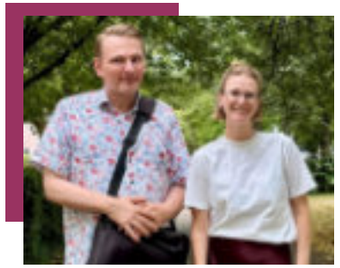
INSTITUT FÜR ANGEWANDTE NARRATIONSFORSCHUNG (IANA)

Das 2013 gegründete Institut für Angewandte Narrationsforschung,(IANA), versteht sich als interdisziplinäre Lehr-, Forschungs- und Kommunikationsplattform für anwendungsorientierte Erzähltheorie und -praxis.
Durch die Einbettung in den Kontext der Hochschule der Medien steht mediales Erzählen zwar im Mittelpunkt der Tätigkeit, aufgrund seiner interdisziplinären Ausrichtung stellt sich das Institut jedoch auch explizit die Aufgabe, die Anwendung von Narrationen bzw. die Verwendung von narrativen Methoden in anderen Wissens- und Handlungsfeldern (z. B. Beratung und Therapie, Unternehmens- und Organisationsentwicklung, Organisationskommunikation, Bewerbungstraining) mit einzubeziehen. Damit fördert das Institut auch den Dialog zwischen Forschung und Praxis in den einzelnen Wissenschaften und Bereichen. Insbesondere sollen verschiedene Anwender (Medienunternehmen, Organisationen) durch gezielte Forschung bei ihrer Arbeit unterstützt und die narrative Kompetenz ihrer Mitarbeiter durch Fortbildungen gestärkt werden.



Institutsleitung:
Prof. Dr. Janna Heine
Prof. Jørn Precht

Schirmherren:
Roger Spottiswoode
Prof. Dr. Michael Müller

Vorstandsmitglieder:
Prof. Dr. Vera Spillner
Prof. Hannes Stöhr

Homepage: www.narrationsforschung.de

11. STORYTELLING-CAMP STUTTGART

Das diesjährige Storytelling-Camp bringt das aktuell auf dem globalen Medienmarkt meist diskutierte Phänomen nach Stuttgart: Microdramen, auch bekannt als „Verticals". Die im 9:16-Format gedrehten fiktionalen Serien, deren Folgen in der Regel nur eine bis zwei Minuten dauern und auf dem Smartphone problemlos unterwegs konsumiert werden können, haben ihren Weg aus China, Südkorea oder den USA inzwischen auch nach Deutschland gefunden. Fünf Beiträge werden aus wissenschaftlicher und praktischer Perspektive die dramaturgischen Eigenschaften von Microdramen, ihre konzeptionellen Besonderheiten und ihre Bedeutung für den Medienmarkt beleuchten.

Den ersten Block am Vormittag eröffnet Prof. Dr. Janna Heine (Hochschule der Medien) mit einer Keynote, in der sie das Storytelling von Microdramen vor dem Hintergrund ihrer Monetarisierungsstrategien beleuchtet. Anschließend stellt Isabelle Kallenberg im Gespräch mit Prof. Jørn Precht (Hochschule der Medien) die Ergebnisse ihrer Bachelorarbeit vor. Darin hat sie sich mit narrativen Verdichtungsstrategien im chinesischen Microdrama beschäftigt. Den ersten Block beenden José A. Diego und Jann Jordan (Philipp und Keuntje) mit Einblicken in die Praxis. Sie erklären, welche Bedeutung Microdramen im Agenturalltag haben und wie sie das Social-Media-Marketing verändern.

Praxisorientiert geht es am Nachmittag mit zwei Case Studies weiter. Zunächst stellt Meriem Rebai (reelistiq) in einer Case Study Deutschlands erstes Branded Vertical „Aminho – The Challenge" vor und zeigt, wie aus dem echten Leben des Content Creators Aminho u.a. mit Hilfe von KI eine Marketingkampagne für Skechers wurde. Dass Microdramen nicht nur kommerziell, sondern auch kulturell relevant sein können, zeigt die zweite Case Study zu „Between the Beats". Das Vertical wurde produziert im Auftrag vom Saarländischen Rundfunk und radio Bremen und ist auf TikTok zu sehen. Die Drehbuchautorin Su-Jin Song berichtet über den Entstehungsprozess und erklärt, welche Bedeutung südkoreanisches Storytelling für das Format hatte. Der Tag endet mit einer gemeinsamen Abschlussdiskussion und Zeit für persönlichen Austausch.

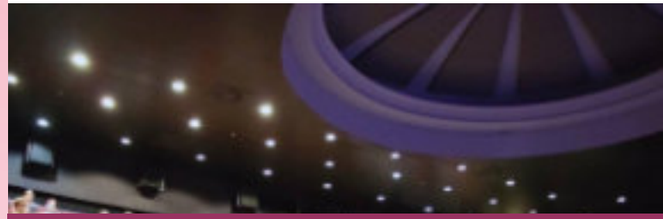
Freitag, 4. Dezember 2026
10:00 Uhr bis 16:00 Uhr

Veranstaltungsort:
Hochschule der Medien Stuttgart
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart-Vaihigen
Raum 052 (Hardcut)

Anmeldung:
precht@hdm-stuttgart.de

Bei inhaltlichen Fragen:
Prof. Dr. Janna Heine (heine@hdm-stuttgart.de)
Prof. Jørn Precht (precht@hdm-stuttgart.de)

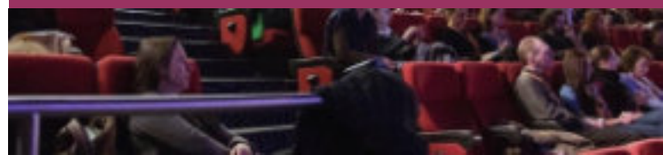
Teilnahmegebühren entfällt dieses Jahr



11. STORYTELLING-CAMP STUTTGART



TAGUNG
IM RAHMEN DER FILMSCHAU BADEN-WÜRTTEMBERG
4. DEZEMBER 2026, 10:00 BIS 16:00 UHR
HOCHSCHULE DER MEDIEN



PROGRAMM

09:30 Uhr | Einlass
Hochschule der Medien

10:00 Uhr | Begrüßung
Prof. Dr. Boris Alexander Kühnle
Rektor der Hochschule der Medien Stuttgart

10:10 Uhr | Einführung
Prof. Dr. Janna Heine
Prof. Jørn Precht
Institutsleitung des IANA

10:15 Uhr | Keynote: Micro Drama, Macro Money.
Storytelling für die Paywall
Prof. Dr. Janna Heine
Hochschule der Medien

11:00 Uhr | Talk: Narrative Verdichtungsstrategien
in chinesischen Microdramen
Isabelle Kallenberg
Prof. Jørn Precht

11:45 Uhr | Keynote: Ist das noch Social?
Microdramen im strategischen Marketing
José A. Diego
Executive Creative Director Philipp und Keuntje
Jann Jordan
Creative Director Social Philipp und Keuntje

12:30 Uhr | Mittagspause

13:45 Uhr | Case Study: „Aminho – The Challenge“
Von der wahren Geschichte zu
Deutschlands erstem Microdrama
Meriem Rebai
Gründerin von reelistiq

14:45 Uhr | Case Study: „Between the Beats“.
Transkulturelles Storytelling im Microdrama
Su-Jin Song
Autorin „Between the Beats“

15:45 Uhr | Abschlussdiskussion & Ausblick
Prof. Dr. Janna Heine
Prof. Jørn Precht

Zum Ausklang laden wir Sie herzlich zu einem Umtrunk ein.

DIE REFERENTEN

Prof. Dr. Janna Heine



Prof. Dr. Janna Heine ist Professorin für Medienanalyse und Medienkonzeption an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Zuvor realisierte sie als Producerin Kino-spiel- und Dokumentarfilme, die auf renommierten internationalen Festivals gezeigt und u.a. beim Deutschen Filmpreis ausgezeichnet wurden. Darüber hinaus sammelte sie Führungserfahrung im Bereich strategische Kommunikation und Marketing. Ihre Dissertation „Ästhetiken der Irritation. Kosmopolitismus am Beispiel des iranischen Kinos“ ist im Logos Verlag erschienen.

Meriem Rebai



Meriem Rebai ist Filmregisseurin, Drehbuchautorin und Gründerin von reelistiq, Deutschlands erster Agentur für Vertical Drama. Mit über zwölf Jahren Erfahrung in Film und Serienproduktion – u.a. bei kurhaus production – entwickelt sie fiktionale Serienformate, die Marken mit narrativer Tiefe verbinden. Aktuell arbeitet sie an ihrem Regie-Debütfilm Hamra, einem Action-Drama, das in Frankreich spielt.

Isabelle Kallenberg



Isabelle Kallenberg Masterstudentin im Bereich Audiovisual Media Creation and Technology mit Schwerpunkt VMC an der Hochschule der Medien. Studierte ihren Bachelor in Audiovisuelle Medien an der Hochschule der Medien. Ihr Interesse an den Erzähl- und Produktionsweisen ostasiatischer Medien wurde während eines Auslandssemesters an einer Filmuniversität in Korea nachhaltig geprägt. Dies führte sie auf ihr Bachelorarbeitsthema über chinesische Microdramen und deren Verdichtungstechniken.

Su-Jin Song(송수진)



Su-Jin Song ist als Autorin, Regisseurin und Produzentin zwischen Deutschland und Südkorea tätig. Sie studierte Film mit Schwerpunkt Kreativ Produzieren an der IFS Köln und Game Development and Research im Master am Cologne Game Lab/TH Köln. Nach jahrelanger Erfahrung als Producerin bei internationalen Ko-Produktionen und in der koreanischen Filmindustrie gründete sie autumn song production, ein Studio, das sich auf Filme, Serien und Games sowie europäisch-asiatische Koproduktionen fokussiert. Ihre Filme wurden auf Festivals, wie dem Festival d'Annecy, Berlinale, Palm Springs, SESIFF und Sitges, aufgeführt und ausgezeichnet. Su-Jin Song wurde für den Deutschen Kurzfilmpreis nominiert, erhielt das renommierte Wim Wenders Stipendium und ist Alumna des Robert-Bosch-Preises, des Rotterdam Producers Labs und des EFM Toolbox Programms. Aktuell ist sie als Autorin Stipendiatin der Drehbuchwerkstatt München. Neben ihrer filmischen Tätigkeit ist Su-Jin Song Doktorandin an der Kunstuniversität Linz. In ihrer Doktorarbeit untersucht sie asiatische Filmemacherinnen im deutschen Kino und deren filmische Darstellung weiblicher Figuren.

José A. Diego&Jann Jordan



José A. Diego ist Executive Creative Director bei Philipp und Keuntje. Zu seinen Stationen in der Agenturbranche zählen Jung von Matt und Zum goldenen Hirschen. Seine Arbeiten wurden mit renommierten nationalen und internationalen Awards ausgezeichnet, darunter Effie, ADC Deutschland, Webby Award und New York Festivals. Er ist zudem als Gastdozent tätig, u. a. an der Hochschule der Medien Stuttgart und der Filmakademie Ludwigsburg.
Jann Jordan verantwortet als Creative Director Social bei Philipp und Keuntje das Storytelling auf den Social-Media-Kanälen von nationalen und internationalen Marken. Sein Fokus liegt auf der Übersetzung von Marken-Strategien in zeitgemäße Content-Konzepte, die in der schnelllebigen Scroll-Kultur wirksame Sichtbarkeit und eine nachhaltige Verankerung in den Köpfen der Zielgruppe erreichen.