
Visual Storytelling

Visuelles Erzählen in PR und Marketing

Petra Sammer & Ulrike Heppel

O'REILLY®

Petra Sammer & Ulrike Heppel

Lektorat: Susanne Gerbert & Ariane Hesse

Korrektorat: Eike Nitz

Herstellung: Karin Driesen

Umschlaggestaltung: Michael Oreal

Satz: III-satz, www.drei-satz.de

Druck und Bindung: PHOENIX PRINTGmbH, www.phoenixprint.de

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN:

Buch 978-3-96009-001-4

PDF 978-3-96010-006-5

ePub 978-3-96010-007-2

1. Auflage 2015

Dieses Buch erscheint in Kooperation mit O'Reilly Media, Inc. unter dem Imprint »O'REILLY«. O'REILLY ist ein Markenzeichen und eine eingetragene Marke von O'Reilly Media, Inc. und wird mit Einwilligung des Eigentümers verwendet.

Copyright © 2015 dpunkt.verlag GmbH
Wieblinger Weg 17 · 69123 Heidelberg

Die vorliegende Publikation ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung der Texte und Abbildungen, auch auszugsweise, ist ohne die schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und daher strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

Es wird darauf hingewiesen, dass die im Buch verwendeten Soft- und Hardware-Bezeichnungen sowie Markennamen und Produktbezeichnungen der jeweiligen Firmen im Allgemeinen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz unterliegen.

Die Informationen in diesem Buch wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Verlag, Autoren und Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für eventuell verbliebene Fehler und deren Folgen.

5 4 3 2 1 0

Inhalt

Vorwort	VII
1 Die Flut der Bilder – Wie Bilder über Text triumphieren	1
Abtauchen in den visuellen Tsunami.	10
Auftauchen aus dem Meer der Bilder	26
2 Die Macht der Bilder – Wie Bilder wirken	35
Schau mir in die Augen: Der menschliche Sehsinn	40
Der Blick hinter die Kulissen: Die Neurophysiologie des Auges	47
Das lässt tief blicken: Psychologie der visuellen Wahrnehmung	62
3 Visuelles Storytelling – Mehr als Kino im Kopf	75
Definition von »Visual Storytelling«	81
Bilder brauchen Geschichten: Über die Kunst des Storytelling	87
Geschichten brauchen Bilder: Über die Kunst, visuell zu triggern	98
Visuelles Storytelling: Wechselwirkung aus Bild und Text	105
4 Werkzeuge des visuellen Erzählens	113
Werkzeug 1: Mit Grafik Zeichen setzen	116
Werkzeug 2: Mit Infografiken die Schönheit von Daten sichtbar machen	127
Werkzeug 3: Mit Fotos die Wirklichkeit abbilden	139
Werkzeug 4: Mit Videos Geschichten in Bewegung bringen	153
Werkzeug 5: Medienmix mit Multimedia	162
Werkzeug 6: Spielerisch erzählen mit interaktiven Medienformaten	167
5 Strategien des visuellen Storytelling	179
Im Trainingscamp: Werden Sie zum visuellen Storyteller	183
Auf ins Basislager: Grundstrategien des visuellen Storytelling	203
Neue Seilschaften: Visuelles Storytelling als Knotenpunkt viraler Netzwerke	222
Am Gipfelpunkt: »Über-Images« – Helden des visuellen Storytelling	229

6	Sixpack des visuellen Storytelling – Sechs Erfolgskonzepte	233
	Hingucker	237
	Schnellschüsse	245
	Augenschmaus	249
	Türöffner	255
	Zeitgeist	261
	Trittbrettfahrer	267
7	Ausblick – Vom visuellen Storytelling zur Visual Culture	275
	Die Farben der Spiele	277
	Visuelles Storytelling als Ordnungsaufgabe	280
	Visual Culture	285
	Visual Culture – Kraftfeld und Funke der Fantasie	289
	Bilder bestimmen unsere Welt	295
A	Bildnachweis	299
B	Literaturübersicht	311
	Index	323