

Inhalt

1 Startschuss: Aller Anfang ist schwer	14	Definition von Storytelling	36
Schreiben statt Visualisieren?	16	Definition von Visual Storytelling	38
Einführung, Ansichten, Praxis, Ausblicke	16	Wirkung von Geschichten	42
Was heißt hier Business? Sie sind gemeint!	18	2.3 Hören, sehen, verstehen: Bilder entstehen im Kopf	48
Die Zeichen des Buches nutzen	18	Visuals im Neuromarketing	49
Die Buch-„Macherinnen“	20	2.4 Vorteile beim Einsatz visueller Elemente	52
Autorin und Storytellerin: Pia Kleine Wieskamp	20	Abgrenzung von Storytelling zu Visual Storytelling	56
Grafikdesignerin Regina Steiner	22	2.5 Trend zum Visuellen	56
Website und mehr zum Buch	23	ExpertenInterview: Stock-Fotografie	58
2 Mit den Augen kommunizieren	24	Wir leben im „Age of Visuality“	63
Wer war zuerst da: Bilder oder Laute?	25	Zunahme visueller Elemente	65
2.1 Der Mensch als Augentier	28	Jeder Mensch ist ein Visual Creator	69
2.2 Das Erzählen ist ein Teil unseres Wesens und so alt wie die Menschheit selbst	35	2.6 Best Practice: Jeden Tag eine neue Geschichte	70
		3 Kraft und Macht von Visuals	72
		3.1 Bilder sagen mehr als Worte	74
		3.2 Kraftvolle Bilder	78

	ExpertenInterview: Die Kraft der Bilder	80	4.2	Kontrast und Spannung	129
3.3	Visuals wecken Emotionen	85		Sichtweisen und Perspektive	133
3.4	Ist ein Bild gleich ein Bild?	87		Best Practice: Ungewöhnliche Perspektiven	134
	Unterschiedliche Bildtypen	88	4.3	Erfolgsfaktoren einer starken Bildsprache	135
	ExpertenInterview: Bilder wirken sehr stark und ganz anders als Texte	88		Individualität: Zeigen Sie Typen ..	135
3.5	Best Practice: Tue etwas Gutes und zeige es	93		Diversität: Zeigen Sie Vielfalt	137
I	Bildsprache: Mit Bildern und Visuals sprechen	96		Wiedererkennbarkeit mit den richtigen Key Visuals	138
	Warum lesen, wenn es Bilder gibt?	98		Zeigen Sie Perspektiven	139
4.1	Elemente des Visual Storytellings	101		Überraschen, auffallen und herausstechen	140
	Bildsprache als eigener Bildstil ...	101	4.4	Tipps, um eine eigene Bildsprache aufzubauen	141
	Basiselemente der Bildsprache ...	104		Erarbeiten Sie einen Styleguide ...	145
	Psychologie und die Verwendung von Farben	120		Moodboards als kleine Styleguide- Variante	154
	Authentische Charaktere	125		Tools, mit denen Visuals sowie Moodboards erstellt werden	156
	Für die Zielgruppe interessante Inhalte	127	4.5	Bildsprache als Teil der Corporate Identity	159
	Kontext	127			

	ExpertenInterview: Verändertes visuelles Erscheinungsbild bei Yello	159
4.6	Best Practice: Mehr als du denkst . . .	165
5	Visuals als wiederentdeckte Zeichensprache	168
5.1	Zeichen ist nicht gleich Zeichen . . .	171
	Verstehen der Bildzeichen	172
5.2	Kleiner Ausflug in die Zeichen- theorie	176
	Semiotik, die Lehre der Zeichen . . .	176
	Mit Piktogrammen sprechen	178
	Semiotisches Dreieck	179
	Syntaktik, Semantik, Pragmatik . .	180
	Drei Dimensionen eines Zeichens	180
	Experten-Interview: Mit Zeichen und Bildern international kommunizieren	182
5.3	Jetztzeit: Mit Emojis sprechen	189
	Emojis als Zeichen der Bildsprache	189
	Emojis als universelle Bildsprache	190
	AR-Emojis	193
5.4	Der Vater der Emojis: Die Bild- sprache des Künstlers Keith Haring	193
	Vorläufer der Emojis	196
	Harings Bild-Alphabet	198
	Verwendung von Archetypen	199
	ExpertenInterview: Zeichen setzende Florentinische Graffiti-Künstler	200
5.5	Best Practice: CLET als Vorreiter zur Neu-Interpretation von Picto- grammen	203
6	Geschichtenerzählen ist	206
6.1	Was ist eine Geschichte?	208
	„Geschichten als sozialer Aus- tausch“ der Marke GoPro	208
	Grundzutaten und Definition von Storytelling	209
	Was macht gute Geschichten aus?	210
	Wiederkehrende Ur-Themen aller Geschichten	212
	Siegeszug des Storytellings	213

6.2	Mustervorlagen als Basis für Geschichten	214	Mustervorlagen sind hilfreich, jedoch kein Zwang	246
	Muster als Grundschemata von Geschichten	216	6.4	Erweitertes Geschichtenerzählen..
	Aristoteles als Vorreiter des Storytellings	216		Vom Storytelling zum Storyscaping
	Der Fünkfaktor oder: „Die Fünf Grundzutaten einer gut funktio- nierenden Story“	218		Storydoing
	Erweiterung der Grundelemente einer Story	220		Storyliving
	Joseph Campbells Heldenreise	223		Experimentelles Pop-up Storytelling auf der SXSW 2018
	Voglers Adaption der Heldenreise	224		Storyscaping
	Storytelling-Vorlage: Muster- geschichten à la Pixar	230		ExpertenInterview: Sketchnotes und Graphic Recording
	Sieben Plots (Urgeschichten) nach Christopher Booker	232	6.5	Storytelling ist viel mehr als ein Tool
6.3	Mit Archetypen Emotionen erzeugen	236		Geschichten beeinflussen die Haltung und auch Handlung von Menschen
	Zwölf Archetypen	236		Geschichten bewegen zu Hand- lungen
	Wandel der Archetypen	241		Wie sich Storytelling auf das Verhalten auswirkt
	Heldenreise bei Airbnb	243	6.6	Warum Sie sich für Storytelling entscheiden sollten

	Die gute Nachricht: Wir sind alle Storyteller!	267		ExpertenInterview: Erstellung der Visuals für dieses Buch	320
6.7	Best Practice: Mit Storyacting Anlässe inszenieren, über die erzählt wird	268	7.5	Erfolgreich mit Design-Thinking ..	329
7	Baukasten: Mit Design-Thinking Geschichten entwickeln	270	8	Formate und Tools visueller Geschichten	330
7.1	Was hat Design Thinking mit Storytelling zu tun?	274	8.1	Analog versus digital, multimedial oder transmedial	332
7.2	Was ist Design Thinking?	274		Digitales visuelles Storytelling	333
7.3	Der Design-Thinking-Prozess	278		Lineares Erzählen	334
	ExpertenInterview: Design Thinking	280		Interaktives Erzählen	334
7.4	Sechs Schritte im Design-Thinking- Prozess	284		Transmediales Storytelling	334
	Schritt 1: Verstehen (Empathize) ..	287		Crossmediales Storytelling	335
	Schritt 2: Beobachten (Observe) ...	290	8.2	Multimediales Storytelling	336
	Schritt 3: Synthese (Point of View)	305		Tools, um Multimedia-Storys zu erstellen	337
	Schritt 4: Ideen finden und ent- wickeln (Ideate)	309	8.3	Formate, um mit Visuals Geschichten zu erzählen	341
	Schritt 5: Prototyping	315		Erzählen mit Bildern	341
	Schritt 6: Testen	319		Erzählen mit Fotografien	344
				Experten-Interview: Geschichten mit Fotografien erzählen	346

Mehr als ein Einzelbild: Fotoserie, Bildstrecke, Fotoreihe	351	8.7 Live-Stories mit Instagram, Snapchat, Facebook und Co.	380
Fotocomics und Memes	354	8.8 Tools zur Erstellung von Visuals ..	382
Collagen aus Bildern	355	ExpertenInterview: Storytelling- Tools	383
Animierte Bilder: Memes	357	8.9 Drei Dinge, die Visual Storytelling benötigt	387
Animierte Fotografien: GIFs	358		
Erzählen mit Illustrationen	359		
Best Practice: Humor verleiht Flüüügel	360	9 Plattformen und Trends	388
8.4 Sketchnotes	361	9.1 Geschichten im World Wide Web..	390
Experten-Interview: Sketchnotes ..	364	Bilder sind einzigartig und not- wendig in der Kommunikation ...	392
8.5 Infografiken	367	Visual Social Storytelling	393
Wie Infografiken aufgebaut werden	368	Politiker als Vorreiter des Visual Storytellings im Business	395
Tools, um Infografiken zu erstellen	368	Snackable Storytelling	402
Bewegtbild: Videos, Filme, Animationen	370	9.2 Bekannte Online-Plattformen und -Kanäle für Visual Content	406
Erklär- oder How-to-Videos	370	Pinterest	406
ExpertenInterview: Erklärende visuelle Geschichten	371	Snapchat	407
8.6 Animierte Videos	377	Instagram	408
Immersive Videos	378	Twitter	414
Mixed Media	379	WhatsApp	414

Best Practice: Ich, Eisner	415	10.3 Präsentationen mit Visuals	442
Facebook	416	Experten-Interview: Mit Visual Storytelling zur überzeugenden Business-Präsentation	444
Video-Pattformen	418	10.4 Geschichten erzählen statt PowerPoint	449
ExpertenInterview: YouTuber	419	PowerPoints sind nicht nur langweilig	450
Best Practice mit den TechnikHelden	423	Tipps zum Storytelling mit PowerPoint	452
9.3 Trends: Storytelling der Zukunft	424	Best Practice: Lernen von PowerPoint-Experten	453
ExpertenInterview: Neue Möglich- keiten	424	10.5 Präsentationstools jenseits von PowerPoint	455
Holografisches Storytelling	428	Präsentieren mit Zoom-Faktor: Prezi	455
Best Practice: Visuelle Zeitzeug- nisse Holocaust-Überlebender	429	Bildlastiges Präsentieren mit Haiku Deck	456
Best Practice: Digitale interaktive Welten	430	Präsentieren mit PowToon	457
9.4 Ein Tool und eine Plattform machen noch keine Story	431	10.6 Mut zur Kreativität	458
10 Storytelling im Business	432		
10.1 Mit den richtigen Emotionen die entsprechende Zielgruppe ansprechen	435		
10.2 Story-Ideen als Gegenargument zu „Ich habe nichts zu erzählen“	437		

11 Service für Visual Storyteller	460	11.8 Recht und Datenschutz	472
11.1 Grundsätzliche Fragen bei der Erstellung einer Core-Story	461	Model Release	472
11.2 Checklisten Stakeholder	462	Rechte	473
11.3 Analyse der Persona (Zielgruppe)	464	Creative Commons Lizenz- modelle	474
Ablaufplan einer Persona- Erstellung in vier Schritten	464	11.9 Suchmaschinenoptimierung bei Visuals	476
Hilfreiche Tools zur Erstellung einer Persona	466	SEO-Optimierung für Videos	478
11.4 Checkliste Storyaufbau	467	12 Literatur	480
11.5 Tools zur Erstellung und Bearbei- tung von Videos	468	13 Index	484
11.6 Weitere hilfreiche Tools	469		
11.7 Zusammenarbeit mit Dienst- leistern	470		
Fotografen/Videografen briefen	471		