



Geschichten

Storytelling ist mehr als ein Buzzword. Über 200 Interessierte haben in Luzern die bereits 3. Ausgabe einer «Storytelling-Konferenz» besucht. Dabei wurden konkrete Beispiele und wegweisende Projekte vorgestellt. Eingeladen hat das Center for Storytelling in Zürich.



Das «Center for Storytelling» ist ein Netzwerk von Storytelling-Spezialisten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gestaltung. Gemeinsam loten seine Mitglieder das Feld des Storytelling aus. An Hochschulen, Universitäten und in der Praxis soll das Thema fokussiert werden. «Unser Ziel ist es, wissenschaftliche Erkenntnisse zu gewinnen und diese im begleiteten Transfer mit der konkreten Alltagspraxis zu verknüpfen», meint Kurt Reinhard, der das Center 2012 mit einer Gruppe von Kulturlauten und Wissenschaftlern gegründet hat und den Kreativ-Pool heute mit Florian Wieser und Axel Vogelsang zusammen leitet.

Zum Programm gehören laufende Forschungsarbeiten in Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule der Künste und Hochschule Luzern, aber auch der Gedankenaustausch mit Experten in den USA, England und Kanada, wie er zum Beispiel in einer Videoserie zu verfolgen ist, die auf der Website www.centerforstorytelling.org abrufbar ist.

Als ein Höhepunkt der Aktivitäten gilt die jährliche Storytelling-Konferenz, die 2014 bereits zum dritten Mal stattgefunden hat. Die Veranstaltung im Neubad in Luzern setzte sich mit der Frage aus-

einander, wie wir uns über das Erzählen von Geschichten definieren und wie Erzählungen uns prägen. Eine allgemein akzeptierte Prämisse war: Wir werden zu medialen Kreatoren unserer eigenen Identität, ganz gemäss dem YouTube-Slogan: «Broadcast Yourself».

Identität ist mehr als ein Selfie

Identität war somit das wohl meistgehörte und ausgesprochene Wort der Storytelling-Konferenz 2014: Was heisst Identität? Existiert sie überhaupt – oder ist Identität vielmehr ein Kunstbegriff, ein Trick, dessen wir uns bedienen, um unser Umfeld und uns selbst besser zu verstehen?

Unter den verschiedenen Experten hat Watson-Gründer Hansi Voigt erklärt, wieso auf seinem Portal keine Artikel mehr geschrieben werden, sondern «Geschichten erzählt». Er freute sich, dass Watson mit rund 120 000 Unique Clients pro Tag den Punkt erreicht hat, an dem die Leser anfangen, mit dem Medium zu interagieren. «Der Leser identifiziert sich über die Inhalte, die er mit der Welt teilt.»

Hanspeter Danuser von Platon setzte einen Gegenpol zu Voigts Onlinegeschichten, indem er



STORYTELLER

Kurt Reinhard ist Gründer der jobtv-Medienwerkstatt, des Online-Portals iturn.tv sowie des Center for Storytelling. Er hat an der Konferenz das Projekt «The global skin» präsentiert. Dieses ist auf der Website centerforstorytelling.org zu finden. Oben sind drei Stills aus dem 13-stündigen Film abgebildet. Reinhard ist Regisseur, Medienschaffender und Social Entrepreneur. Freier Mitarbeiter an der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).

von den Plänen der Schweiz für die nächste Weltausstellung in Mailand erzählte. «Storytelling ist immer auch Storyselling.» Als ehemaliger und legendär gewordener Kurdirektor von St. Moritz hat Danuser diese Kunst der Vermarktung mit Content über 30 Jahre lang erfolgreich betrieben. Jetzt ist er im Team, das solche Ideen auch für die Expo 2015 in Milano entwickeln soll. Danuser konnte bereits verraten, dass dabei die Story von Marignano eine wichtige Rolle spielen wird. Ein Megachor von 500 Alphörnern soll auf dem Platz vor dem Mailänder Dom an die Schlacht vor 500 Jahren erinnern. Gemeinsam wird die Ouvertüre aus Rossinis «Wilhelm Tell» gehornt. «Alphörner statt Hellebarden» ist dabei das Motto. «Ob das tatsächlich die heutige Schweiz repräsentiert?», wurde in der Fragerunde diskutiert. Aber das ist eine andere Geschichte.

250 Storyteller für 13 Stunden Film

Neben weiteren Referaten rund um den Hype mit Selfies, Schwarmidentitäten oder einer Suche nach der jüdischen Identität mittels Storytelling konnte vor allem auch eine Idee überzeugen, die von den Veranstaltern selber initiiert worden ist. «The global skin» nennt sich das kollaborative Filmprojekt. Nach einem Aufruf des Center of Storytelling sind 250 Videos zum Thema «Textil» aus der ganzen Welt zusammengekommen. Das Spektrum reichte von professionellen Hochglanzarbeiten über wertvolle Dokumentationen bis zu vielsagenden Amateurfilmchen mit dem Handy. Aus dem Material wurden 13 Stunden Film geschnitten. Die umfassende «Story» über die Welt der Stoffe ist auf der Website des Centers zu sehen. An der Möglichkeit eines Films für das Kino wird in Koproduktion mit Dschoint Ventschr noch gearbeitet.

Andreas Panzeri



Die 3. Storytelling-Konferenz hat im Neubad in Luzern stattgefunden. Ein trockengelegtes Hallenbad wurde hier zu einer originellen und vielseitig nutzbaren Event-Location umgebaut. Die Referate wurden von Illustratorinnen und Illustratoren in Ausbildung von der Hochschule Luzern laufend bildlich «kommentiert».