaffende Filmdramaturgin), Birgit Hajek (Digitalagentur Netural) und Paul Batruel (Videoredakteur, Kurier)

Credit: APA-OTS/APA-Fotoservice/Tesarek  
Fotograf: Heinz Stephan Tesarek

Utl.: Branchenfrühstück von APA-OTS zu visuellem Storytelling -  
Empathie in guten Geschichten unerlässlich - Mehrwert für User  
muss deutlich werden =

Wien (OTS) - Visuelles Storytelling wird derzeit als heißer Trend in der Marketing- und Kommunikationsbranche ausgerufen. Ziel ist es, Interesse zu wecken, die Empfänger zu begeistern und zum „Teilen“ anzuregen. Doch was genau macht gutes Storytelling aus? Eine Expertenrunde aus dem Social Media- und Videobereich sowie aus der Filmdramaturgie ging heute, Mittwochvormittag, bei der OTScconnect im Radiokulturhaus auf die Stärken von visuellem Storytelling ein und gab Anregungen, wie Kommunikation und Medien dieses Element in ihre Aktivitäten integrieren können.

Wer Geschichten gut erzählt, kann seine Zielgruppe auch dann erreichen und begeistern, wenn die Aufmerksamkeitsspanne ab- und die Informationsflut zunimmt. Dabei ist Professionalität bei einem Handyvideo genauso ausschlaggebend wie bei einer aufwändigen Reportage. „Hinter dem Video muss ein professionelles Konzept stehen, die Bildsprache muss die der Zielgruppe sein“, brachte es Paul Batruel, Videoredakteur bei kurier.at, eingangs auf den Punkt. Dieses Konzept oder Drehbuch beinhaltet nach Ines Häufner, freischaffende Filmdramaturgin und Story Consultant, „einen Aufhänger, Emotionen, eine Heldenreise und damit einen roten Faden und nicht zuletzt eine Strategie bzw. Absicht des Protagonisten. Zudem ist in gute Geschichten oft auch das Scheitern bzw. ein Konflikt eingebaut“. In ihrem „Plädoyer für Empathie und Emotionen“ machte Häufner deutlich, dass es essenziell sei, dass Geschichten ein hohes

Identifikationspotenzial aufweisen und dass der Zielgruppe „auf Augenhöhe“ begegnet wird. „Es darf in der Tat menscheln, auch wenn Unternehmen oft davor zurückschrecken und lieber Bullet Points in einem Video abarbeiten. Und ja, man kann den Empathiemuskel trainieren.“

Mit Empathie, einer fesselnden Idee und einer zielgruppengerechten Ansprache schaffe man den „Daumenstopp, wenn wir über unseren Screen am Handy swipen“, zeigte sich Birgit Hajek, Head of Content and Community Unit der Digitalagentur Netural, überzeugt. Als Mitbegründerin der Instagramers Austria, einer Community von Instagram-Enthusiasten in Österreich, riet sie zum „Ausprobieren“: „Gerade im Social-Media-Bereich lässt sich mit Bildern und Videos viel experimentieren“, gleichzeitig erhalte man rasch Feedback und könne so die Strategie optimieren.

„Video kann viel, ist aber kein Wunderding. Es braucht immer eine Geschichte“, konstatierte Stefan Kern, Bewegtbildexperte bei APA-OTS. Dennoch sei es heutzutage „fast schon fahrlässig“, Video in der Kommunikation nicht automatisch mitzudenken. Gerade in der internen Kommunikation vergeben viele Unternehmen das Potenzial, produziertes Videomaterial auch nach innen zu kommunizieren und so die Botschaft über die Mitarbeiter noch zu verstärken.

In Österreich sei das Thema Video noch nicht gänzlich in der Kommunikation angekommen: „Ein Großteil der Presseaussendungen wird noch ohne Videomaterial versandt, und das, wo man um das veränderte Mediennutzungsverhalten eigentlich weiß“, beobachtet Kern. Exakte Vorgaben zur Videolänge gäbe es indes nicht. Die Podiumsrunde war sich allerdings einig, dass sich Mut zum Kürzen auszahle, denn auch vier Sekunden zu einem aktuellen, thematisch relevanten Anlass können Mehrwert transportieren und haben Chance auf Übernahme durch die Medien.

Die gesamte Veranstaltung ist [hier] (<https://service.ots.at/uber-apa-ots/otsconnect/>) nachzuhören.

[Bildergalerie] (<https://www.apa-fotoservice.at/galerie/15217>) zur Veranstaltung

Zwtl.: Über OTSconnect

OTSconnect ist eine von APA-OTS konzipierte Veranstaltungsreihe

für PR-Praktikerinnen und Kommunikationsprofis. Journalistinnen und Journalisten sowie fachliche Experten, Unternehmer und Medienmacher des Landes widmen sich in entspannter Atmosphäre aktuellen Themen aus Information und Kommunikation.

Zwtl.: Über APA-OTS

APA-OTS Originaltext-Service ist der führende Dienstleister in Österreich für die Distribution digitaler PR-Inhalte an Medien und Öffentlichkeit in Text, Bild, Grafik, Audio- und Video-Formaten. Mit innovativen Services unterstützt APA-OTS Kommunikationsprofis bei der Contentproduktion und -verwaltung und der Herstellung von Reichweite und Sichtbarkeit in Medien, Suchmaschinen und Social Media. APA-OTS ist eine 100-prozentige Tochter der APA - Austria Presse Agentur.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

APA - Austria Presse Agentur  
Petra Haller  
Unternehmenssprecherin  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Tel.: +43 (0)1 36060-5710  
[petra.haller@apa.at](mailto:petra.haller@apa.at)  
<http://www.apa.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/412/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0184 2018-10-10/15:36

101536 Okt 18

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20181010\\_OTS0184](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20181010_OTS0184)