

Storytelling für Werbespot, –film und Viral.

Dramaturgie-Training vom 29. – 30. April 2011 in Berlin.

Für Oscar, Bär und Löwe

Das zweitägige Training *Storytelling für Werbespots, –filme und Virals* zeigt, wie die Gestaltung von Story in ausgezeichneten Werbespots und Virals funktioniert. Neben dem klassischen Werbespot für TV und -Film fürs Kino, werden die gestalterischen Strategien viraler Spots im Internet aufgezeigt. Nach zwei Tagen können Sie Storys besser schreiben und die Wirkung Ihrer Skripte besser beurteilen.

Eingangsfragen, die Sie beschäftigen sollten:

Wie wirkt Werbefilm auf die Zielgruppe?

Wie erfüllt das Spot-Konzept das Briefing?

Wie wirken Story und Tonalität miteinander?

Welcher Dramaturgie folgen Storys?

Welche Erzählstrukturen sind möglich?

Wie kann man diese für das kreative Schreiben anwenden?

Wie vergrößert man sein Potenzial bei der Story-Entwicklung?

Zurück auf Anfang

Spots und Virals, die wirken, erzählen eine dramatische Geschichte. Das Training zeigt die konkreten Strukturen und Verläufe einer Story bis hin zu den kleinsten Erzählbausteinen. Sekunde für Sekunde wird die Vielfalt dramaturgischer Variationen freigelegt. **Back**: Jeder theoretische Ansatz wird an erfolgreichen Spots erläutert. **Feed back**: Das Potenzial für die Entwicklung neuer Ideen wird analysiert. **Fast Forward**: Schreib- und Kreativübungen produzieren neuen Stoff für die Ideenentwicklung. Ihr dramaturgisches Repertoire wird erweitert und die Urteilskraft geschärft.

Das Drehbuch zum Drehbuch. Konkrete Trainingsinhalte

Die Werbefilm-Genres. Die Funktion der Erzählung im Werbespot und -film.
Dramaturgie im Werbefilm und Viral. Abruptheit von Anfang, Mitte und Ende.
Der Komplikationsgrad einer Geschichte. Die geschlossene und offene Form, das Zustandekommen eines Ereignisses, die zwei Wirklichkeiten, die überraschende Wendung und die Wirkung des Produktes in der Erzählstruktur. Kausalität und Plausibilität der filmischen Erzählung. Die Tonalitäten der Story. Die Breite der Erzähl- und Plausibilitätsmuster, dargestellt als Gestaltungsprogramm.
Kreativübungen für die Storyentwicklung.

Sie verbessern die Dramaturgie Ihrer Storys.

Sie schreiben emotionale und packende Geschichten.

Sie steuern Werbewirkung durch bessere Gestaltung.

Sie gewinnen Sicherheit in der Beurteilung von Geschichten.

Das Training wird empfohlen für:

- Kommunikations-, Werbe- und Marketing-MitarbeiterInnen
- WerbetexterInnen, RedakteurInnen und AutorInnen
- Grafiker-, Designer- und RegisseurInnen
- ProducerInnen für Werbung, TV und Online

29. - 30. April 2011 in Berlin

Storytelling für Werbespot, -film und Viral

Das Training findet in Berlin statt. Achtung! Die Teilnehmerzahl ist auf 10 Personen beschränkt. Der Preis für zwei Tage beträgt 1.200,00 Euro zzgl. 19% MwSt. Das Training startet an beiden Tagen um 9.00 Uhr und endet jeweils um 17.00 Uhr. Anmeldeschluss ist der 19. April 2011.

Telefonische Anmeldung: 030 - 715 01 01

Anmeldung Online: www.creativegame.de

Ihr Trainer



Dr. phil. Albert Heiser studierte Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, GWK, an der Universität der Künste, UdK, Berlin. Er arbeitete als Werbetexter und Kreativ Direktor bei den Agenturen Ogilvy & Mather, Saatchi & Saatchi, Dorland/Grey. Albert Heiser wurde für seine kreativen Leistungen vielfach ausgezeichnet. Er ist Werbefilmregisseur und Dozent für Werbefilm-Konzeption an der Universität der Künste Berlin. 2001 gründete er das Creative Game Institut. Albert Heiser berät und trainiert Unternehmen in den Bereichen Werbetext und Werbefilm.

Buchveröffentlichungen: ***Bleiben Sie dran***, Die Konzeption, Produktion und Postproduktion von Werbespots, -filmen und Virals (Neuaufgabe 2009). ***Das Drehbuch zum Drehbuch***, Erzählstrategien für Werbespots -filme und Virals (Neuaufgabe 2009). ***Bullshit Bingo***, Storytelling für Werbetexte (2009).

creative game institut	email	info@creativegame.de	postbank	
glauberstrasse 7	tel	030 - 715 01 01	biz	100 100 10
12209 berlin	fax	030 - 715 81 446	konto	508 489 107