



© Annie Spratt - [Unsplash](#) - Als das Bild der Queen noch durch das Fernsehen bestimmt wurde

Königsdisziplin: Social Media Royal

Herzlich willkommen, lieber* Sepp Müller,

Neulich, an der Eisbachwelle in München, direkt beim Haus der Kunst, ging eine Frau mit einem König Ludwig II. Tattoo auf dem Rücken an uns vorbei. Wir überlegten, was das für eine Nolit: an sich selbst sein könnte. Zumeist, wie wir durch einen Influencer erfahren haben, steckt hinter jedem Tattoo eine individuelle Geschichte. Diese Geschichte interessierte uns. Wir folgten der Frau und König Ludwig II bis zum Kiosk, wo wir uns vorstellen und ins Gespräch kamen. Laura teilte mit, dass das Motiv für sie Ausdruck von Heimat sei, nicht Bayern, wie sie betonte, sondern innere Heimat, ein Wohlgefühl, ein Zauber ihrer Kindheit. Laura zählt zur Generation Z. Sie ist Social Media Managerin. Wir überlegten gemeinsam, wie sich das Bayerische Königshaus, würde es noch existieren, auf Insta präsentieren würde. Laura war sich sicher, sie würde sich bewerben, obwohl, Luki, wie sie den König nannte, seine Kanäle sicherlich selbst bespielen würde.

Der Plausch mit Laura war sehr inspirierend für uns. Die Qualität der digitalen Kommunikation der europäischen Königshäuser ist sehr unterschiedlich. Während die britischen Royals als Vollprofis bezeichnet werden können, verwehren sich die spanischen der polierten Bilderwelt des schönen Scheins komplett. Sind aber bei Twitter vertreten, um ja nicht dem Verdacht anheimzufallen, man stelle den Glamour über die königlichen Pflichten. Die Kanäle der Dänen pflegen Frederik und dessen Gattin Mary. Ihr Stil: steril und perfekt, wenig einfallreich. Ebenfalls eher langweilig, aber bemüht, zeigt sich das schwedische Königshaus. Dort sehen wir auch mal, wie die Kronprinzessin Victoria einem Eisläufer einen Preis überreicht. Comics und Kindersocken lockern den protokolllarischen Stil auf. Wir fragten Laura, welchem Königshaus sie ihre Dienste als Social-Media-Managerin am liebsten anbieten würde. Sie lächelte: „Selbstverständlich, den Briten.“

Claudia Klischat
kmkb Redaktion



Die königliche Familie bei Instagram

Ein Blick des Boulevard auf die Social Media Aktivitäten von Queen Elisabeth

Ein Gastbeitrag von Anne Göbbel

Queen Elizabeth II. und ihre Royal-Family sind wahre Vollprofis, wenn es um Twitter, Instagram & Co. geht. Keine Spur von angestaubter Monarchie: Kaum ein Königshaus bietet der Netzgemeinde vielseitigere und lebendigere Unterhaltung.

Queen Elizabeth II. (96) war die erste Monarchin, die das Zepter auf dem Weg ins Social-Media-Zeitalter in die Hand nahm. Mit 88 Jahren setzte sie ihren ersten Tweet ab. Es war zwar eine belanglose Nachricht, die die britische Königin über den Account des Palastes verschickte, doch es war auch der Sprung in eine neue Ära der Medienkultur und der digitalen Sichtbarkeit.

Queen Elizabeth II. deutet die Zeichen des Umbruchs richtig

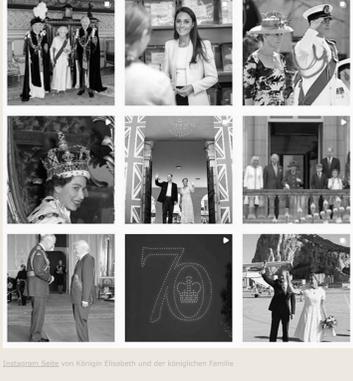
Im März 2019 folgte der erste persönliche Beitrag Ihrer Majestät bei Instagram. Der Buckingham-Palast führte da schon lange die Präsenz im Netz, doch die technisch interessierte Königin meinte es ernst. Inzwischen Twitter-Profil erschien die Regentin im Science Museum in London zum Instagram-Debut sogar in der Pantonefarbe des Jahres: Pantone 16-1546 Living Coral.

Trotz ihres hohen Alters war dem ausgeschlafenen Oberhaupt der traditionsbewussten "Firma", wie das Königshaus informell genannt wird, offenbar schnell klar, dass es sich bei Social Media nicht um einen kurzlebigen Trend handelte, sondern um einen Wandel, der die Monarchie ohne Umstellung als angestaubtes Relikt der Vergangenheit zurückgelassen hätte.

Statt umständlich zu recherchieren, bedient sich die Presse bei Social Media

Die Starter-Erfolgsgeschichte der Brit-Royals ist schnell zu Ende erzählt: Die Firma holte sich Spitzten-Marketing- und SEO-Kompetenz an die Seite, wird heute für ihre launigen Beiträge gefeiert und mit Rekord-Followerzahlen belohnt. Ein absolutes Muss, denn in Großbritannien werden soziale Medien noch weitaus häufiger und intensiver von nahezu allen Politikern, Unternehmern und eben auch den Royals genutzt, ganz anders als in Deutschland.

Die adeligen Herrschaften bieten mit vermutlich gelegentlich auch kalkulierten Skandalen ihr kurzweiliges Unterhaltungsprogramm und führen ansonsten eine Art Charity-Vorbildfunktion vor. Ob Rettung des Weltklimas, Würdigung der Corona-Helfer, Spendenaufrufen für Mutter-Kind-Programme, Förderung von Bildungs- und Kultur- und Sportstätten aller Art – ein royaler Besuch mit Foto oder Video im Channel wirkt inzwischen auch ohne Outfit in Pantonefarbe oft Wunder.



Instagram Seite von Königin Elisabeth und der königlichen Familie

Modernes Zeitmanagement macht die „Firma“ höchst effektiv

In den sozialen Netzwerken, vornehmlich auf Instagram, verfahren die Briten sehr professionell, nämlich arbeitsteilig. Für jeden Geschmack ist etwas dabei: Queen Elizabeth II. sorgt für staatstragenden Glanz und Glamour, Prinz William (40) und Herzogin Kate (40) zeigen sich herzlich, familiär, nahbar und locker. Thronfolger Prinz Charles (73) und die Herzogin von Cornwall (74) genießen hohes Ansehen und sind die perfekte Staffage für Tradition, Noblesse und Naturliebe.

Es soll Zeiten gegeben haben, als Fans des Königshauses zum Buckingham-Palast strömten, nachdem Gerüchte die Runde machten. Sie konnten einen Blick auf die goldene Staffelei werfen, wo etwa nach der Niederkunft eines royalen Familienmitglieds das offizielle Geburtsdokument präsentiert wurde. Wer den alten royalen Tagen nachtrauert, findet sicher eine starke Gemeinde mittrauernder Royalisten bei Social Media.

Lesen Sie ["Die mediale Präsenz von Königin Victoria und der königlichen Familie" auf kmkb.de](#)

Links zum Thema:

- [Pantone 16-1546 Living Coral](#)
- [Instagram The Royal Family](#)



© Jacobi Uebachs - [Unsplash](#) - Risiko für Grenzüberschreitungen am Filmset

Ein neues, längst überfälliges Berufsfeld in der Film- und Fernsehbranche - Intimacy Coordinator

Die Darstellung von Intimität braucht mehr Schutz als wir vielleicht denken. Eine Studie bestätigt, dass die schauspielerische Arbeit in diesem vulnerablen Bereich oftmals ein Risiko für Grenzüberschreitungen beinhaltet. Um dieses Risiko zu minimieren bzw. zu vermeiden, bedarf es einer professionellen Begleitung, Beratung und Betreuung am Set.

Wir waren am 30. Juni 2022 im Rahmen des Filmfestes München im Amerikahaus und erfuhren von den Teilnehmern* des neuen Ausbildungsganges zum "Intimacy Coordinator", wie wichtig das Thema für die am Filmset Arbeitenden ist.

Lesen Sie mehr zum Thema "Intimacy-Coordinator" auf unserer Website



generierte photos bedarf neben künstlich generierten Photos einer Anonymisierungsgang. Auf KI-Basis generierte Photos oder Avatare sind eine Form, die eigene digitale Identität abzubilden.

Digitales Selbst – Wer ist das?

Die Digitalisierung schreitet voran. Noch ist völlig unklar, ob unsere auf den Plattformen, wie Meta alias Facebook, Instagram, TikTok, oder LinkedIn hinterlegten Daten gut aufgehoben sind. Soll ich etwas von mir preisgeben, oder einen Alias kreieren, frage ich mich? Hat auch etwas für sich, etwas Kreatives, verspieltes, sich in eine Rolle zu begeben. Das macht Spaß, so eine Person zu fantasieren. Ich, mit Bart, oder ohne, männlich, oder weiblich, oder ohne definierten Geschlecht. Da tun sich Räume auf Räume, die Begehrlichkeiten wecken, fürs Daten sammeln. Informationen über die Interessen und Abneigungen einer Person sind Gold wert. Da kann ein Avatar schützen. Blöd nur, wenn aus Gründen des Datenschutzes der Zugang zur Social-Media-Plattform mit einer gültigen Handy-Nummer abgesichert werden muss. Es gibt kein Entrinnen vor der Daten-Krake, oder doch?

Lesen Sie mehr zum Thema "Digitales Selbst" auf unserer Website



Vielen Dank schon mal, aber ... wir bräuchten bis Ende Juli noch ein wenig Unterstützung

Im Mai starteten wir eine Umfrage mit der Fragestellung: Wo stehen wir, die Akteure* der Kultur- und Medienbranche und wie sehen wir in die Zukunft? Abgebildet sind die elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativbranche. Damit diese Umfrage aussagekräftig die Wirklichkeit des Marktes abbildet, freuen wir uns, wenn bis Ende Juli noch weitere Personen an ihr teilnehmen.

11 Fragen. Schenken Sie uns und Ihnen 5-8 Minuten.

[Zur Umfrage](#)

Umfrage Netzwerkpartner:

- 1st Class Session
- Crow United
- coronakostenstillerhilfe
- Kaltrin Nord
- Kreatives Sachsen
- Smart eG
- Unified Filmmakers
- BigMedia Deutschland



Bild: Rachel Coyne - [Unsplash](#)

Veranstaltungen, Events, Termine

CLAS 2022 THE SCHOOL OF THE UNTOLD - 17/07 - 27/08/2022

Registration still running by Formafantasma | Design Campus

UMSONST & DRAUSSEN - STUTTGART - 05/08 - 07/08/2022

Alternatives Festival mit regionalen Bands

BRITISH SHORTS - SHORTELFILM FESTIVAL - 05/08 - 08/08/2022

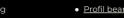
Freiluftkino Insel @ Atelier Gardens, Freiluftkino Kreuzberg im Bethanien und Sputnik Kino am Südstern

THE NETFOS - FESTIVAL OF MUNICH - 11/08 - 21/08/2022

Kostenfrei und Open-Air | Elf Tage Live-Konzerte und Kultur

GAMESCOM - 23/08 - 28/08/2022

Gaming-Festival rund um Computer- und Videospiele



„Wir leben in einer Welt, die in Daten ertrinkt. Wir haben die Wahl, ob wir sie weiterhin ignorieren und als großes Rauschen abtun oder ob wir sie nutzen wollen.“

Jorri Lyseggen, CEO von Meibwater

Impressum

kmkb – Netzwerk & Beratung
Birkenstr. 20
80336 München
info@kmkb.de
www.kmkb.de
Tel: +49 89-452 265 38
F: +49 89-452 265 39
Umsatzsteuer-ID: DE282518590
Inhaltlich verantwortlich gemäß § 55
Abs. 2 RStV: Claudia Klischat

Ihre Daten

- Profil bearbeiten
- Datenschutz
- Impressum
- Abmelden
- Im Browser anzeigen