

IKM Impuls

Vom Thema zum crossmedialen Content

Wie Sie Ihre Themen in wirkungsvolle Stories verwandeln

Institut für Kommunikation und Marketing

Montag, 26. August 2024

FH Zentralschweiz



Wer wir sind:



Dr. Esther Galliker

Dozentin HSLU W und Leiterin WBK
Inhaberin Galliker Baumgartner GmbH



Hansjörg Hinden

Head Content Marketing, Redact
Co-Leiter WBK und Dozent

Ausgangslage: Viele Ideen, viele Themen, wenig Fokus

Die Theorie:

Content strategy means getting the right content, to the right people, in the right place, at the right time.
(Halvorson 2017 online)

Erfolgreiches Content Marketing findet den Sweet Spot zwischen:
Informationsbedarf/Problemen der Zielgruppen und dem Know-how/den Fähigkeiten des Unternehmens.
(Stalder et al. 2020, S. 20)

Die Praxis:

Viele verschiedene Ideen über verschiedene Abteilungen hinweg führen zu mangelndem Fokus.



Storytelling schafft Verbindungen

Core Story

Corporate Messages/Themen

Held:in, Konflikt, Lösung

Dramaturgie und Emotionen

Abstraktes konkret erzählt

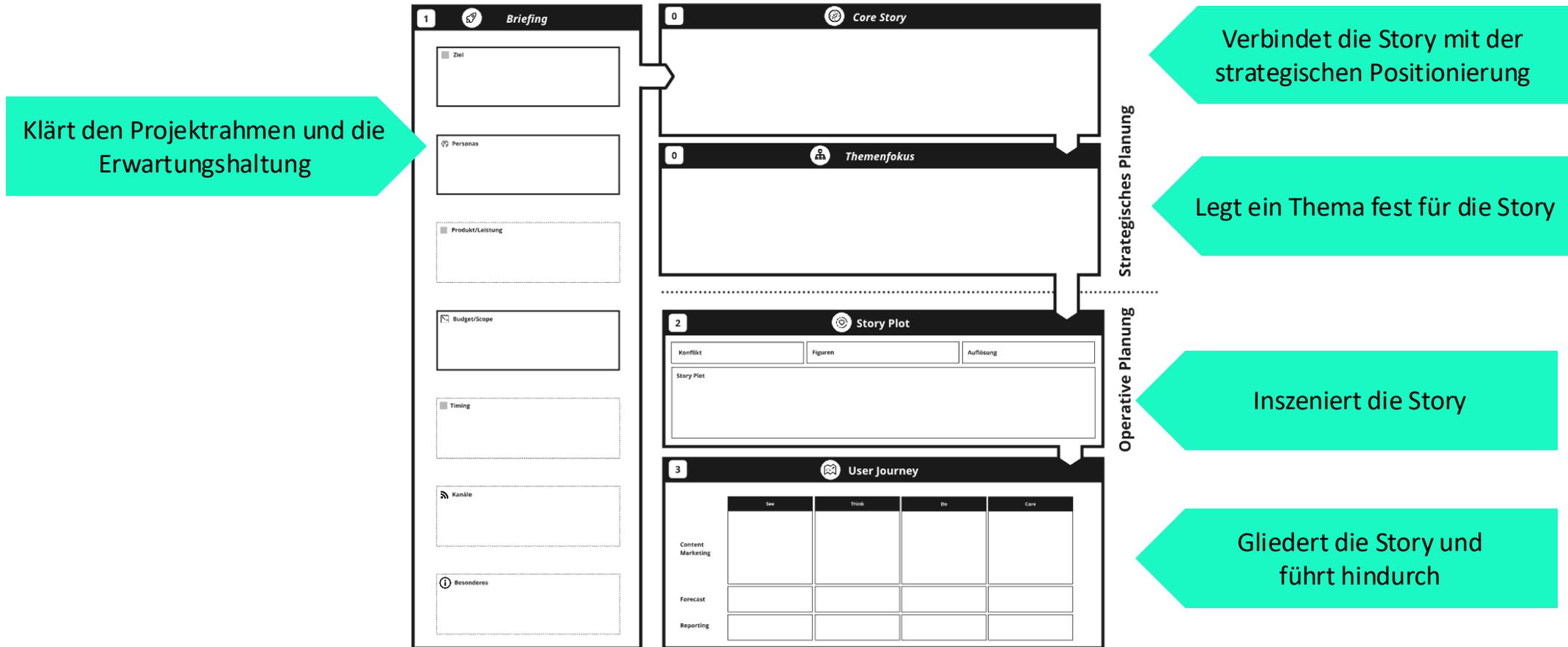
Assoziativ

Signifikant besser verständlich und rememberbar

(Huck-Sandhu 2014)

Grundlagen schaffen mit dem Story Canvas

Um (Fokus)Themen in wirkungsvolle Stories umzusetzen, braucht's neben Kreativität zunächst Grundlagen



Story Canvas 2.0: Disclaimer Copyright: Das Tool "Story Canvas" ist eine Methode entwickelt durch Redact Kommunikation AG in Zusammenarbeit mit der HSLU. Fragen zur Nutzung und Weiterverwendung gerne an hansjoerg.hinden@redact.ch oder esther.galliker@hslu.ch

Kundenmagazin «Meine Energie»

Smart gemacht
Zusammen mit Ihren Kolleginnen und Kollegen hat Morleirin Melanie Schmid in den vergangenen vier Jahren die Stromzähler im CKW-Gebiet durch Smart Meter ersetzt.

Solarrecycling
Eine Photovoltaikanlage liefert über Jahrzehnte hinweg nachhaltige Energie. Doch was geschieht am Ende ihrer Lebensdauer? Umweltschonend wird sie durch Recycling wiederverwertet. Unsere Photovoltaik trägt dem Umweltschutz eine besondere Verantwortung: die Produktion der Zell-Belegungen.

Ein Solarkraftwerk in Niederbipp
In Niederbipp produziert die bisher größte von CKW gebaute Solaranlage klimafreundlichen Strom. Hier hat die Galaxie AG ihr eigenes Solarkraftwerk auf dem Dach des Unternehmens realisiert.

Lohnt sich eine Solaranlage für Sie?

Jetzt berechnen

CKW.

Lohnt sich eine Solaranlage für die Stromproduktion?

Erfahren Sie in wenigen Schritten ob und wie Sie von einer Solaranlage und einem Batteriespeicher profitieren können.

Möchten Sie eine bestehende Solaranlage berechnen?

Ja Nein

Über CKW > CKW-Stories

Photovoltaik

Ein Solarkraftwerk in Niederbipp

→ Weiterlesen

PV und Energiespeicher: Vom Holzbauer zum Energieproduzenten

→ Weiterlesen

Schlag den Bösen: CKW gegen Joel Wick!

→ Weiterlesen



Online Magazin «CKW Stories»

Welche Montagearten für PV-Anlagen gibt es?

Ob Flachdach oder Schrägdach: Eine Photovoltaikanlage kann auf fast jedem Dach montiert werden. Auch eine Fassade kann sich als zusätzliche Produktionsfläche zur erneuerbaren Stromerzeugung anbieten. Eine Aufklärung über eine PV-Anlage des Bauherrn, wenn sie zusätzlich ausgereicht und wirtschaftlich ist, und eine Neugierde von etwa 30 bis 40 Grad für die Konzeptionen sollte dabei sein und ein freier Zugang für Wartungsarbeiten bieten.

Zu den Montagearten

Ablauf Netzanschluss

Bevor Sie mit der Montage Ihrer PV-Anlage beginnen, gibt es noch ein paar wichtige

Case Mercedes



Intelligente Technologie

Definiert das Auto neu.

Inszenierung: Stressabbau

«Work-Life-Balance sagt mir nichts»



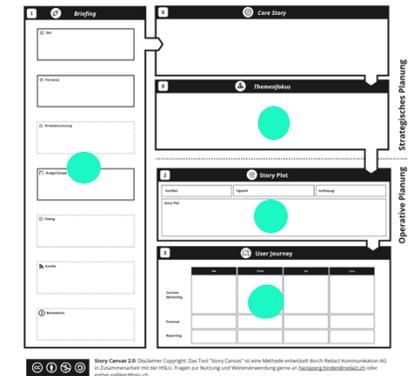
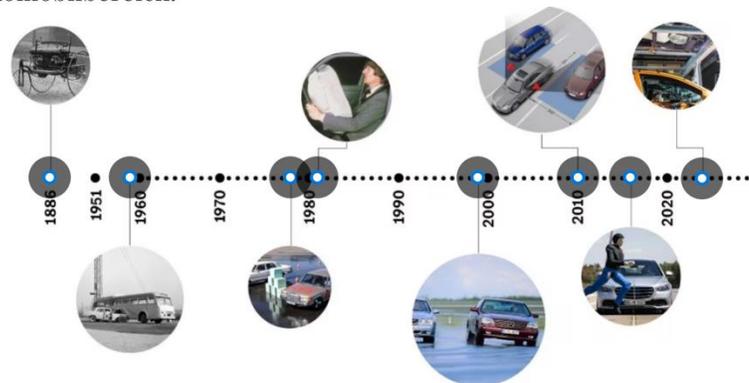
Stress lass nach

Inszenierung: Alltagsanwendung



Interaktive Grafik

So geht Sicherheit. Eine kleine Geschichte der Innovationen im Automobilbereich.



Take Aways: Wie Sie Ihre Themen in wirkungsvolle Stories verwandeln

- Planungsrahmen: Wirkungsvolles Storytelling beginnt mit den Rahmenbedingungen.
- Themen statt Einzelinhalte: Eine einzelne Erwähnung schafft keine Wirkung. Legen Sie Themenschwerpunkte und fassen Sie Einzelinhalte zu Stories zusammen.
- Thema vs. Story: Ein Thema alleine ist keine Story. Themen müssen in Stories überführt werden, dabei ist wichtig, wer adressiert wird und wo sich jemand in der User Journey befindet.
- User Journey: Eine Kundenreise und eine Story haben beide einen Ablauf. Nutzen Sie die User Journey, um die Bedürfnisse ihrer Kund:innen aber auch die der internen Stakeholder richtig zu adressieren.
- Das Canvas hilft, die Story zu strukturieren und ihren Nutzen auszuarbeiten.



Fragen?

Literatur

- Huck-Sandhu, S. (2014). *Corporate Messages entwickeln und steuern. Agenda Setting, Framing, Storytelling*. In: A. Zerfass, A. Piwinger (Hrsg). *Handbuch Unternehmens-kommunikation. Strategie – Management – Wertschöpfung* (2., vollständig überarbeitete Auflage), S. 651–668. Springer Gabler.
- Halvorson, C. (2018). *New Thinking: Brain Traffic's Content Strategy Quad*. (Abgerufen am 21.03.2023).
- Stalder, U., Boenigk, M., Steigerwald, A. & Mohr, S. (2020). *Content-Marketing- Strategie. Handlungsfelder, Leistungspotenziale, Herausforderungen*. Eine Studie der Hochschule Luzern – Wirtschaft Institut für Kommunikation und Marketing.

Lust auf mehr Storytelling?

HSLU Hochschule
Luzern

Dr. Esther Galliker
Esther.Galliker@hslu.ch

Weiterbildungskurs
Content Creation & Distribution
Website

Start: 25.10.2024

Infoanlässe:

Donnerstag, 19. September 2024, Online

Dienstag, 15. Oktober 2024, Online

R E D A C T

Hansjörg Hinden
hansjoerg.hinden@redact.ch
+41 43 543 22 23

Redact Kommunikation AG
Europastrasse 17
CH-8152 Glattbrugg
redact.ch