

# Crossmedia, Transmedia, Interaktivität, Medienkonvergenz

## Begriffe und Zusammenhänge

Fakultät Medien

Gabriele Hooffacker

# Durch das *rabbit hole* in transmediale Welten

# HTWK

Hochschule für Technik,  
Wirtschaft und Kultur Leipzig



[Bild: Michael Colgrass](#)

# Begriffe

- Multimedia (1990er): allg. Verknüpfung von verschiedenen Medien wie Text, Audio, Foto, Video, Infografik oder Computeranimation, meist zur Illustration
- Crossmedia (Nullerjahre) : Zielgruppen werden auf unterschiedlichen Medienkanälen angesprochen, wobei jeder Kanal seine eigenen Spezifika mit sich bringt. Die einzelnen Bestandteile ergeben keine Gesamt-Erzählung, sondern stehen nebeneinander.

# Dimensionen von Crossmedia (Klaus Meier)

„Kreuzen der  
Medien“ bezüglich

Redaktions-  
organisation

Journalistischem  
„Text“

Plattform  
(Internet)

## Interaktion

„Interaktive Kommunikation bedarf

- einer bestimmten zeitlichen Folge
- sowie einer sachlichen
- und sozialen Bezugnahme.“

(Christoph Neuberger)

# Transmediales Storytelling

- ... „eine Strategie, einen Inhalt über mehrere Medien hinweg zu erzählen“
- Erzählphänomen der Medienkonvergenz
- Es gibt unterschiedliche Einstiegsmöglichkeiten in die Geschichte: über Fernsehen, Website, Computerspiel, Facebook, Buch...
- Die Nutzer werden verlockt, die Geschichte in anderen Medien weiterzuverfolgen.
- Die einzelnen Geschichten in den jeweiligen Medien funktionieren auch in sich.

# Transmedialität

- "Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story."

*Henry Jenkins*

# Transmediales Storytelling

Mehrere  
Medienkanäle

Einheitliche  
Geschichte

Redundanz  
vermeiden

# Transmedia-Manifest (1)

1. REALITÄTSBEHAUPTUNG: Die Grenze zwischen Realität und Fiktion verschwimmt. Der Konsument der Geschichte weiß nicht mehr genau, was wahr und was erfunden ist.
2. RABBITHOLES: Die Geschichte bietet dem Leser, Zuschauer, Zuhörer oder Spieler verschiedene Möglichkeiten in sie einzutreten.
3. GESCHICHTEN-UNIVERSUM: Der Konsument der Geschichte muss nicht mehr einer einzelnen Dramaturgie folgen, sondern darf selbst aus mehreren sich kreuzenden Narrationsbögen auswählen, die schlussendlich in einem großen Geschichten-Universum aufgehen.

# Transmedia-Manifest (2)

4. **INTERAKTIVITÄT:** Die Leser, Zuschauer, Zuhörer oder Spieler tauschen sich sowohl untereinander als auch mit fiktionalen Figuren aus, nehmen aktiv an der Geschichte teil und beeinflussen diese.
5. **USER-GENERATED-CONTENT:** Das Geschichten-Universum bietet dem Konsumenten der Geschichte die Möglichkeit, sich an ausgewählten Stellen selbst gestalterisch einzubringen. Das kann durch selbstgeschriebene Texte, gedrehte Filmclips oder auch eigene Kunstwerke geschehen, die mit der Story-Community geteilt werden.
6. **TRANSMEDIALITÄT:** Das Story-Universum beschränkt sich nicht auf ein einzelnes Medium, sondern nutzt die Stärken jedes einzelnen Mediums, um aus ihrer Symbiose etwas Neues zu erschaffen.

# Transmedia-Manifest (3)

7. LOCATION-BASED STORYTELLING: Der Leser, Zuschauer, Zuhörer oder Spieler wird zum Träger der Fiktion, indem er reale Orte aufsucht, an denen Teile des Story-Universes weiter erzählt werden.
8. UNENDLICHKEIT: Das Geschichten-Universum hat das Potenzial, durch mögliche Fortsetzungen, ausgegliederte Nebenhandlungen oder mittels konstanter Elemente die Grundlage für eine nie zu Ende gehende Geschichte zu schaffen.

# Transmedia-Manifest (4)

9. **LEANBACK / LEANFORWARD:** Das Story-Universum verlangt von seinen Lesern, Zuschauern, Zuhörern oder Spielern nicht, sich stets aktiv an der Geschichte zu beteiligen, sondern bietet auch die Möglichkeit die Geschichte zeitweise bzw. dauerhaft in einem passiven Modus zu konsumieren.
10. **MULTIPAYMENT:** Die Vielfältigkeit des Geschichtenerzählens innerhalb des Story-Universums ermöglicht ein additives Freemium-Geschäftsmodell, das sich aus mehreren Beiträgen pro Konsument zusammensetzt.
11. **KOLLABORATIVES ARBEITEN:** Das Geschichten-Universum wird von flexiblen, interdisziplinär agierenden Teammitgliedern gemeinsam entwickelt, da es einer Bündelung unterschiedlicher Kompetenzen bedarf.

# Vergleich

- Crossmedia:
- Ein Thema wird auf unterschiedliche Medienkanäle verteilt.
- Auf allen Kanälen wird eine vergleichbare Geschichte erzählt.

## Transmedia:

- Die Geschichten, die in den einzelnen Medien erzählt werden, funktionieren jeweils in sich.
- Insgesamt ergeben sie eine neue Gesamtgeschichte.