



Eyes&EarsEurope

## **Virales Marketing & transmediales Storytelling 20. & 21. Februar 2014 bei DW in Berlin**

Fast täglich hören wir von erfolgreichen Kampagnen im Internet, die sich viral verbreiten. Dabei geht es heute nicht mehr nur um einen Film (Viral), sondern darum die Kampagne crossmedial, multimedial und transmedial zu konzipieren.

Transmediale Kommunikationsstrategien verknüpfen u.a. klassische Medien mit Online- oder Mobile-Plattformen, Netzwerken, Foren, Blogs und Distribution-Channels wie Messenger Dienste, Podcast, Skype, Web-TV, Apps oder Games. Transmediales Storytelling spielt dabei die entscheidende Rolle. Die Konzeption der Story hält die Kampagne zusammen und setzt die entscheidenden Impulse für deren Verbreitung. Die Story stimuliert das Interesse des Users über mehrere Kommunikationskanäle hinweg und wird für jedes Medium idealtypisch gestaltet, fragmentiert und produziert.

Diese Veranstaltung eröffnet neue Perspektiven und zeigt, wie sich virale Gestaltung medienspezifisch entwickelt und umgesetzt wird. Anhand zahlreicher praktischer Beispiele und Übungen erarbeiten Sie Ideen, die den unterschiedlichen Anforderungen der jeweiligen Medien und dem großen Ganzen gerecht werden.

Die Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und DW – Deutsche Welle in Berlin richtet sich insbesondere an Mitarbeiter von Medien- und Kommunikationsunternehmen, (Post-) Produktionshäusern, Design-Studios, Beratungsfirmen sowie Marketing-, Werbe- und Dialogagenturen, die mehr über diese Themen erfahren wollen. Auch allgemein Medieninteressierte, Studenten und Auszubildende sind herzlich willkommen. Die Teilnehmerzahl ist auf **16 Personen begrenzt**.

**Anmeldeschluss: 14. Februar 2014**

### **Dozent**

**Dr. phil. Albert Heiser** studierte Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin. Er arbeitete als Texter und Kreativdirektor bei Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi und Dorland/Grey. Im Jahr 2001 erschien sein erstes Buch über Werbefilme 'Bleiben Sie dran: Konzeption, Produktion und Postproduktion von Werbespots'. Im Februar 2004 kam das Buch 'Nachhaltigkeit in 50 Sekunden' zum Thema Social Spots auf den Markt und im Herbst 2004 erschien 'Das Drehbuch zum Drehbuch: Erzählstrategien für Werbespots, -filme und Virals'. Außerdem wurde 2009 die Publikation 'Bullshit Bingo: Storytelling für Werbetexte' veröffentlicht. Albert Heiser ist Gründer des Creative Game Instituts, wo er als Trainer und Gestalter arbeitet.

## Donnerstag, 20. Februar 2014

- 11.30 **Begrüßung**  
Claus Grimm, Leiter Promotion & Design/Sendeleitung DW, Berlin  
Corinna Kamphausen,  
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied  
Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.45 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 12.00 **Transmediales Erzählen:  
Beispielhafte Kampagnen und  
Einführung in die Erzählstrategie**  
Konzeption & Aufbau von Kampagnen für  
TV/Internet/Mobile/POS
- 13.00 Mittagspause
- 14.00 **Deskriptiv-narrativ**  
Storybausteine & Dramaturgie der kurzen  
Form  
**Gestaltungs- & Beurteilungskriterien  
für die Wirkungsweisen viraler Filme**
- 15.30 Pause
- 16.00 **Strategien viraler Filme im Internet  
Seeding & Verbreitungswege für  
Botschaften im Web 2.0**
- 17.45 Pause
- 18.15 **Virale Kampagnen-Strukturen  
Wirkungsweisen der einzelnen Medien**  
Konzeption & Aufbau von Kampagnen für  
TV/Kino/Internet/Mobile/POS  
Messbarkeit viraler Kampagnen
- 19.15 Diskussion & Zusammenfassung
- 19.30 Ende mit Schrecken. Eine kleine  
Hausaufgabe.

## Teilnahmebedingungen

Für Ihre verbindliche Teilnahme senden Sie das ausgefüllte Anmeldeformular bitte bis spätestens 14. Februar 2014 als Scan per eMail an [academy@eeofe.org](mailto:academy@eeofe.org) oder per Fax an +49 221 60605711.

## Veranstalter & Ansprechpartner

**Eyes & Ears of Europe**  
Mozartstr. 3-5  
D-50674 Köln

**Direktorin**  
Corinna Kamphausen  
**Projektleitung**  
Ina Braun  
**Studienorganisation**  
Isabel Krischer & Marion Snyders

**Tel.: +49 (221) 60 60 57 10**  
**Fax: +49 (221) 60 60 57 11**  
[academy@eeofe.org](mailto:academy@eeofe.org)  
[www.eeofe.org](http://www.eeofe.org)

## Kostenbeitrag

- € 350,- für Eyes & Ears-Mitglieder
- € 75,- für Schüler, Studenten, Auszubildende, die persönliches Mitglied bei Eyes & Ears of Europe sind, oder für Schüler, Studenten, Auszubildende bei einem institutionellen Mitglied von Eyes & Ears of Europe.
- € 990,- für Nichtmitglieder
- € 150,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind

Der Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der Rechnung per Überweisung beglichen werden. Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.

## Freitag, 21. Februar 2014

- 08.45 Get together
- 09.00 **Präsentation der viralen Filmkonzepte**
- 10.30 **Pause**
- 11.00 **Konzeption von viralen  
Werbekampagnen & Branded Content**  
Weiterentwicklung & crossmediale  
Begleitung von Kampagnen im Internet
- 12.45 Mittagspause
- 13.45 **Konzeptions-Übung**
- 15.15 Pause
- 15.45 **Präsentation der Ergebnisse**
- 16.30 Zusammenfassung & Seminaerauswertung
- 17.00 Ende der Veranstaltung