Social Storytelling – gehen die Plattformstars den nächsten Schritt?

von ***Bertram Gugel*** *am* ***20. Juni 2017***

Was ist Social Storytelling? Und wie nutzen die Sozialen Medien es für sich? Bertram Gugel, Keynote-Speaker auf dem 6. Deutschen Social TV Summit am 26. Juni 2017 in München erklärt, wie Social Media-Plattformen mit Social Storytelling die Nutzer stärker binden wollen und dabei auf Kreativität, Spannung und Dauer setzen.

Indem (private) Kommunikation immer stärker in Nachrichtendienste wie WhatsApp oder Facebook Messenger abwandert, wandeln sich Social Media-Plattformen. Die entstehende Lücke versuchen sie mit professionellen Inhalten zu schließen. So bietet Twitter seit kurzem zwölf live Videokanäle, auf denen bekannte (Medien-)marken wie Buzzfeed, MLB oder Bloomberg Sport, Nachrichten und Unterhaltung senden.

Wie Social Media-Plattformen mit Social Storytelling Nutzer binden wollen

Facebook versucht schon seit längerem Produzenten und Medien für hochwertige Livestreams und Videoproduktionen zu gewinnen, indem sie $50 Mio. an 140 Partner auszahlen. Nun geht Facebook noch einen Schritt weiter und produziert direkt Serien für die eigene Plattform. Dabei sind sie bereit, bis zu $250.000 pro Episode zu bezahlen. Ob Facebook mit Serien wie zum Beispiel der ehemaligen MTV Comedy „Loosely Exactly Nicole“ von Nicole Byer überzeugen kann, wird sich zeigen. Doch die Plattform ist mit ihrer Strategie nicht allein: Auch Snapchat lässt produzieren (z.B. The Voice, The Rundown) und selbst musical.ly möchte seine App mit geskripteten Inhalten aufwerten und lanciert Shows von MTV, E! und Seventeen.

Mit diesen neuen Inhalten wollen die Social Media-Plattformen Nutzerinnen und Nutzer länger auf ihren Angeboten halten und dafür sorgen, dass diese weiterhin möglichst täglich vorbei schauen. Zudem schaffen sie ein hochwertiges Werbeumfeld, das über jede Diskussion erhaben ist. Mit diesen Initiativen setzen sie natürlich ihre existierenden Partner und Produzenten unter Druck.

Plötzlich gibt es eine neue Konkurrenz für Facebook, Snapchat und Co.

Produzenten und Social Media-Stars, die Inhalte für Facebook, Snapchat, musical.ly aber auch YouTube produzieren, sehen sich plötzlich einer ganz neuen Konkurrenz ausgesetzt, die nicht nur die Promotion-Power der Plattformen im Hintergrund hat, sondern auch eine hohe Expertise im Storytelling mitbringt. Es ist also nicht verwunderlich, wenn YouTuber wie Casey Neistat plötzlich vom Storytelling in ihren Produktionen sprechen oder wenn Julien Bam den Zuschauern erklärt, wie aufwändig und professionell mittlerweile seine Produktionen für YouTube sind. Eine der Kernfragen der näheren Zukunft ist also, ob Plattformstars ihr Storytelling schneller professionalisieren können, als die klassischen Produzenten die Gegebenheiten der Plattformen lernen.

Doch das ist nur eine Dimension. Viel zentraler ist es, dass vor allem die Social Media-Produzentinnen und -produzenten ihr größtes Asset, nämlich die Bindung, die Kommunikation und den Kontakt zu Fans und Followern auf den Plattformen besser für sich und ihr Storytelling nutzen müssen.

© 2026 Bayerische Landeszentrale für neue Medien

Erste Anzeichen davon sieht man selbst in den einfachsten Formaten: Es werden beispielsweise bei Pranks andere YouTuber einbezogen, um so die Zuschauerbasis zu verbreitern. Gleiches gilt für klassische Freund & Freundin Geschichten. Das sind erst kleine Schritte.

Kreative Formate sorgen mit Social Storytelling immer wieder für neuen Stoff

Wohin sich das Storytelling entwickeln könnte, zeigt sich bei Minecraft. Dort ist die Kollaboration und das kanalübergreifende Storytelling deutlich weiter. Eigentlich wäre die Geschichte von Minecraft nach Millionen von Videos längst auserzählt, doch kreative neue Formate wie Turniere (VARO 1-4), Rollenspiele (Minecraft PIRO, Minecraft Desperado) oder Bauprojekte (Minecraft SKY, Minecraft Leben) sorgen immer wieder für neuen Stoff. Diese Meta-Geschichten verbinden vielfältigste YouTuber in einer gemeinsamen Welt und erlauben es Fans teilweise sogar, die Geschichten nachzuspielen und/oder selbst teilzunehmen. Gleichzeitig geben diese Formate neuen YouTubern, neuen Ideen und Themen eine Bühne.

Social Storytelling bietet Spannung, sogar Monate lang

Angesichts der zunehmenden Konkurrenz durch etablierte TV-Produzenten werden wir in Zukunft auch in anderen Genres jenseits von Minecraft ein kanalübergreifendes Social Storytelling erleben. Die Vorteile liegen auf der Hand: Es lassen sich verschiedenste Protagonisten involvieren. Die übergreifende Geschichte bietet eine Rahmenhandlung über Wochen und manchmal Monate hinweg und sorgt gleichzeitig für Spannung. Das Storytelling definiert zudem das Format und erlaubt allen Beteiligten, für das gemeinsame Produkt Werbung zu machen. Für die Zuschauer ist so zudem leicht ersichtlich, welche Inhalte und Geschichten sie zu erwarten haben, was zu einer höheren Nutzung führt.

Der 6. Deutsche Social TV Summit findet am 26. Juni 2017 im Literaturhaus München statt. Veranstalter sind die BLM und die Medientage München. Anmeldung online hier möglich.

© 2026 Bayerische Landeszentrale für neue Medien