



Grimme
Akademie



Workshop

Die Wirklichkeit und das wahre TV-Vergnügen (AT)

Wie viel Nachhaltigkeit verträgt die Unterhaltung?

Hürth

15. November 2007

A s p e k t e

Konzepte in Show, Dokutainment, Coaching

T h e m e n

Politik, Ökologie, Soziales

Doku-Soap-, Service- und Ratgeberformate im deutschen Fernsehen laufen mit großem Erfolg. Die Formate funktionieren ja gerade deshalb, weil sie Probleme aufgreifen und bearbeiten, die massenhaft existent sind und die Zuschauer tatsächlich beschäftigen.

Der Erfolg der Infotainment-Formate lässt Potentiale vermuten, die auch für andere Genres genutzt werden können – zumindest sollte das für Macher und Entwickler einen Blick wert sein. Beispiel Unterhaltung: Bahnbrechendes und umstrittenes Beispiel ist die holländische Nierenspender-Show. Sie hat – von viel und geplantem medialen Getöse begleitet und befeuert – auf den Punkt gebracht, dass die Mischung aus Unterhaltungsform und existenziellem Thema im wahrsten Sinne reizvoll sein kann. Wahrscheinlich muss man nicht so weit gehen, die Frage aber, ob unterhaltende Formen nicht auch seriöse, soziale und nachhaltige Themen an den Zuschauer bringen können, stellt sich zu recht. Gefragt sind Ideen, wie das umzusetzen ist und wo ihre Möglichkeiten bzw. Grenzen liegen.

Unser Workshop für Entwickler und Macher will darüber befinden und diskutieren. Was sind die kommenden Themen und wie könnten sie im Programm aussehen? Gibt es bereits erfolgreiche Ansätze und Muster, die eine Richtung andeuten?

Die Workshopreihe wird vom Lehrstuhl Umweltmanagement der Universität Hohenheim mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert.

Programm

11.00 h
Begrüßung

11.15 h
Zum Einstieg...
2 Beispiele, 2 Formen

Quantum: Was tust du?
Frank Seyberth, ZDF, Mainz

"Weltbeschützerkampagne"
Ein TV-Projekt von Nickelodeon und dem NABU
Bernd Pieper, Fachbereichsleiter Kommunikation, Berlin

12.15 h
Bestandsaufnahme/Überblick
Beispiele und Formate
- national
- international
Stichworte: Erfolgs-/Misserfolgskriterien der Formate, Publika
Christian Zabel, HMR-International, Köln

12.45 h
Mittagspause

13.30 h
Nachhaltigkeit und TV
Zuschauerverhalten, Zuschauerakzeptanz von Nachhaltigkeitsthemen im TV
Clemens Schwender, Jacobs-University, Bremen

14.00 h
Unterhaltungselemente und Nachhaltigkeit
Auskünfte aus anderen Branchen und Welten
Kreatives Marketing/Werbung
Karin-Simone Fuhs, ecosign. Akademie für Gestaltung, Köln
Ethisch wertvolle Werbung: Vorstellen von konkreten Projekten/Kampagnen

14.30 h

Von den "Simpsons" bis zum "Servicepionier"

Andere Ansätze, andere Blicke, andere Potenziale

2 Beispiele

Themen under cover: Die Simpsons

Jürgen Roth, Publizist, Frankfurt

Aspekte/Beispiele: "Die Simpsons" (Berufsleben, Ernährung, AKW-Problematik)

Im Netz geht's auch: www.servicepionier.de

Armin Nagel, Servicepionier/Der Powerdienstleister, Köln

15.30 h

Kaffeepause

15.45 h

Statements/Kurzbefragung

Unterhaltungsformen und Nachhaltigkeit

3 Produzenten, 3 Statements

- eigene Idee von Nachhaltigkeit
- Umsetzung/Planung

16.30 h

Ende