

# Social als Baustein

The logo consists of the letters 'G' and 'P' in a bold, pink, sans-serif font, centered within a white square. The background of the entire image is a vibrant, abstract composition of overlapping organic shapes in shades of pink, magenta, and cyan, with some white areas.

**Bertram Gugel**  
**@digitalerfilm**

**Was ist der Nutzen?**

# Interaktion & Dialog

# Live dabei!



# Musik & Gaming



+ unzählige weitere  
Perspektiven



# Kunst, 3D & Social

Instagram

Suchen



lilmiquela

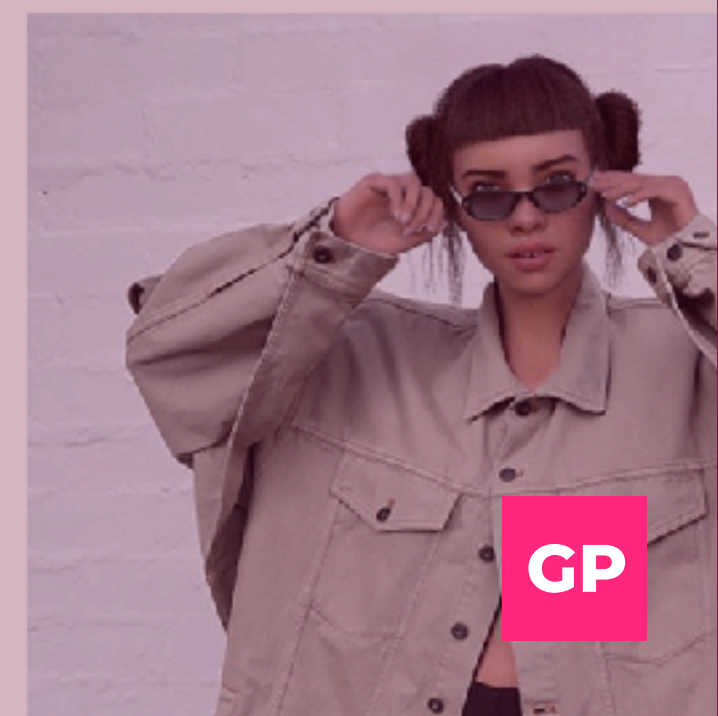
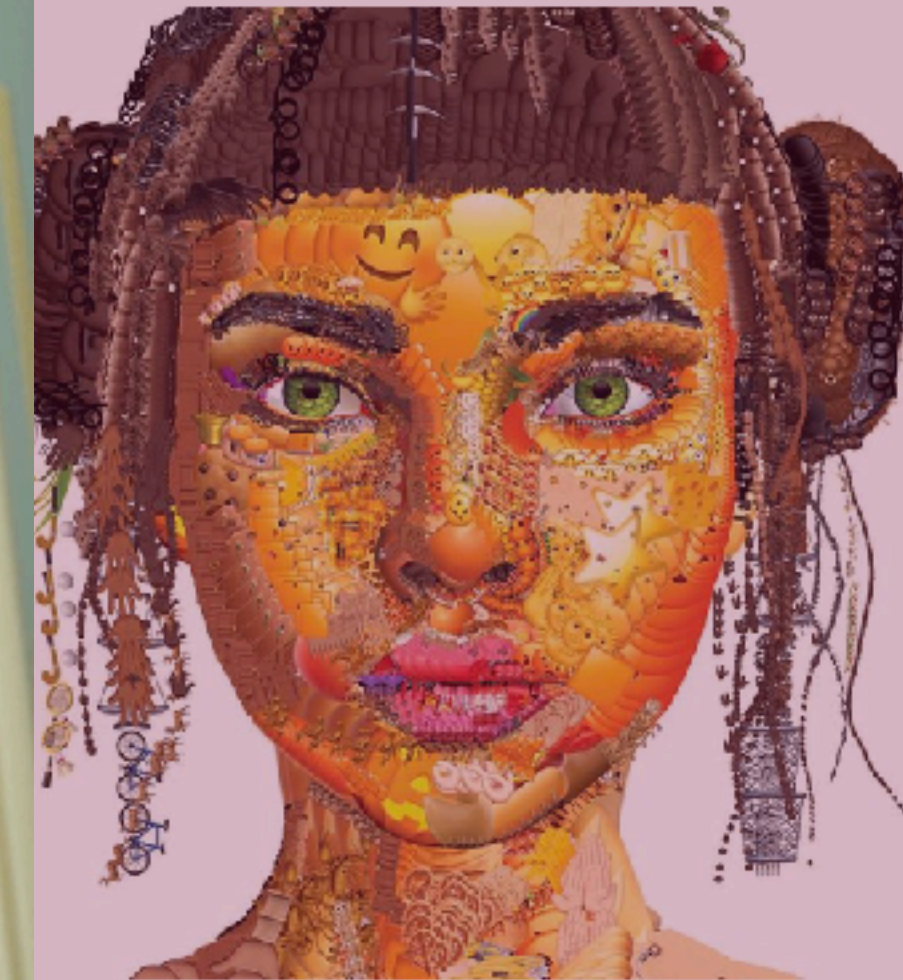
Folgen

335 Beiträge

878k Abonnenten

1.693 abonniert

MIQUELA ~\* 🍒 MiquelaInRhinestones@gmail.com | Black Lives  
[www.blackgirlscodes.com/donations.html](http://www.blackgirlscodes.com/donations.html)



GP

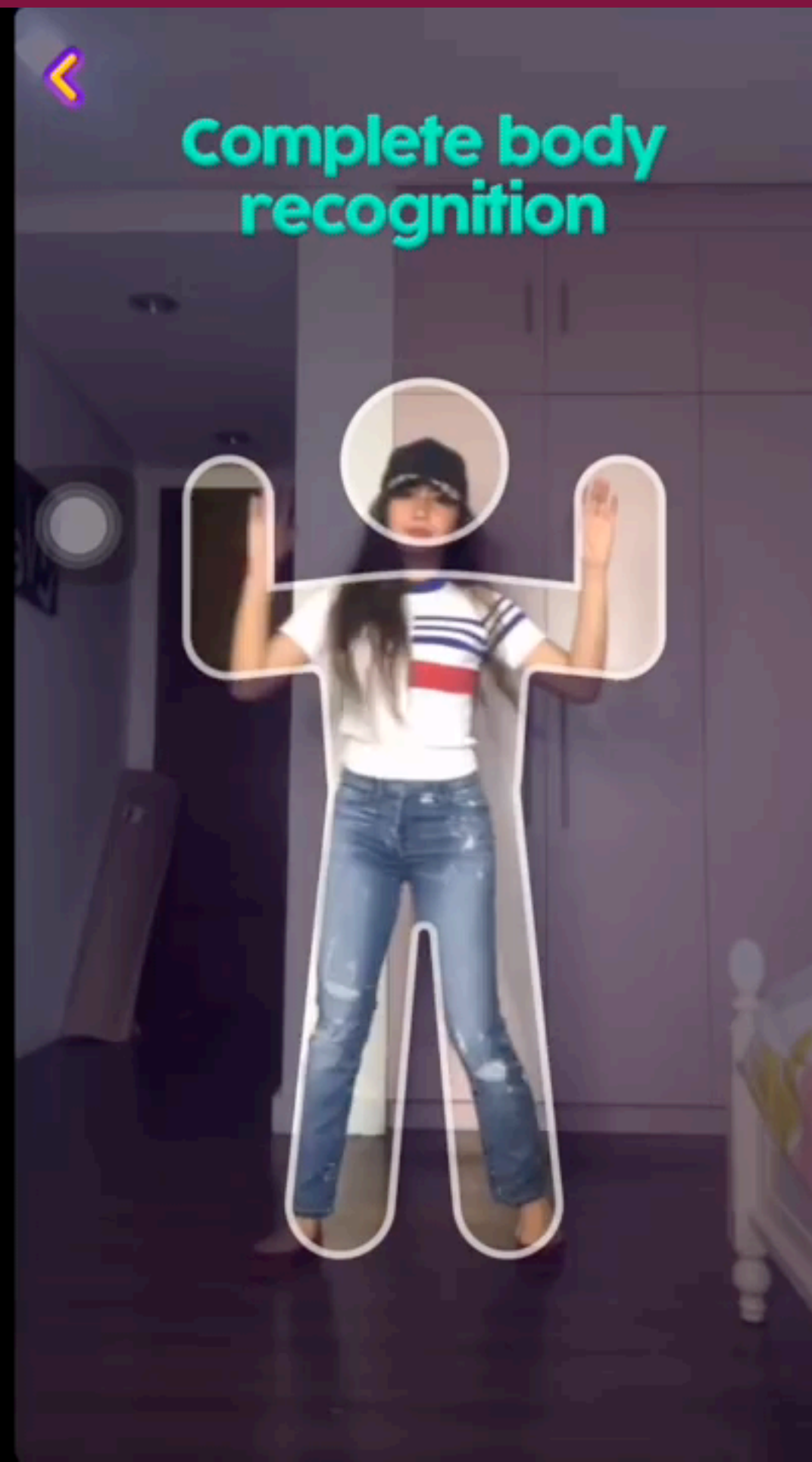
# Interaktion, Durchlässigkeit und Dialog erlaubt einfache Crossovers

- Live ↔ Interaktion (HQ, Laughexchange, ...)
- Kunst ↔ Social Media (Miquela, Avenon)
- Gaming ↔ Music (Drake, Marshmello)
- Gaming ↔ Lernen (Assasin's Creed)
- Sport ↔ Unterhaltung/Mode
- ...



# Experimente

# New Platforms = New Skills



# Experimente

Zeiglers wunderbare Welt des Fußballs:  
~3 Jahre zum Format-Plattform-Fit



12.2015

05.2016

10.2016

03.2017

08.2017

01.2018

06.2018

11.2018

04.2019

1 Mio.

# Hohe Frequenz erlaubt eine steile Lernkurve

- **Iterative Adaption an die Gegebenheiten der Plattformen**
- **Flexible Marken/Formate, die wachsen und sich entwickeln können**
- **verschiedenste Ausspiele und Experimente mit Plattformen**

# Erzählwelten und neue Erzählformen

# Best of mobile Storytelling



# Kreativität fördert Unterscheidbarkeit

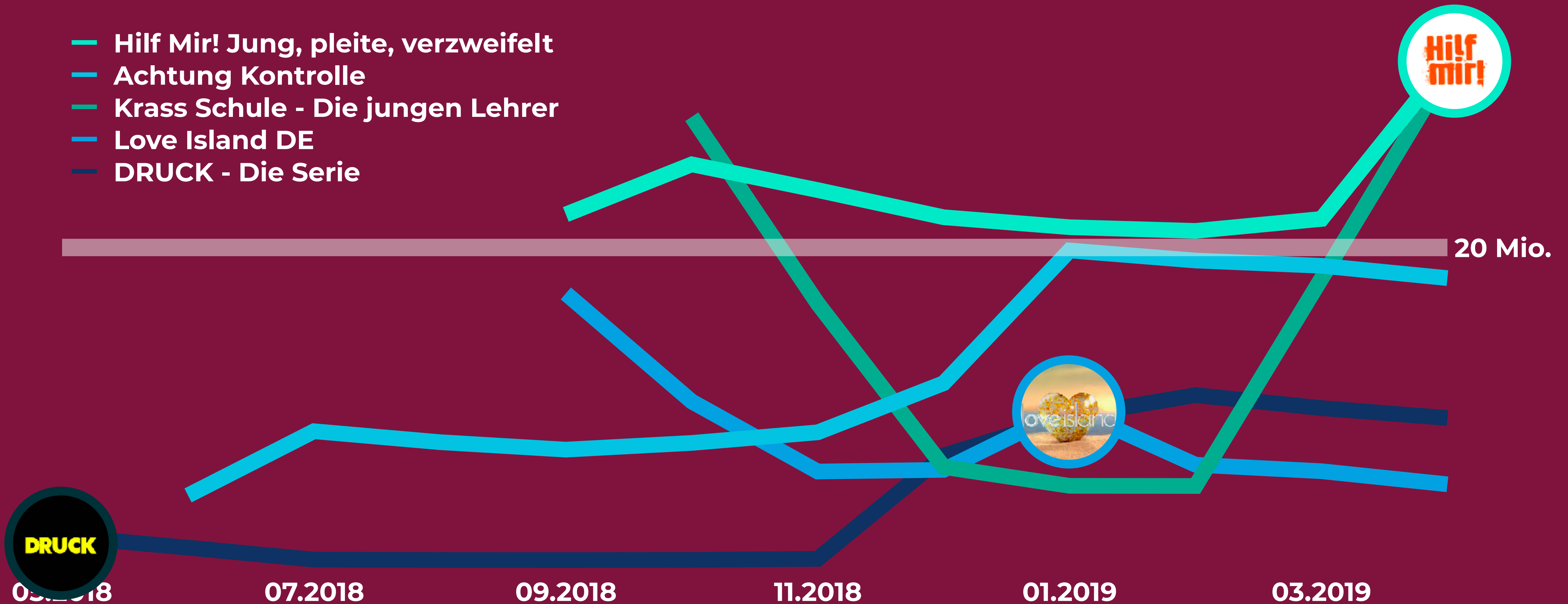
Mix & Match: Listicles,  
Explainer, Reaction  
Videos, Commentary,  
Challenge, Interview ...

„Many places cover the same news, often  
same or similar takes. Video content, narrative or  
non-fiction, is by definition, original and unique, or  
else it can't succeed. You see similar genres, but  
unique characters.“

– Christina Warren

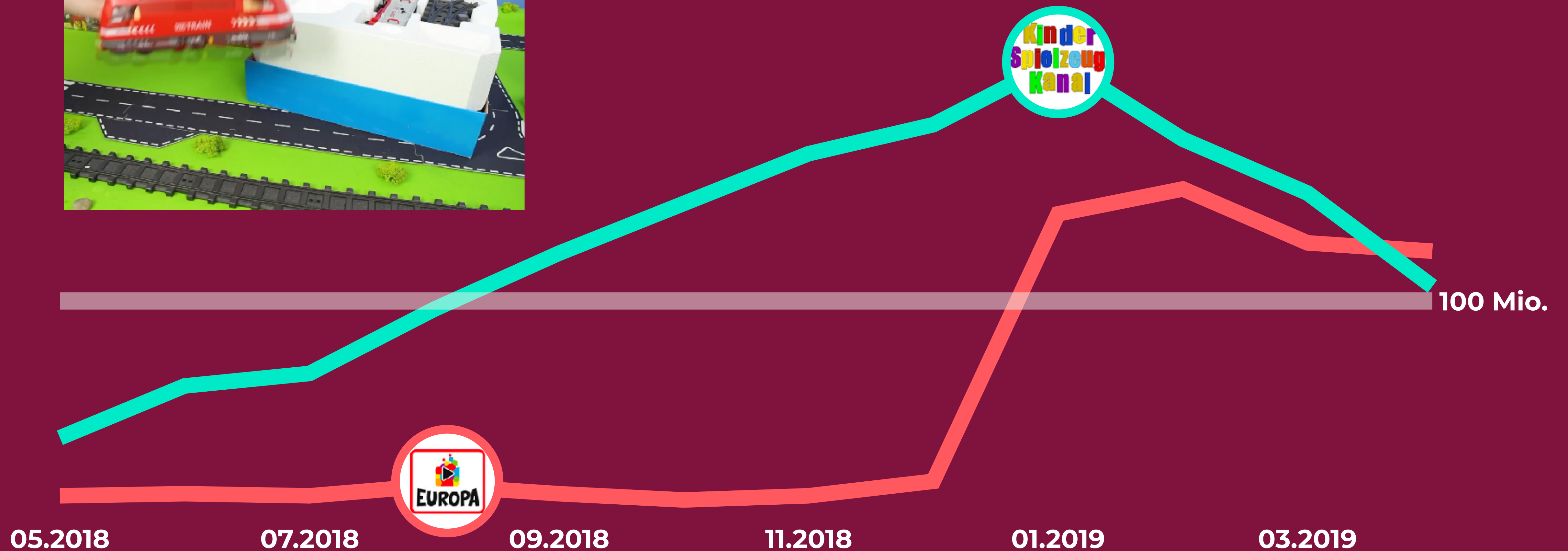
# Erzählwelten größer machen, Geschichten verlängern.

- Hilf Mir! Jung, pleite, verzweifelt
- Achtung Kontrolle
- Krass Schule - Die jungen Lehrer
- Love Island DE
- DRUCK - Die Serie



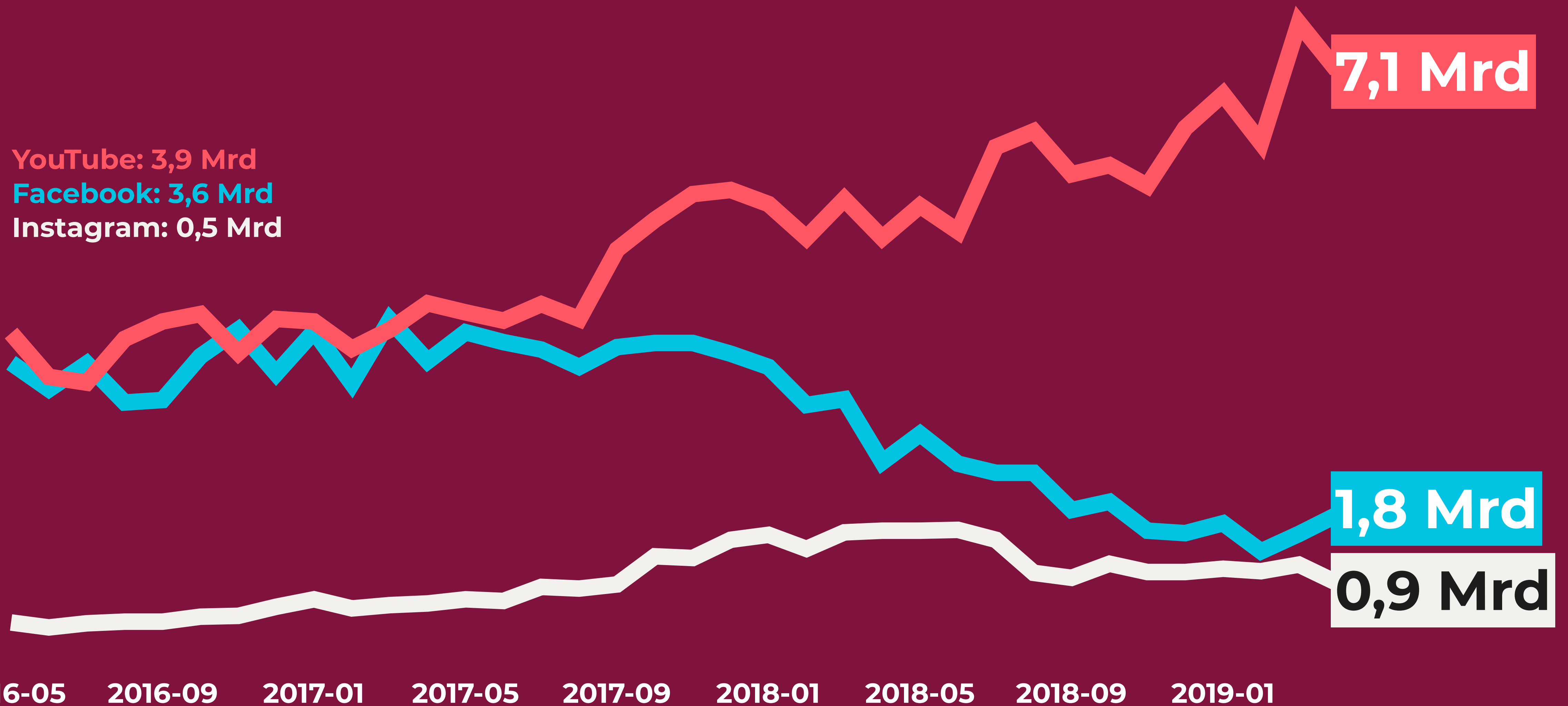


# Kinderwelten sind schon von YouTube assimiliert worden.

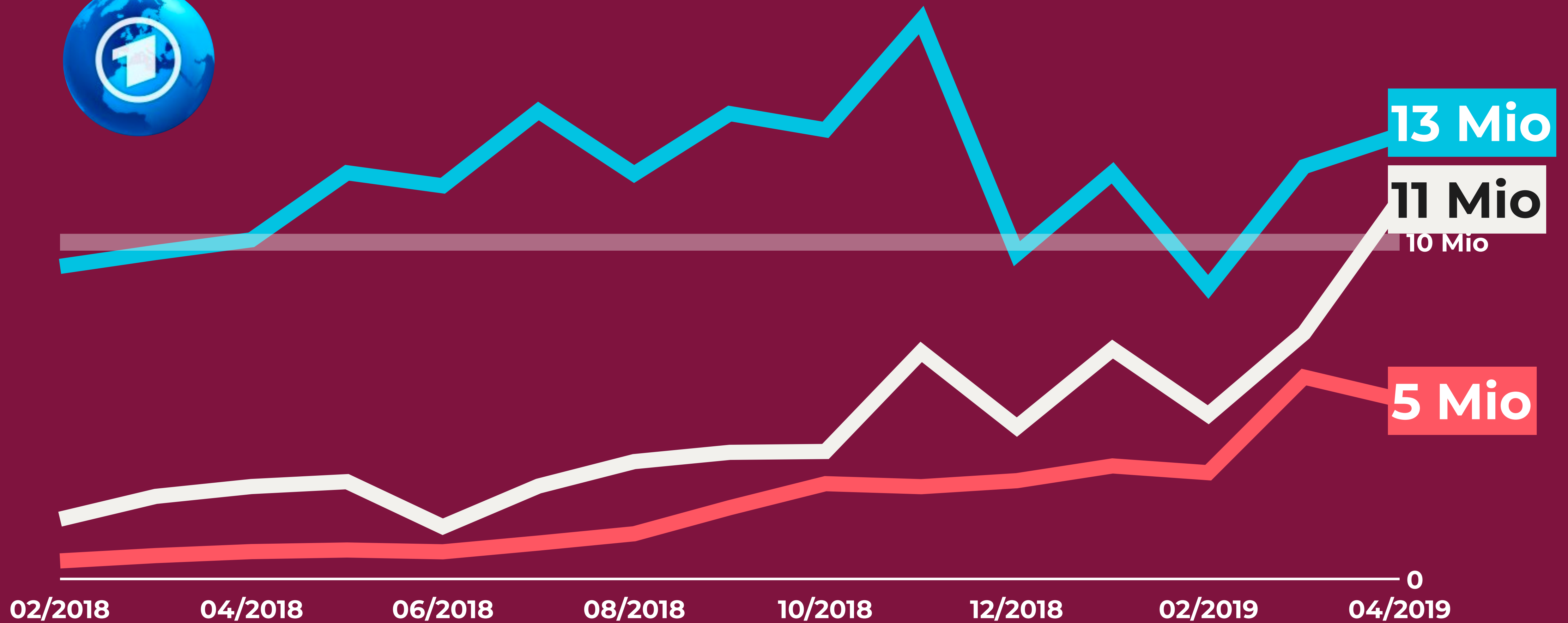


**Sichtbarkeit,  
Aufmerksamkeit und  
Bekanntheit**

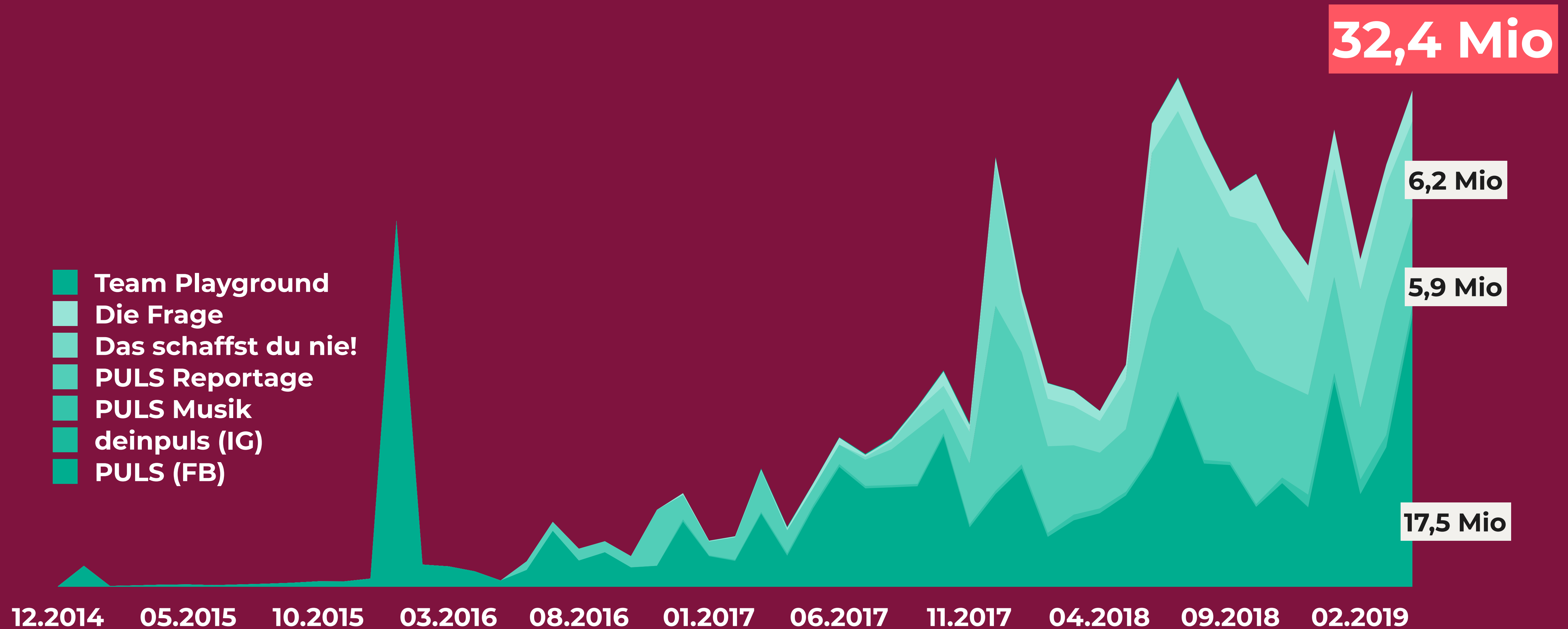
# Auf dem Rücken der Plattformen wachsen.



# tagesschau baut ihre Präsenz kontinuierlich aus.



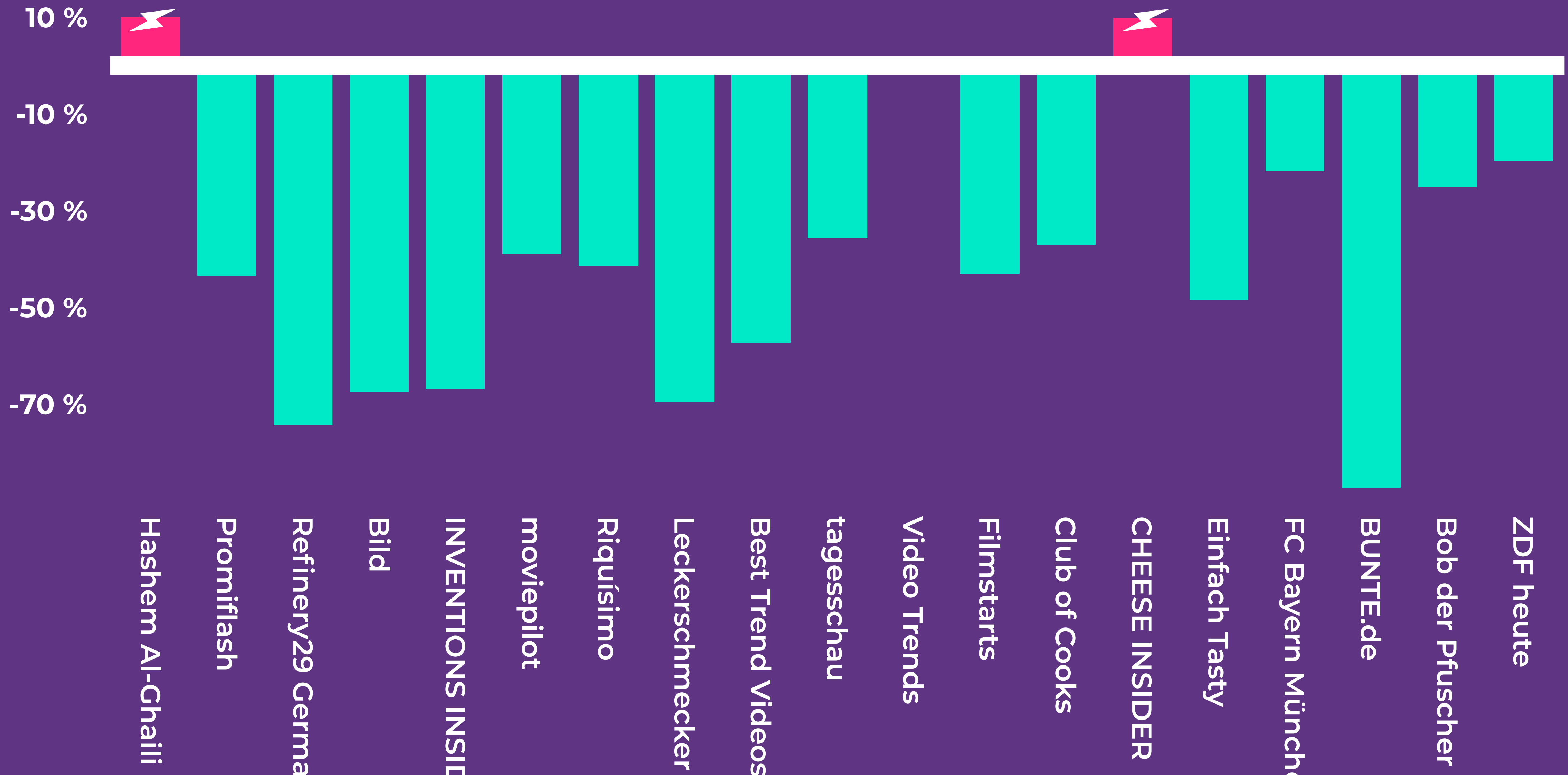
# PULS kann auch ohne UKW Reichweite aufbauen



**Was ist der Preis?**

# Abhängigkeit

# Top 20: -500 Mio. Views in 3 Monaten





# Konsequenzen sind direkt spürbar.

**-250  
Stellen  
VICE**

**-50  
Stellen  
VOX**

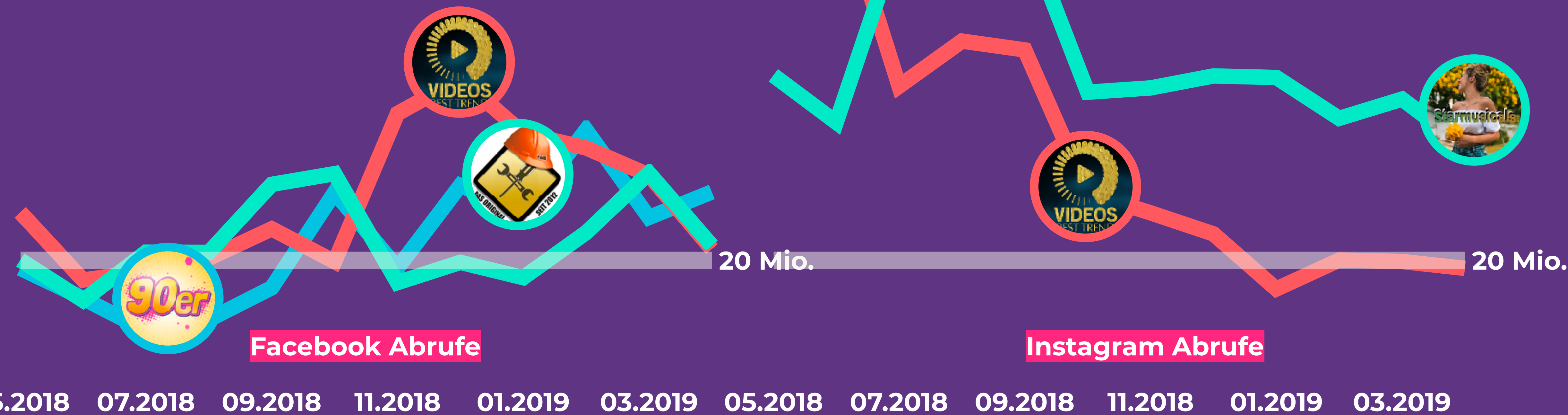
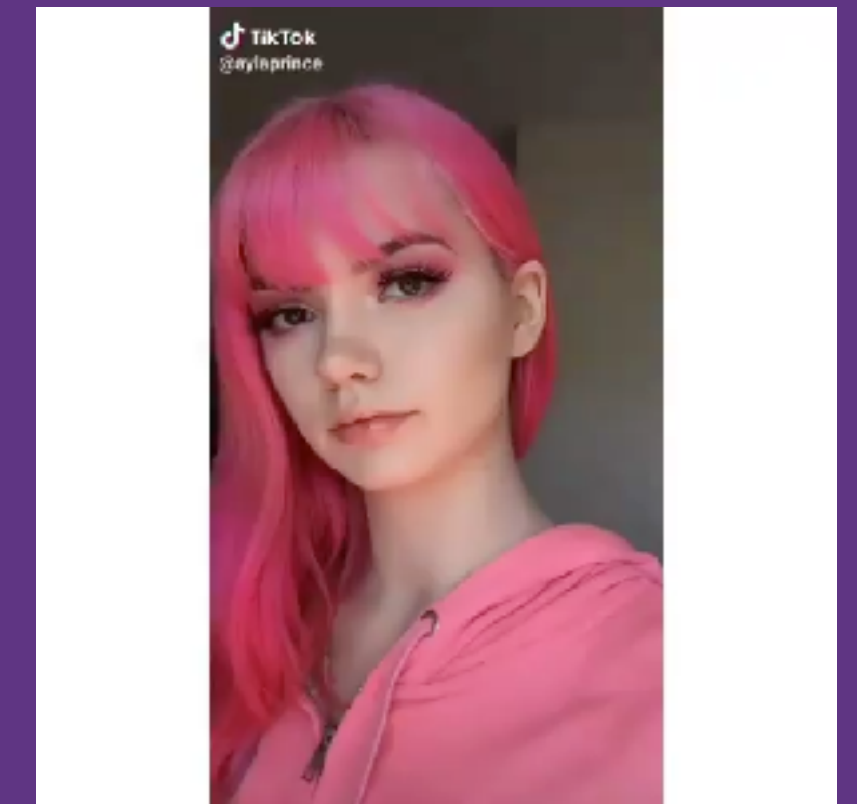
**-200  
Stellen  
Buzzfeed**

**~~Machinima~~**

**~~DEFY Media~~**

**~~Stylehaul~~**

# Konkurrenz spielt nach anderen Regeln.



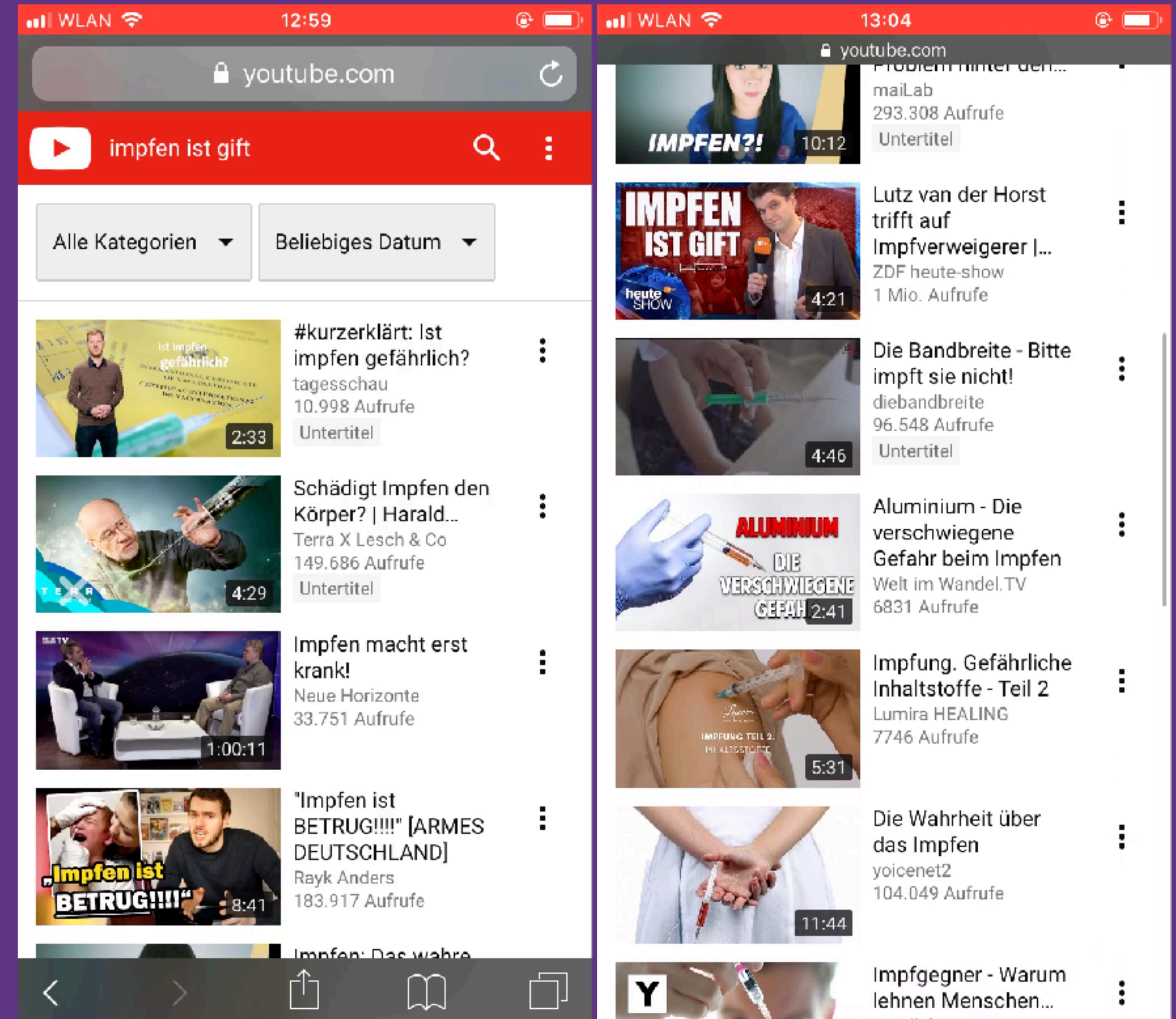
<https://www.facebook.com/PfuschAmBauGmbH/videos/2331453073642941/> Quelle: WebTV Monitor 2019, Basis: YouTube Channels in Deutschland, n= 17.454

# Problemlöser

**Plattformen halten uns vom Leben ab, indem sie uns zeigen, wie man lebt, was man will, und was man tut.**

- YouTube has been suffering a **burnout epidemic**
- **Teen Suicide** Spiked After Debut Of Netflix's '13 Reasons Why,' Study Says
- Petersen suggests that social media platforms contribute to **burnout**
- New Studies Show Just How Bad Social Media Is For **Mental Health**
- **Depression** in girls linked to higher use of social media

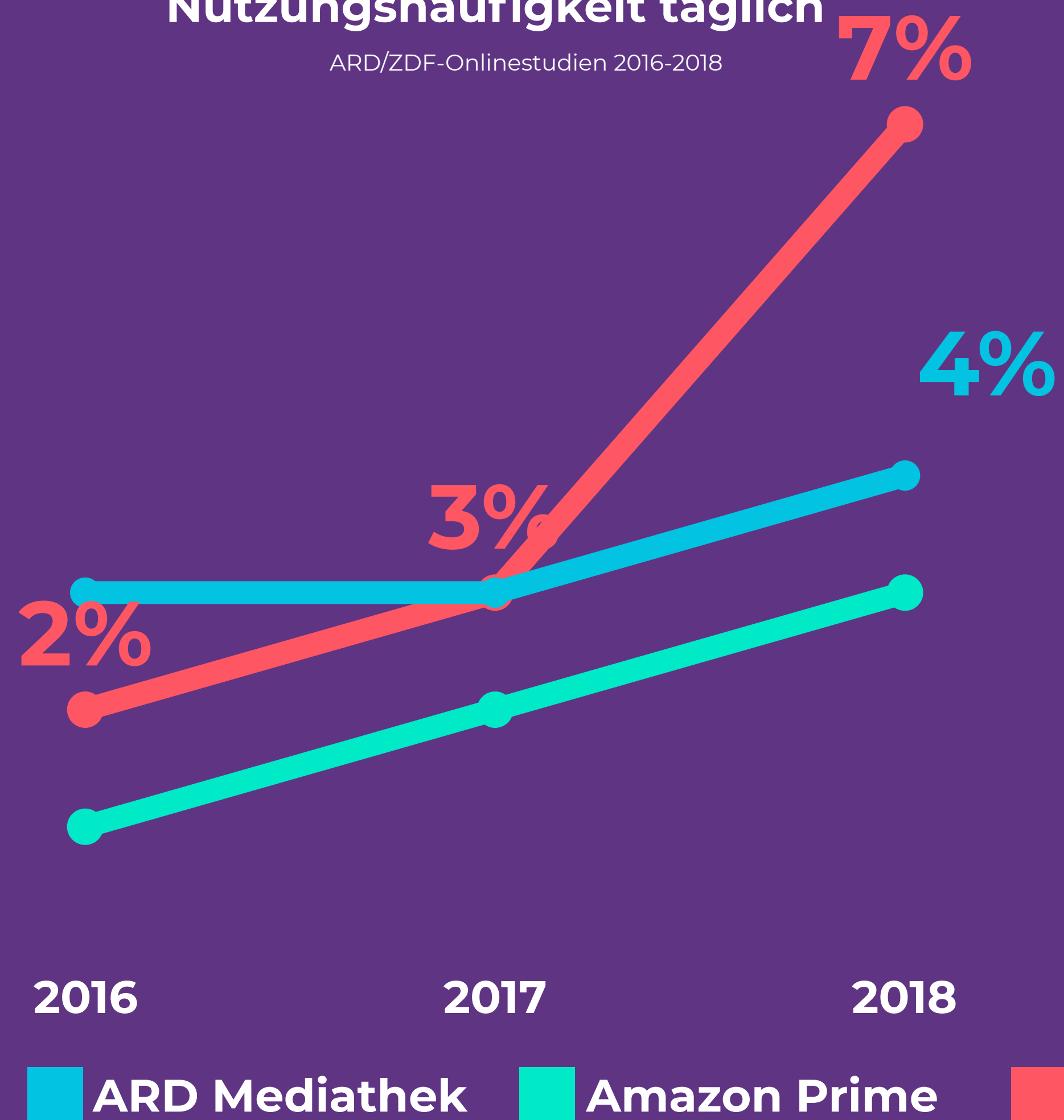
# Ruhe im Chaos



# Täglich macht den Unterschied!

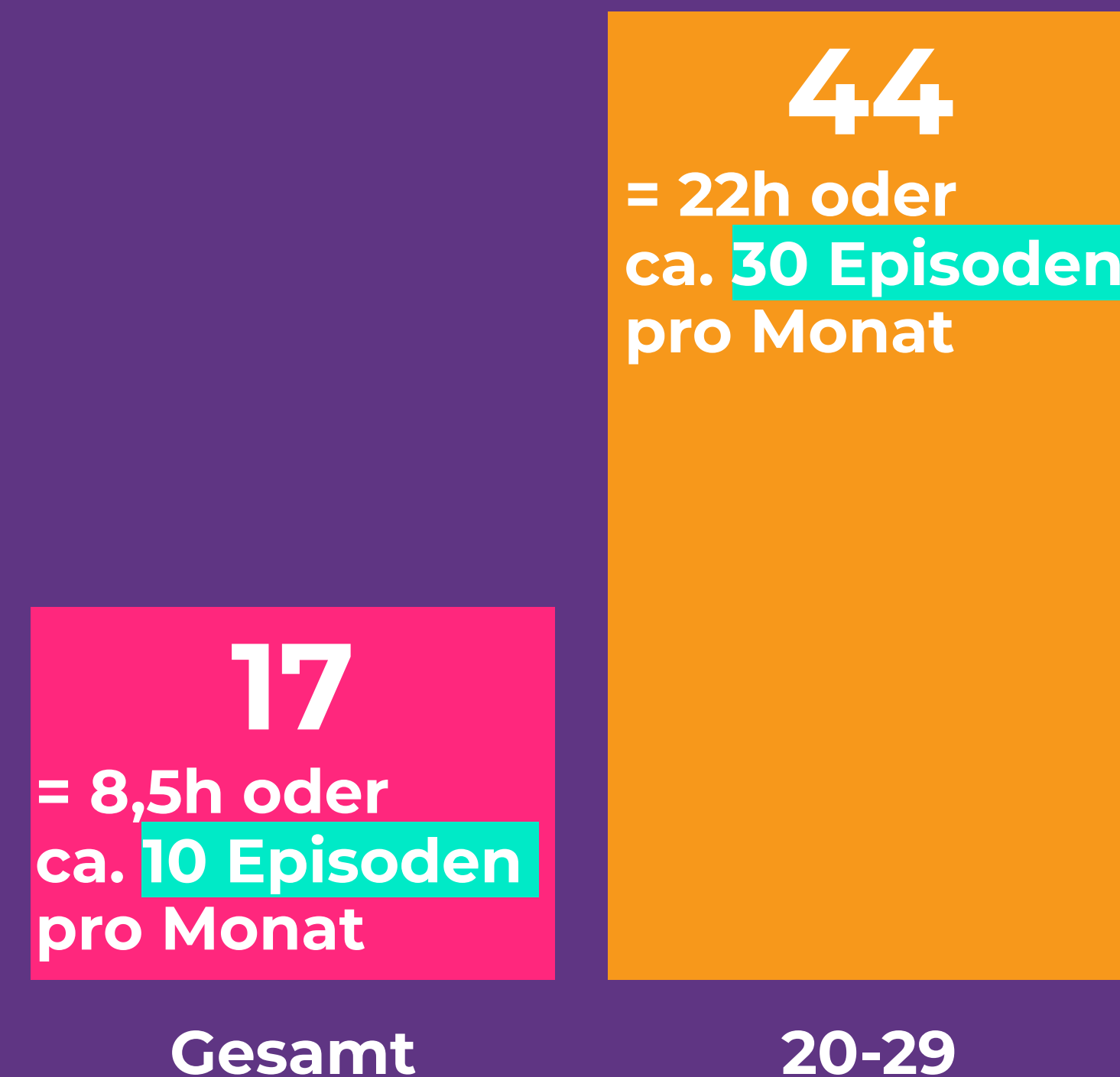
## Nutzungshäufigkeit täglich

ARD/ZDF-Onlinestudien 2016-2018



## Tägliche Nutzung in Min.

ARD/ZDF-Onlinestudien 2018



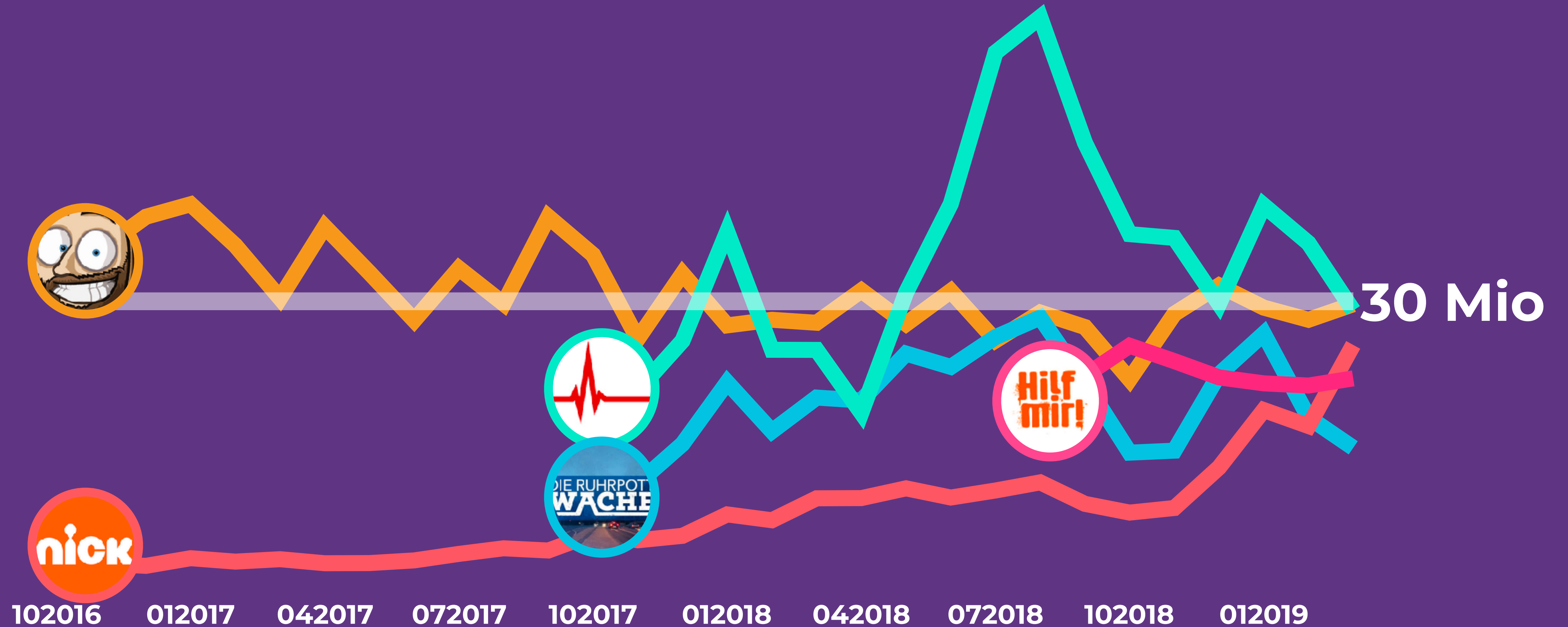
# 2x die Woche ist zu wenig.

YouTube's top creators are burning out and breaking down en masse



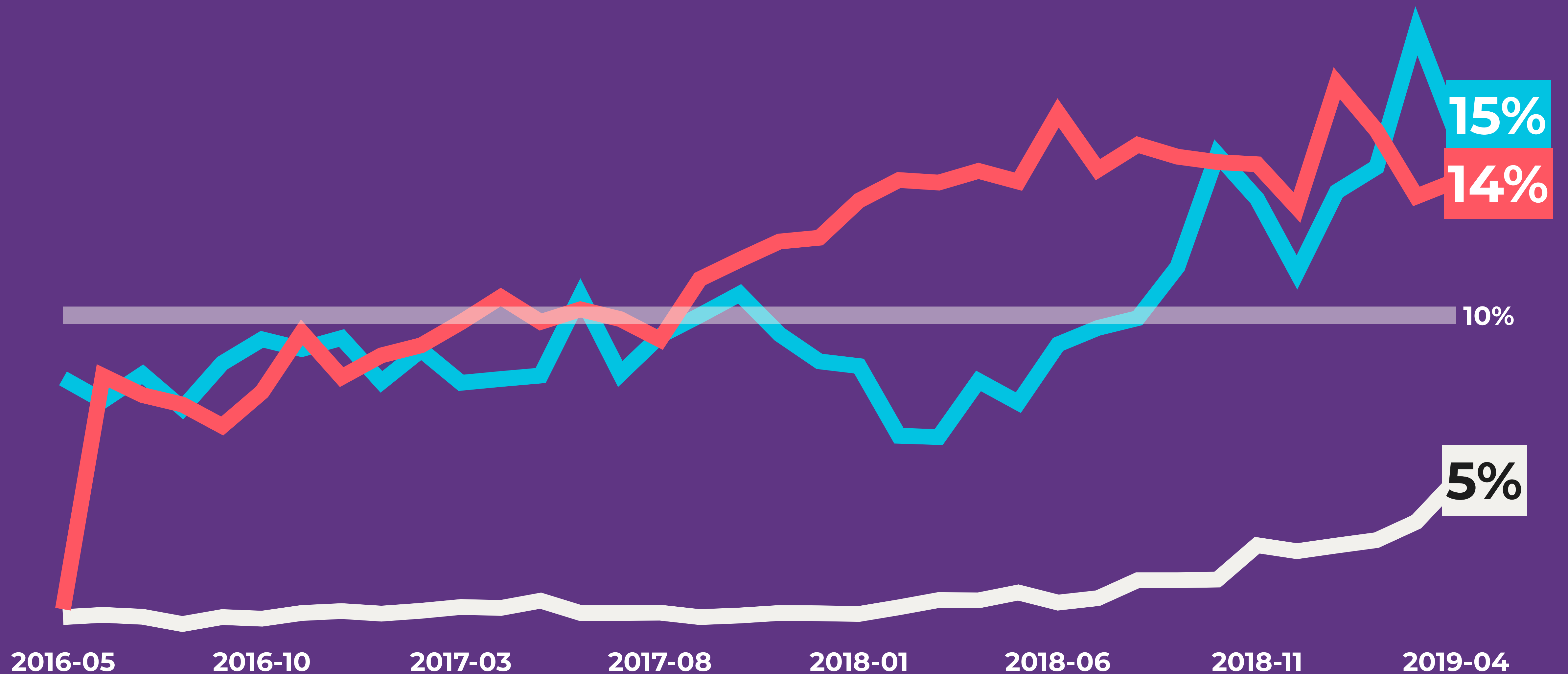
# Massiver Push von täglichen Formaten

👉 TV-Sender und Produzenten



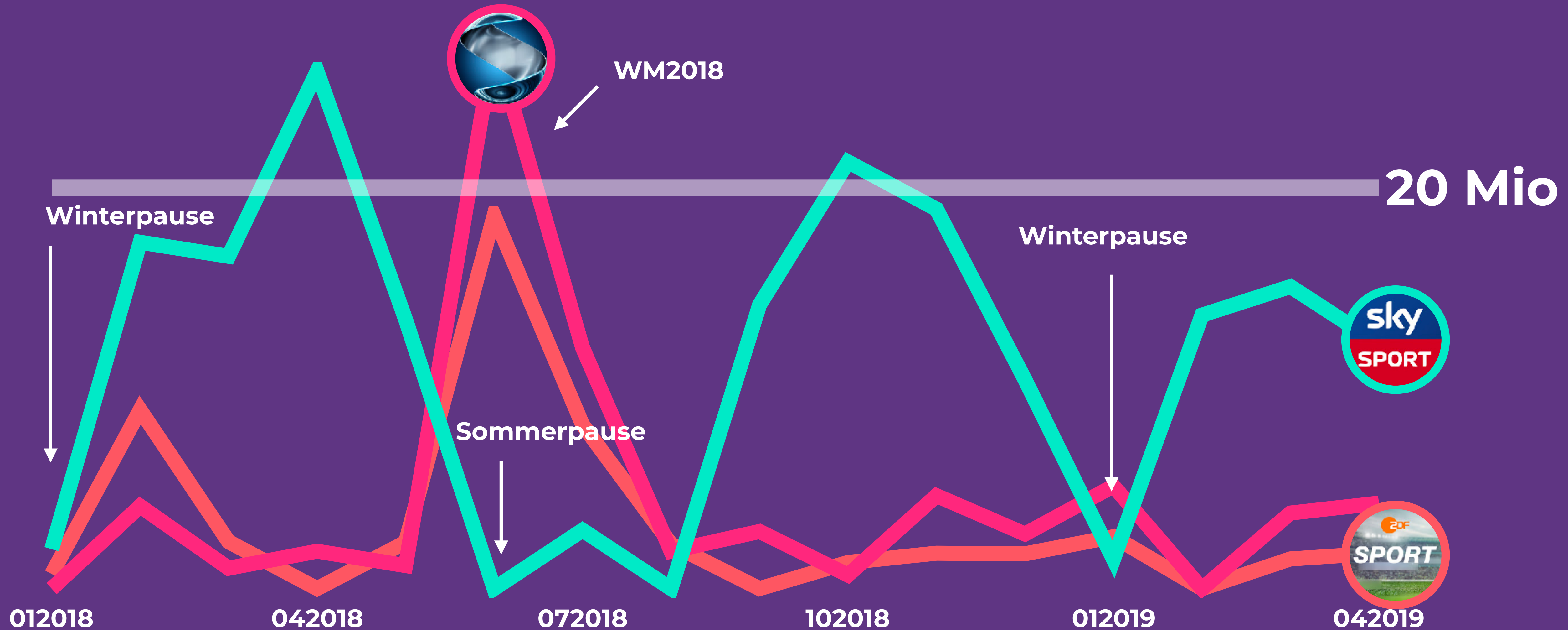


# Als Problemlöser steigern die Sender ihren Anteil an den Abrufen massiv.

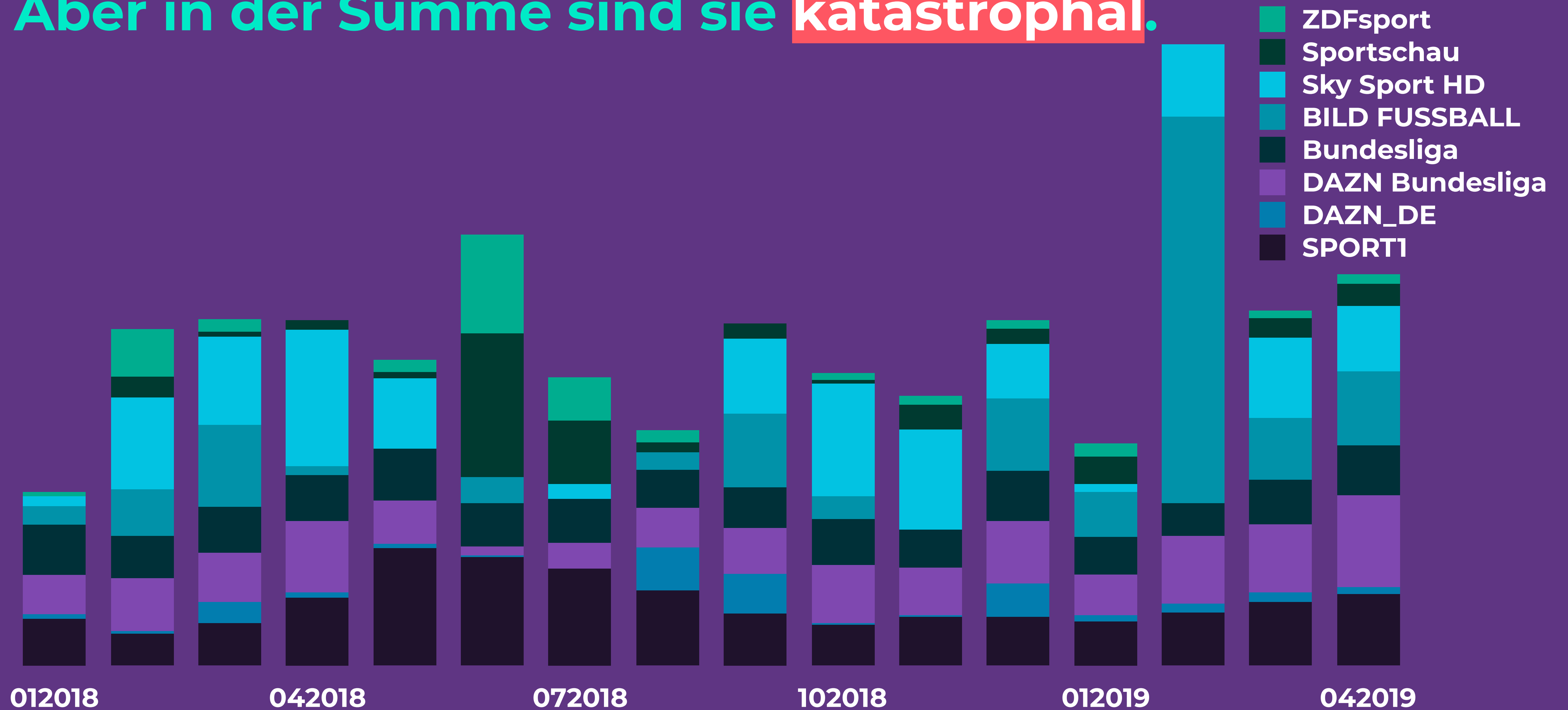


# Bezahlung in Inhalten

# Alles auf der Plattform nur Ausschnitte auf den Angeboten.



Jede einzelne Entscheidung ist nachvollziehbar.  
Aber in der Summe sind sie **katastrophal.**

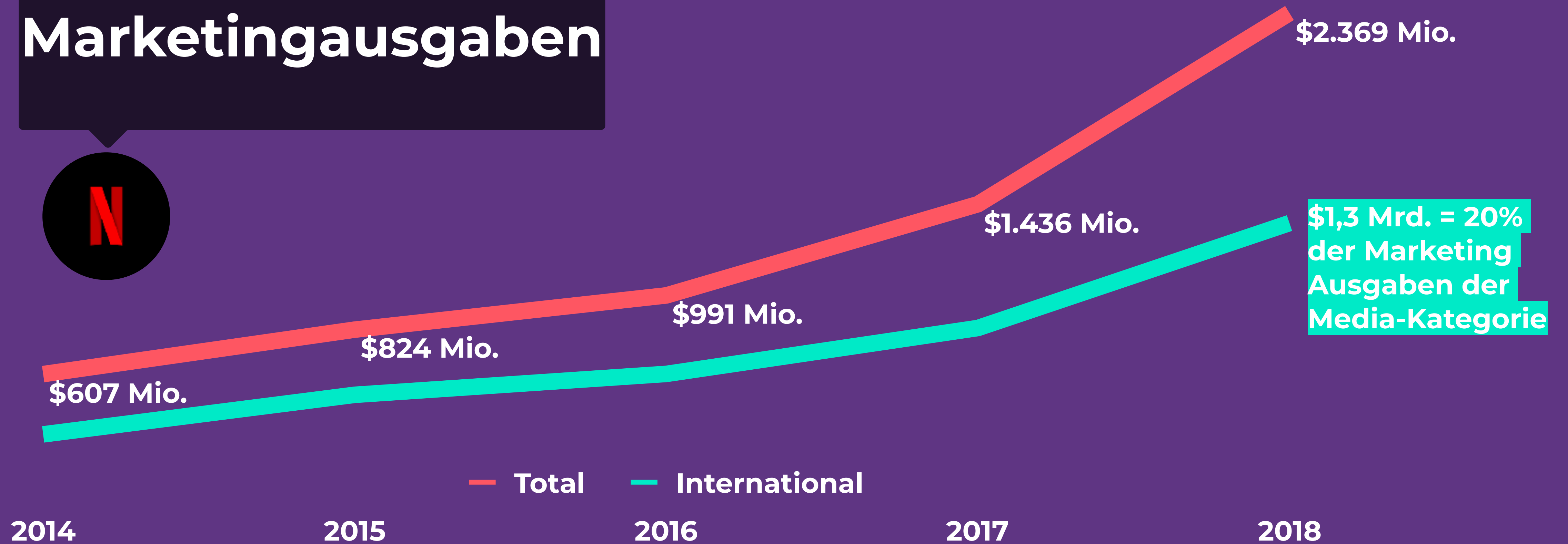


# Opportunitätskosten

# Statt in Inhalt in € bezahlen?

## Marketingausgaben

N



# Interaktive, personalisierte & immersive Erlebnisse

1000de  
Experimente



# Wir stehen gerade erst am Anfang neuer Erzählformen und -techniken.

Technologie	Anwendung
<b>Kamera</b>	Integration von Bildern, Videos und der Umgebung in die Erzählung.
<b>Bilderkennung</b>	Spiegeln von Körperhaltungen, Gesten. Abpassen eines passenden Moments. Adaption der Geschichte auf Basis der Emotion.
<b>Smart Home</b>	Interaktivität auf die Umgebung ausweiten mit Einbezug von Smart Speakern, Lichtern, ...
<b>Gyroscope</b>	Steuerung durch Gesten und Bewegungen. Handlung passt sich an die Bewegung an.
...	...



**Was ist die  
Konsequenz?**

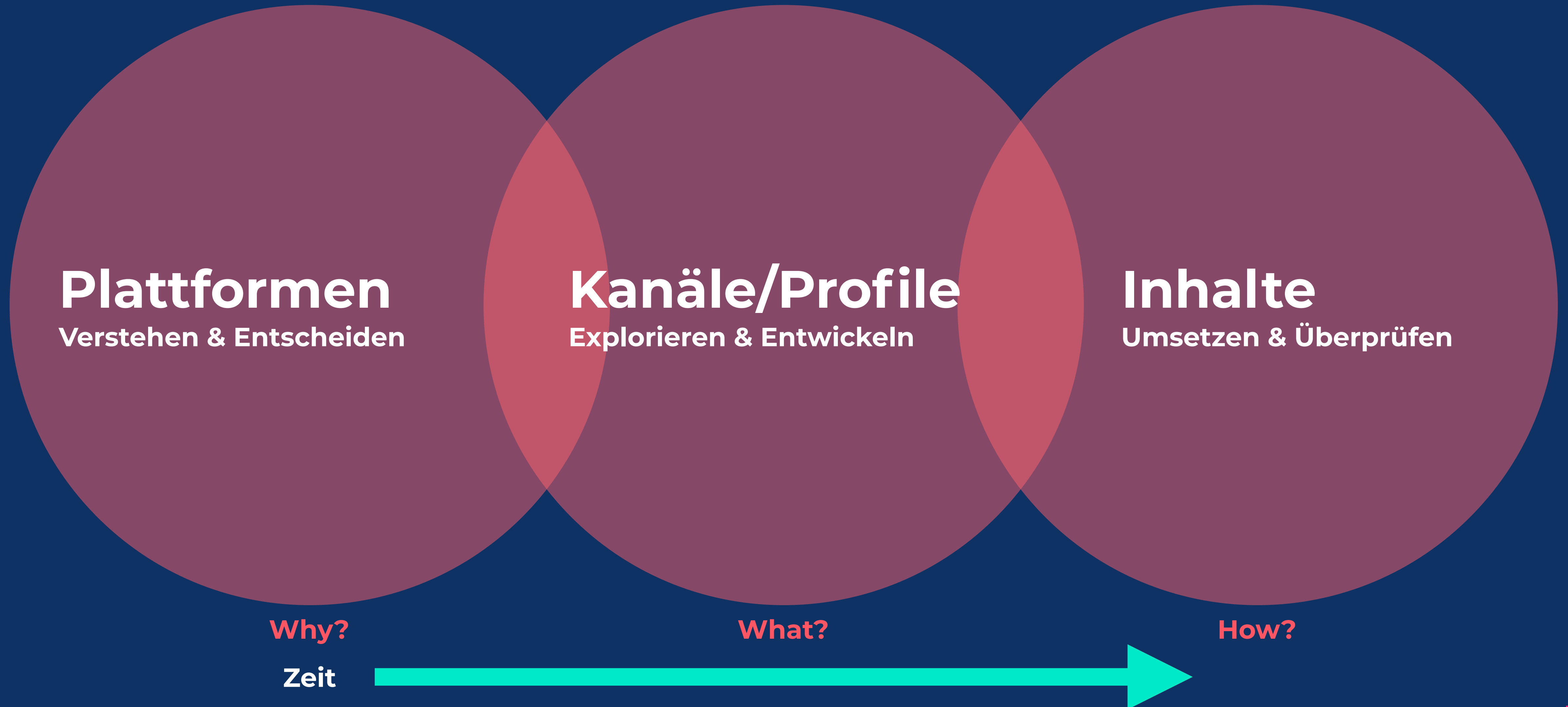
# Regelmäßige Kontrolle

Attract  
Cooperate

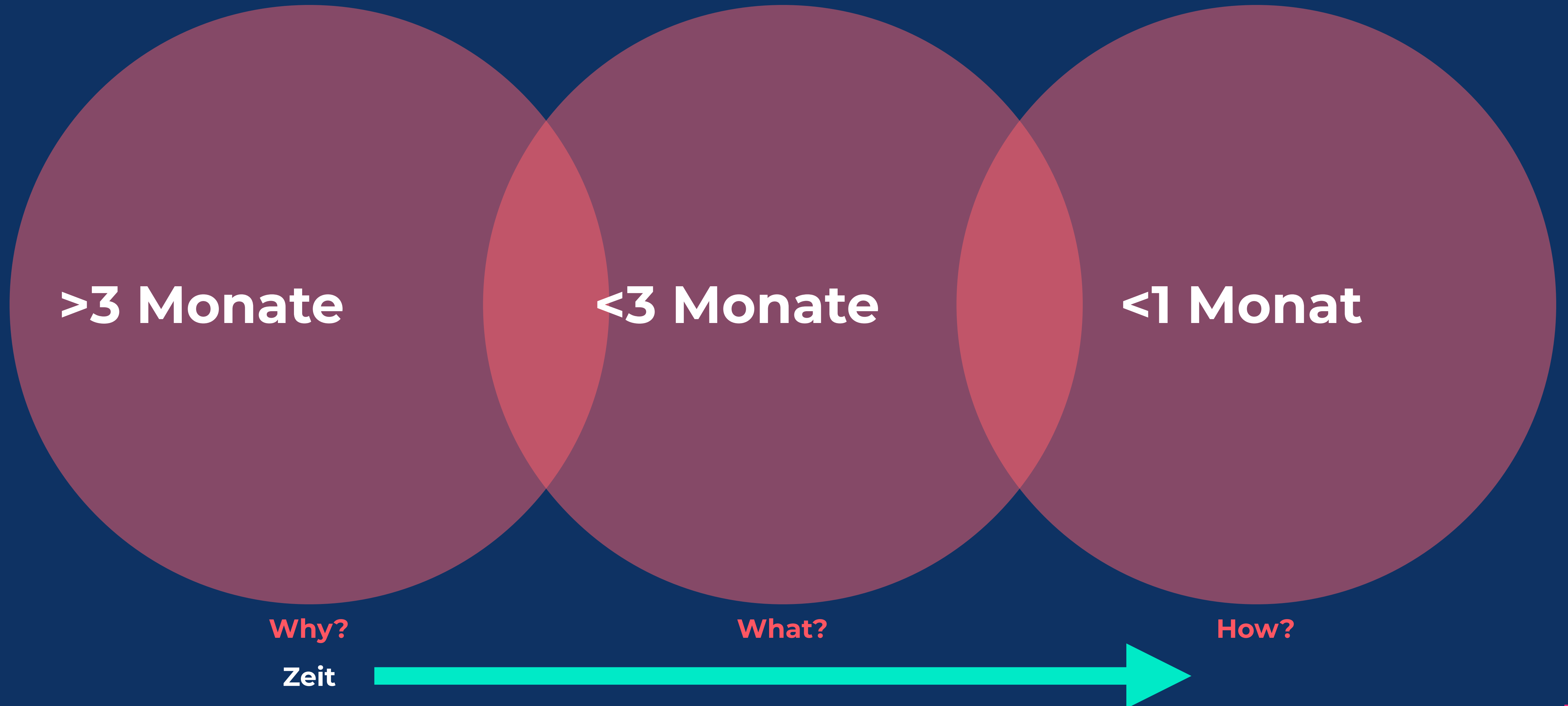
Extract  
Compete

Extract Phase

# Social braucht Disziplin



# Social braucht Disziplin



# Plattformen

Verstehen & Entscheiden

Why?

Zeit



# Social braucht Abstand: Cargo-Kult der Plattformen: „Der Algorithmus“ – „Der Newsfeed“

**„Die Gläubigen leben von der Erwartung der durch symbolische Ersatzhandlungen herbeigeführten Wiederkehr der Ahnen, die [...] Waren mit sich bringen sollen.“**

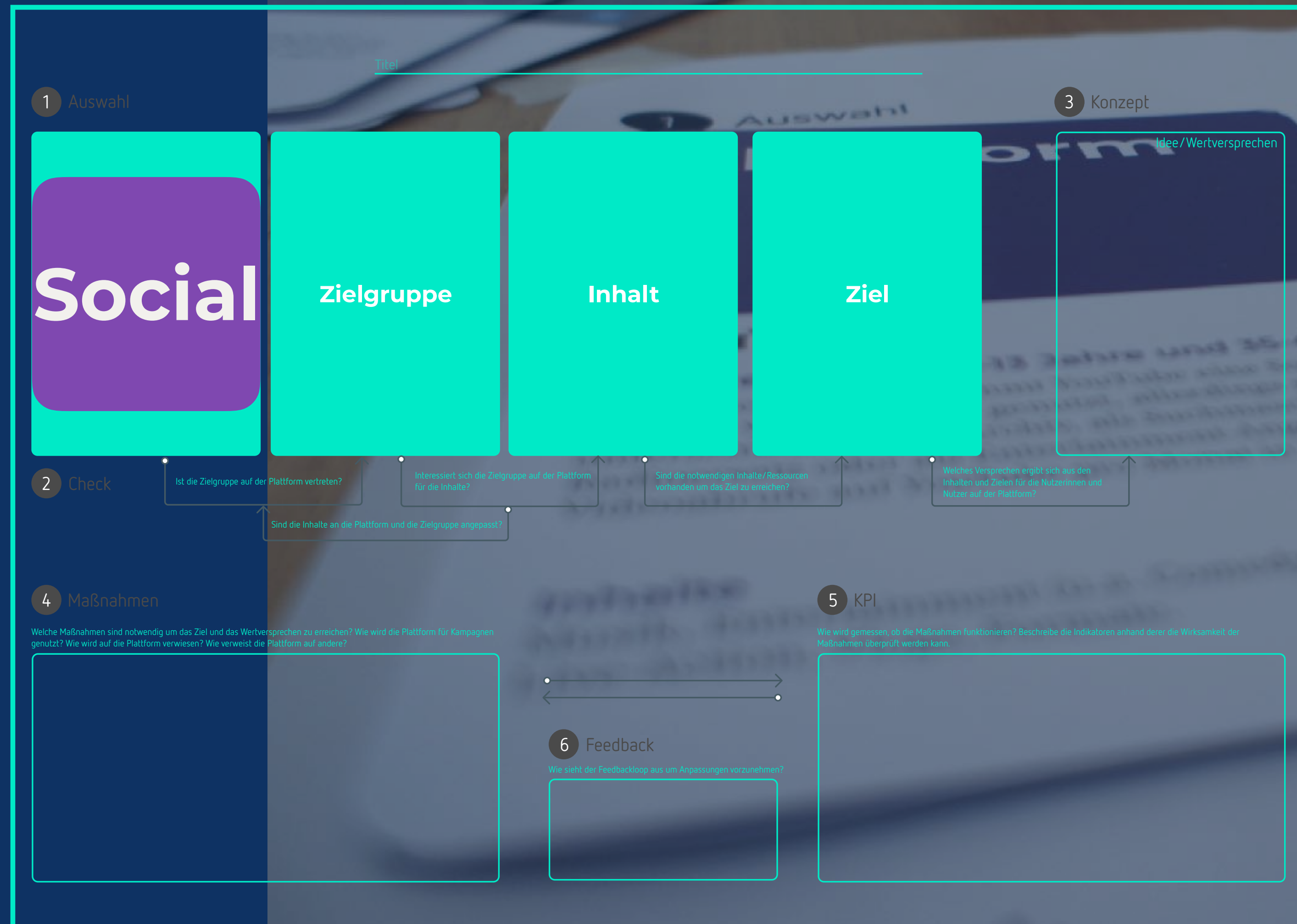
– Wikipedia

# Bewusstes agieren.

- Rewarding our biggest investments rather than our **best returns.**
- They don't try to cooperate with us, they try to convert us.

**YouTube und Facebook sind wie Kasinos. Am Ende gewinnt immer die Bank!**

# Welche Rolle spielt Social?





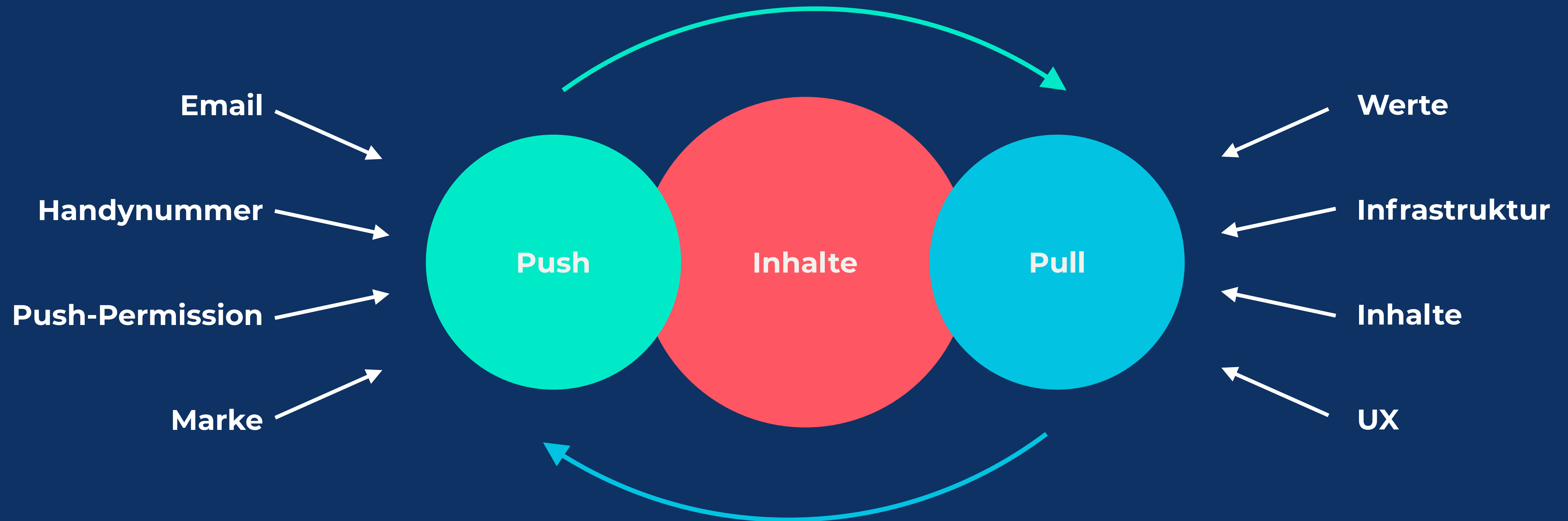
# Social als Baustein verstehen. Mit Zielen jenseits der Plattform-Metriken.

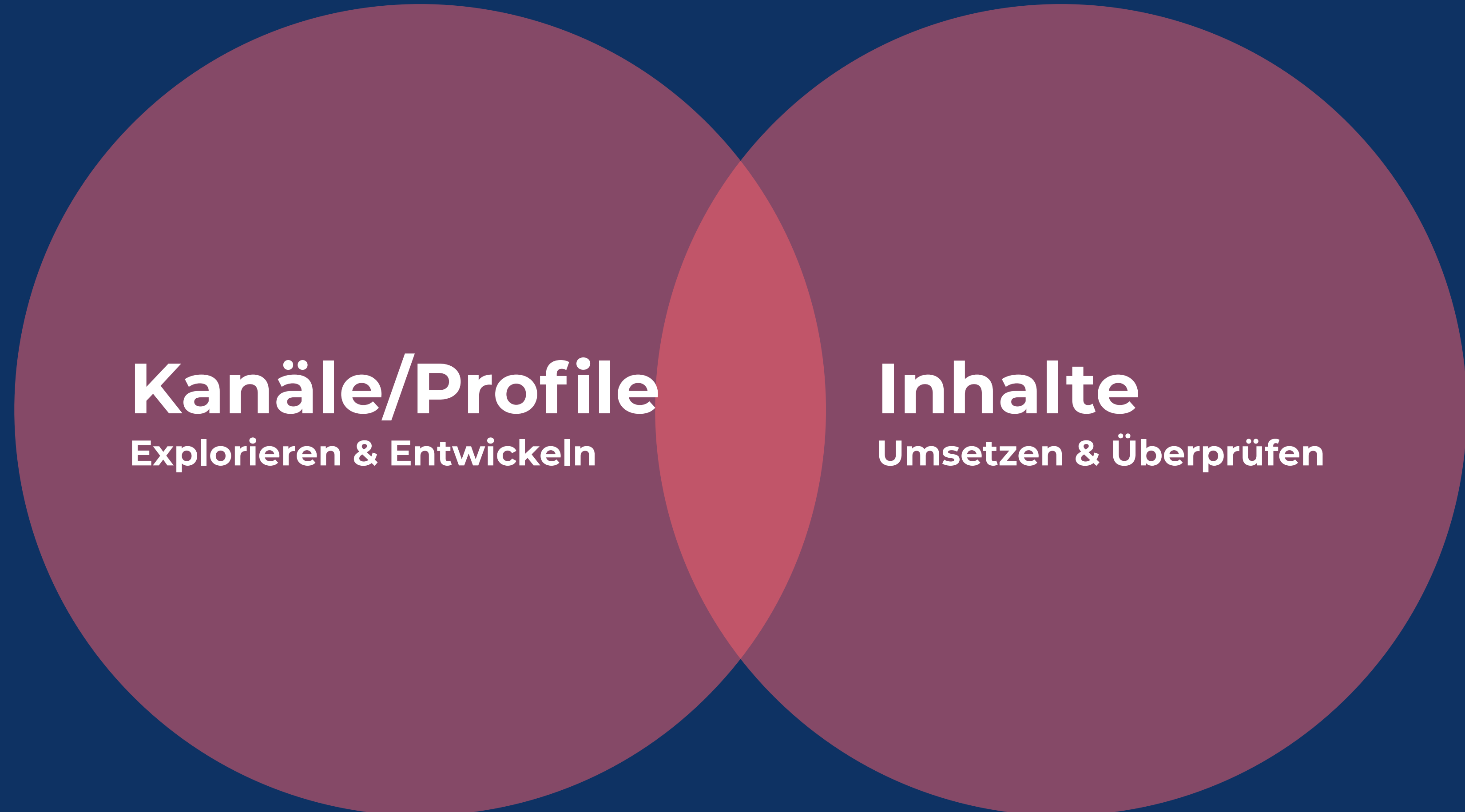


## Videos brauchen ein Publikum – nicht Traffic.

<b>Ziel</b>	<b>Ziel</b>	<b>Ziel</b>	<b>Ziel</b>
<b>Loyalität</b> Wiederholte Nutzung der Angebote. Aufnahme ins Relevant Set und Top of Mind bei der Medien-Auswahl.	<b>Reichweite</b> Mittels einer Steigerung der (vermarktbar) Reichweite Umsatz und/oder Akzeptanz verbessern.	<b>Conversion</b> Es gelingt gezielt Nutzerinnen und Nutzer zu Aktionen zu bewegen.	<b>Sichtbarkeit</b> Die eigenen Angebote, Themen und Marken sind präsent und werden bevorzugt über die verschiedenen Plattformen genutzt.

# Direkte Zugänge schaffen und eigene Metriken verwenden.





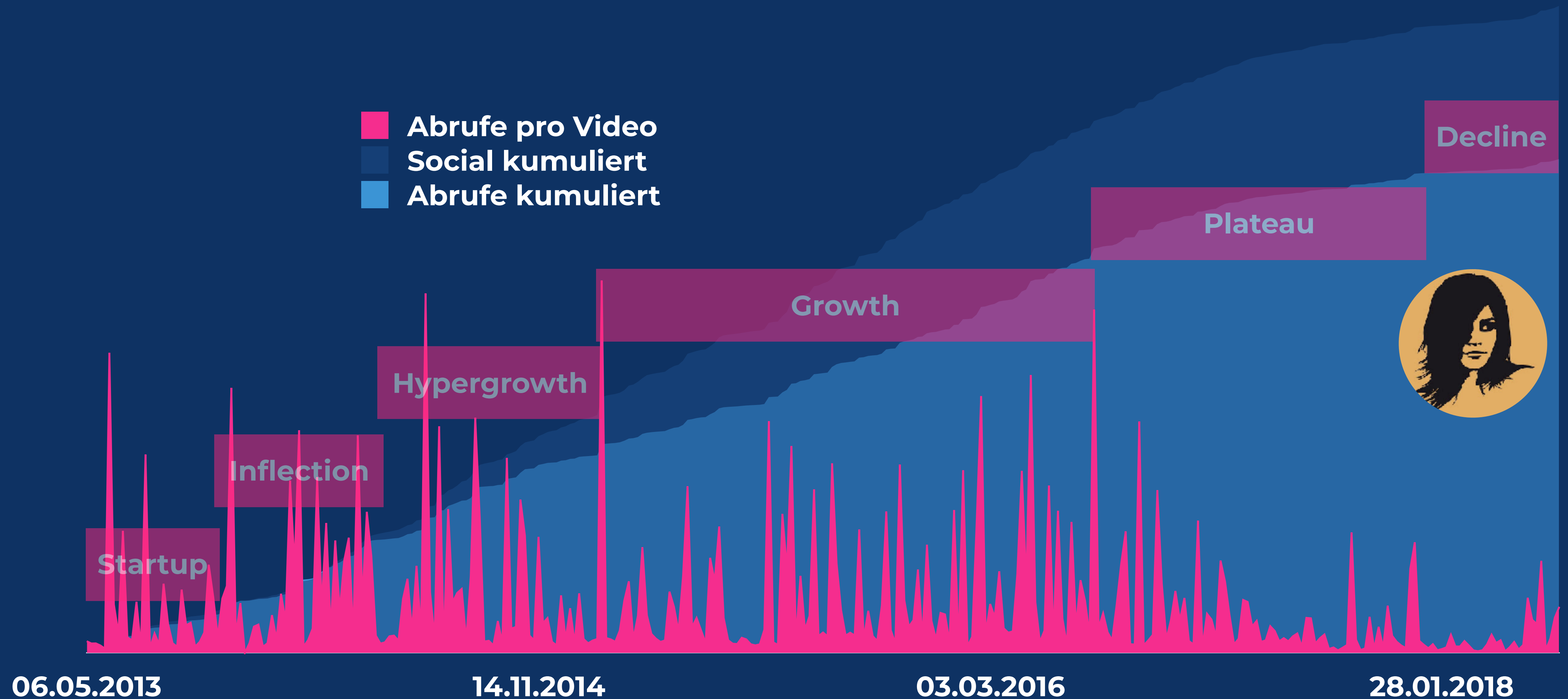
What?

How?

Zeit



# Kanäle als temporär verstehen. Bewusst den Lebenszyklus managen.



Konkrete Aktionen für Formate sind an den Lebenszyklus gekoppelt.

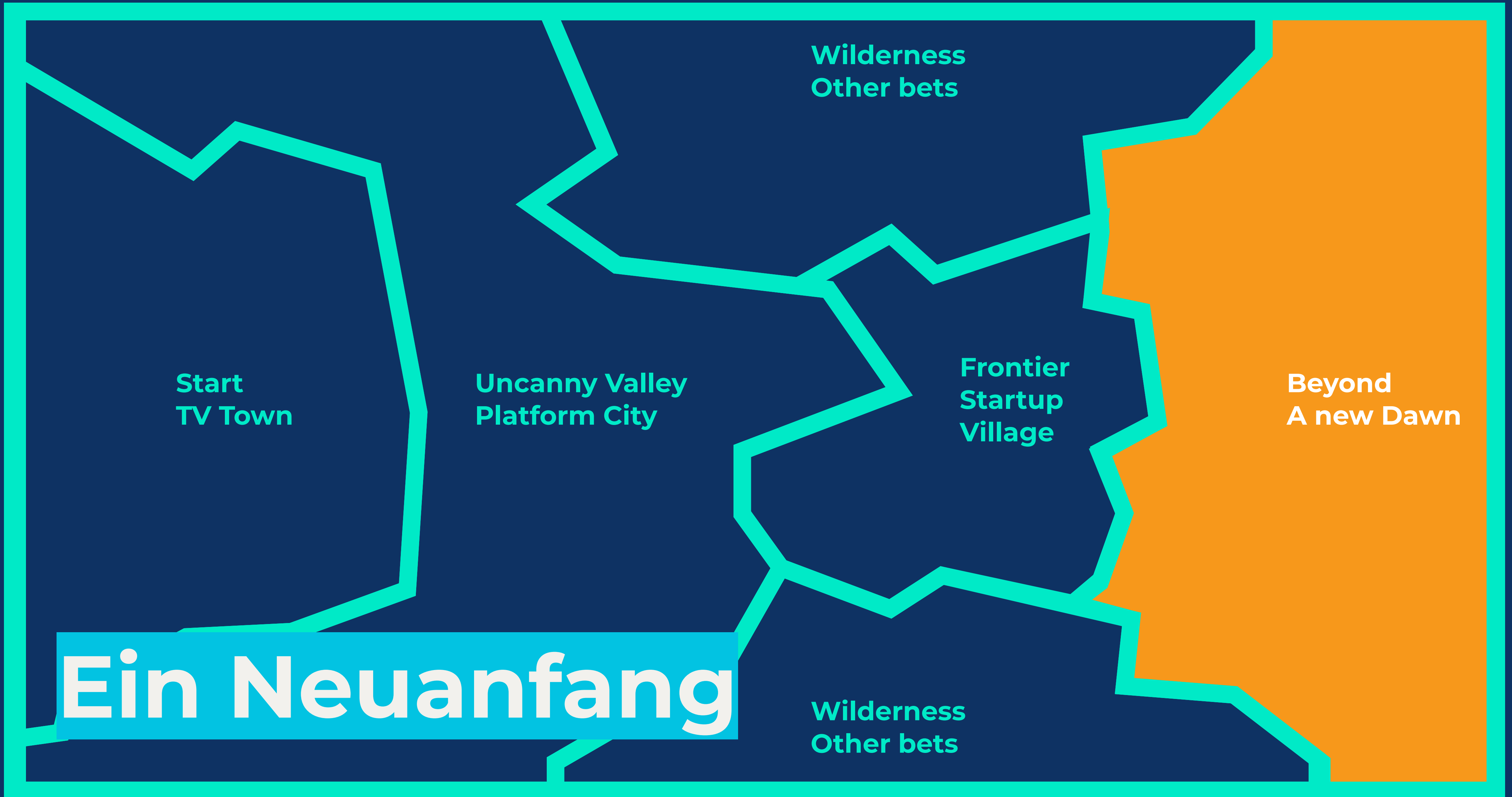


# Ökosystem entwickeln.



# State of Social in 2020?





Start  
TV Town

Uncanny Valley  
Platform City

Wilderness  
Other bets

Frontier  
Startup  
Village

Beyond  
A new Dawn

Ein Neuanfang

Wilderness  
Other bets



# Beyond Platforms

Mitmachen am  
01. und 02.08.2019  
in Berlin



[beyond-platforms.org](https://beyond-platforms.org)

A LEGO minifigure with a yellow head, blue torso, and red legs is holding a white blueprint with a diagram. The figure is standing on a wooden surface. In the background, there are various LEGO bricks and a partially assembled structure.

**Beyond  
Platforms  
Initiative**

# Vielen Dank!

**Bertram Gugel**

M: +49 179 22 1 77 63

[bertram@gugelproductions.com](mailto:bertram@gugelproductions.com)  
[www.gugelproductions.de](http://www.gugelproductions.de)