

Medienprogramm Südosteuropa
Juli 2019



Gutes Storytelling als Mittel der politischen Kommunikation

KAS-Sommerschule vermittelt Kommunikationsexperten von Parteien und Regierungen aus Südosteuropa neue Kampagnen-Tools

Darija Fabijanic

Zum dritten Mal lud das KAS-Medienprogramm Südosteuropa junge PR-Experten aus Südosteuropa zur Sommerschule für politische Kommunikation ein. Sie fand vom 28. Juni bis 2. Juli in der Villa La Collina, der internationalen Begegnungsstätte der Konrad Adenauer Stiftung in Cadenabbia, statt. Die Teilnehmer vertieften ihre Kenntnisse in strategischer Kommunikationsplanung, Online-Kampagnen und informierten sich über neueste Trends aus den Bereichen Video und politisches Framing.

Die Sommerschule wurde von **Hendrik Sittig**, Leiter des KAS-Medienprogramms Südosteuropa, eröffnet: „Pressesprecher spielen eine wichtige

Rolle in einer demokratischen Gesellschaft. Sie sind oft die erste Anlaufstelle für Journalisten und Medien.“ Das demokratische Spiel könne nur

funktionieren, wenn es ein gegenseitiges Vertrauen zwischen Politik und Medien gebe. Er betonte, es sei wichtig, dass Kommunikationsexperten und Berater von Parteien und Ministerien professionell arbeiteten und Journalisten nicht als Feinde wahrnahmen.

Um Bürger und Medien gut über Reformen informieren zu können, ist eine gute Planung essentiell. **Claire Pimm**, Kampagnenleiterin für die britische Regierung, stellte verschiedene Modelle zur strategischen Kommunikationsplanung vor. Sie definierte: „Eine Kampagne ist Storytelling mit einem Zweck. Deshalb muss diese authentisch, aufschlussreich, ehrlich und persönlich sein.“

Soziale Medien verändern Erzählverhalten bei Kampagnen

Auch **Marian Bracht**, Büroleiter des Bundestagsabgeordneten Peter Tauber und Kampagnenberater der CDU beim Bundestagswahlkampf 2017, ging auf Storytelling bei digitalen Kampagnen ein: „Es ist wichtig, dass der Höhepunkt und die wichtigste Information zu Beginn sichtbar ist.“ Denn durch verändertes Medienverhalten müsste das Publikum in den ersten Sekunden bereits überzeugt werden. Dies sei insbesondere bei Video-Content wichtig, da die ersten acht Sekunden eines Videos entscheidend seien.



Marian Bracht präsentiert erfolgreiche Online-Kampagnen

Wie solch ein Video gedreht wird, lernten die Teilnehmer im Anschluss von **Günther Schuhmacher**, Referent für Medien und Kommunikation bei der CDU NRW. Er zeigte den Teilnehmern die technischen Voraussetzungen und wie kurze und hochwertige Videos mit mobiler Technologie gedreht werden können. Nach einer kurzen Präsentation erfuhren die Teilnehmer mittels praktischer Übungen, wie Interviews und Eventaufnahmen gedreht und geschnitten werden. Anhand selbst gedrehter Videos wurden häufige Fehler und wichtige Aspekte einer Videokampagne diskutiert.



Teilnehmer beim Drehen von eigenen Videos

Politisches Framing als Überzeugungsmittel

Nach der Nutzung von guten Bildern in Videos ging es am letzten Tag um sprachliche Bilder bzw. sog. „Frames“. **Hans de Bruijn**, Professor an der niederländischen Delft-Universität, erklärte das Konzept des „politischen Framings“. Dabei ging es darum, wie in politischen Debatten gegnerische Ansätze in Frames („Deutungsrahmen“) eingeordnet und wieder entkräftet werden können. Komplexe politische Sachverhalte werden sehr vereinfacht und verständlich gemacht. „Auf diese Deutungsrahmen muss in der politischen Debatte geantwortet werden, allerdings muss der eigene Rahmen formuliert werden“, erläuterte de Bruijn. Damit vermeide man, den gegnerischen Deutungsrahmen zu akzeptieren und die eigene Glaubwürdigkeit zu verlieren. Anhand zahlreicher Videos und Rollenspiele präsentierte er verschiedene Modelle des Framings und wie diese aufgelöst werden.

Die Themenauswahl sowie die praxisnahen Tipps der Trainer/Referenten stießen auf sehr positive Resonanz bei den Teilnehmern. Diese zeigten hohes Interesse, an weiteren Workshops teilzunehmen, um ihre politische Kommunikation

effektiver zu gestalten und ihre Vorgesetzten besser beraten zu können. Das KAS-Medienprogramm Südosteuropa wird auch in Zukunft entsprechende Trainings anbieten.

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

Medienprogramm
Südosteuropa
www.kas.de/medien-europa/en

media.europe@kas.de



Der Text dieses Werkes ist lizenziert unter den Bedingungen von „Creative Commons Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 international“, CC BY-SA 4.0 (abrufbar unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode.de>)