

Visual Storytelling

Visuelles Erzählen in PR und Marketing

Bearbeitet von
Petra Sammer, Ulrike Heppel

1. Auflage 2015. Taschenbuch. XII, 330 S. Paperback
ISBN 978 3 96009 001 4
Format (B x L): 17,6 x 23 cm

[Wirtschaft > Spezielle Betriebswirtschaft > Marketing, Werbung, Marktforschung](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Index

A

abstrakte Sprache 195
Achromatopsie 36
Adobe Slate 167
ADS 20
Aicher, Otl 278, 297
 Corporate Culture 282
 Piktogramm 280
Altamira-Höhle 114
Amygdala 67
Animagraffs 136
Animated Gifs 152
Antiqua-Schriften 122
Assoziationen 118
Ästhetik 291
Atlas 130
Attention Economy 26
Aufmerksamkeitsdefizitsyndrom 20
Aufmerksamkeitsspanne 50
Augentypen 41
Augmented Reality 176
authentische Bilder 101

B

Balkendiagramme 127
Baumgartner, Felix 27
Bauprinzipien des Storytelling 94
Bedeutungsperspektive 142
Beleuchtung 159
Beuys, Joseph 16
Big Data 23, 132
Bild als Botschaft 200
Bildaufteilung 148

Bildausschnitte 147
Bildbearbeitung 145
Bild-Check 217
Bilder
 als Darsteller 83
 als Informationsanker 200
 Anspielungen 264
 Archetypen 105
 Ästhetik 250
 authentische 101
 berühmte 34
 Bild-Text-Kombination 242
 Checkliste 217
 Demokratisierung der Bildproduktion 13
 Dominanz des Visuellen 290
 Farbe 278
 Inspiration 203
 kleine Bildschirme 201
 kulturelle Relevanz 103
 Letterbox-Format 150
 Meinunglenkung 143
 Reduktion 246
 sensorische Immersion 104
 tagesaktueller Bezug 268
 Trend authentische 30
 und Erinnerungen 86
 und Instinkte 64
 und Neugier 86
 und Prominente 142
 und Vorstellungskraft 87
 Wechselwirkung Bild – Text 105
Bilderflut 1, 34
Bilderverbot 140
Bildrechte 150

Bildsprache 30, 279
Bild-Text-Kombination 86
Bildwelten 212
Bildwissenschaft 143
Blickwinkel 213
blinder Fleck 45–46
Blogs 29
Brainstorming, visuelles 294
Brainstorming-Technik »Landkarte« 61
Brüder Lumière 88
Buchdruck 87
Bürgerjournalismus 8
Burberry-Kampagne 64
Buzzfeed 28

C

Cahill, Larry 67
Camera obscura 44
Canva 14, 34
Change blindness 62
Channel-Owner 220
Chief Storyteller 220
Coca-Cola, Corporate Website 28
Computerspiel 209
Content-Management 205
Content-Marketing 30, 89
Context-Management 206
Corporate Design 207, 212, 289
Corporate Identity 207
Corporate Story 157, 205
Corporate Storytelling 93
Cranach, Lucas der Ältere 141
Creation-Management 206
Culture of Content 221
Customer Journey 217–218

D

Daguerre, Louis 11
Datenvisualisierung 128
Delighter 243
Demokratisierung der Musikproduktion 15
Digital Natives 8
Digitales Fotografieren 12
Disruption 241
Dokumentation des Alltags 17
Doodle 137, 194, 293
Dresdner Morgenpost 29

E

Echtzeitkommunikation 270
Eck, Klaus 23
Edwards, Betty 82, 191, 193
Eidolon 42
Eigenaufnahme 18
Einstein, Albert 45
Ekman, Paul 69
Emoticons 65
Emotionalisierung 119
Emotionalität 95, 98, 109
Empathie 95, 109
Enablers 97
Erin Brockovich 90
Erzählwelten 89
Eskapismus 159
Everyday 17
Eyetracking 53

F

F.A.Z. 85
Facebook 224
Facebook-Beiträge 25
Farbcodes 119, 121
Farbe 116, 119, 251, 277
 konzeptuelle Assoziation 119
 kulturelle Assoziation 119
 reale Assoziation 119
Farbenblindheit 36, 39
Farbkontraste 119
Farbmischung, additive 45
Farbmuster durchbrechen 120
Farbrausch 251
Farbspektrum 45
Farbsymbolik 69
Fernsehen
 Leitmedium 9
Filling-in 60–61
Filmmontage 159
Flachauge 41
Food Porn 254
Forrest Gump 90
Foto, das erste 88
Fotoboom 11
Fotocollagen 150
Fotografie 11
 digital 13
Fotoindustrie 11
Foto-Tools 151

Freytag, Gustav 156
Frontalansicht 52, 54
Fußball Weltmeisterschaft 1954 9

G

Gandhi 90
Gebrüder Grimm 95
Gebrüder Lumière 69
Gedächtnis, ikonisches 54
Gegenfurter, Karl R. 61
Gen Z 21
Generation Y 20, 50, 288
Generation Z 20–21, 288
 Mediennutzung 22
 rigoros selektiv 21
 visuell kommunikativ 22
 YouTube 25
Geschäftsmodelle 8
Geschichten 87
Gestaltgebung 117
Getty Images 29, 99–100
 Babyfotos 101
 narrative Bilder 101
Ginsberg, Allen 178
Gioglio, Jessica 81
Gladwell, Malcom 49
Google Bildersuche 24
Google Suchanfragen 23
Google+ 225
GoPro 14
Gottschall, Jonathan 114
Grafik 116
Grafikanimation 6
Grafikprogramm 14
Graphiké 116
Griffin, David 31
Grotesk-Schriften 122
Guardian 29
Guinness-Kampagne 117

H

Handyfoto 148
Harlem Shake 153
Hausmärchen 95
Hearst, Randolph 7
Heidegger, Martin 62
Held 97, 107, 118
Heute-Journal 9
Hippocampus 67

Höhlenmalerei 87, 115
 Altamira-Höhle 114

I

Icebucket Challenge 153
iconic turn 143
imaginäres Sehen 66
Imagination 257
Immersion 104, 170
Immersion, sensorische 104
Immersion-Effekt 90
iMovie 14, 34
Infografik 127, 162
 3-D-Effekte 134
 Animation 135
 der Held 133
 der Konflikt 133
 Emotionalität 134
 Fotorealismus 134
 Life-Visualization 136
 Praxistipps 134
 und Storytelling 133
 Varianten 132
 Viralkraft 134
 Zielsetzung 133
 Zukunft der 134
Informationsaufnahme 10
Instagram 19, 25, 34, 158, 254
interaktive Medienformate 167
Internet of Things 292
iStock 99, 240

J

Jobs, Steve 71, 200
Journalismus 2, 6

K

Kahneman, Daniel 48
Kameraeinstellung 159
Kameraführung 159
Kameraqualität 12
Kartographie 130
Katzen-Content 153
Kepler, Friedrich Johannes 44
Key-Visuals 207, 212
Kindchenschema 64–65
Kinderzeichnungen 188
Kinfolk 29
»Kluge Köpfe« (Kampagne der F.A.Z.) 77, 80

Koch, Christof 62
Komplementärfarben 119
Konflikt 94, 108, 118
Kuchendiagramme 127
Kunde als Storyteller 225
Kurzzeitgedächtnis 54

L

Langzeitgedächtnis 54, 67
LeFlويد 158
Leitmedium Fernsehen 9
Leni Riefenstahl 144
Lesbarkeit 121
Lichtquanten 45
Lichtreflexion 43
Likeability 132
Live-Formate 161
L-Mode 82
L-Modus 190
Londoner U-Bahn (Infografik) 128

M

Marke 206, 213, 218, 274
 als Enabler, Mentor 97
 als visuelle Storyteller 207
 Vision 209
Markenclaim 109
Markenherkunft 209
Markenkern 209, 212
Markenkonzept 213
Marken-Modelling 207
Marketing 10, 89
Markowitch, Hans J. 67
Marschall, Susanne 69
McKee, Robert 89
Medienmix mit Multimedia 162
Mediennutzung 22
Mediennutzung, Langzeitstudie ARD und ZDF
 23
Meerkat 14, 25, 34
Meme-Hijacking 272
Mentor 97
Millman, Debbie 33
Momentaufnahmen 256
Moodboard 212
MOPO24 29
Most Advanced Yet Acceptable 273
Motive 147
Müller-Leyer, Franz 48

Müller-Lyer- Illusion 48
Multimedia-Formate 163
Multimediareportage 5, 163
Multimedia-Story 2
Multimedia-Tools 167
Musikproduktion 15

N

Nagra, Jag 117
Naked Handstander 18
National Geographic 31
Necker-Würfel 58
Netzhaut 46
Neugier 172
Neurophysiologie des Auges 47
New York Times 6
 App NYT Now 8
 Leitmedium 8
 Skimmer 8
Newton, Isaac 44
New-York Daily Times 7
Niépce, Joseph Nicéphore 11, 88

O

Ochs, Adolph 7
Onlinejournalismus 6
Onlineredakteure 5
orales Erzählen 87
Osmann, Murad 19

P

Paivio, Allen 124
Päng! 29
Parallax-Scrolling 5
Parkinson, Mike 178
Periscope 14, 34
Perspektivwechsel 239
Phelps, Stan 68
Photoshop 14, 34
pictorial turn 143
Picture Superiority Effect 68
Piktogramm 280
Pinterest 25
PlayStation-Kampagne 111
Point of View 147, 238
Pointe 96
PowerPoint-Präsentation 33
PowToon 14, 34

PR 146
Präsentation
 Aufmerksamkeit des Publikums 198
 Hotstart 198
 klassischer Aufbau 197
 Lerneffekt 200
 PowerPoint 196
 Rapid Fire 201
 visuell 195
 zeitgemäß 196
Primärfarben 45
Print, Leitmedium 9
Printjournalismus 8
 Bezahlmodelle 8
 Geschäftsmodelle 8
Productshots 27, 100
Profilansicht 52, 54
Pulitzer, Joseph 7
Pulitzerpreis 2

R

Raumgestaltung 292
räumliches Sehen 55–56
Real Time Video 161
Real-Time-Marketing 268
Red Bull 27
 Felix Baumgartner 27
Reduktion 117
Reizüberflutung 25
Reportage 4
Reportage-Blogs 29
Rezeptionsverhalten 9
Rezipient, Aufmerksamkeit 97
RFID 293
rhetorisches Mittel 204
Riley, Bridget 47
R-Mode 82
Roam, Dan 106, 193
Rosling, Hans 133

S

Schallplatte 13
Schellackplatte 13
Schirner, Michael 139
Schlaflos in Seattle 90
Schnappschüsse 13, 16
Schriftzeichen 122
Screenwriting 90
Scrollytelling-Format 171

Search by Image 24
Seeing is believing 142
Sehen lernen 183–185
Sehen, räumlich 55
Sehnerv 42, 46
Sehsinn 40, 42
 nach Alhazen 43
 nach Aristoteles 42
 nach Demokrit 42
 nach Platon 42
 trainieren 184
 von Tieren 40
Sekundärfarben 45
Selbstausröser 17
Selfie 17, 19
Selfie-Meme 271
Sender-Empfänger-Modell 222
Shareability 132
Show, don't tell 83, 147
Shutterstock 29
Sketchnotes 136
Slow-Living-Magazine 29
Smartphone 10
 Besitzer 10
 Fotofunktion 12
 Nutzer 19
Snapchat 224
Snowfall (Multimedia-Story) 164
Spannungsbogen 213
Special-Interest-Zeitschriften 29
stereotype Stockfotos 99
Stills 27, 100
Stock-Fotografie 100, 279
Stock-Fotos 98, 102
Story Editor 220
Storys 165
Storytelling
 App, interaktiv 168
 Attention-Effekt 90
 Bauprinzipien 94
 Experience 292
 für Marken 97
 für Unternehmen 97
 im Marketing 97
 Immersion-Effekt 90
 in PR 97
 Konflikt 94
 Memory-Effekt 91
 Solidaritats-Effekt 91
 Vorzuge 90

Stroop, Ridley 45
Suchmaschinenoptimierung 30
Super Sensory 253
Swinton, John 7
Sykes, Martin 70
Symbolisierung 117
Synästhetiker 71
sz online 28

T

Tablet-Computer 9
Tagesschau 9
Tammet, Daniel 73
TED-Konferenz 196
TED-Talk 31
The Selby 29
Themen-/Story-Owner 220
Themenfindung 221
Toy Story 90
Transistorradio 13
transmediales Storytelling 95
Tumblr 225
Twitter 224
Typographie 116, 121

U

Über-Images 182, 229
Überredungskunst 204
Unternehmenskommunikation 10, 89
 Visual Culture 294
 Visual Turn 218
upworthy 28
User-generated-Content 221
Ut, Nick 144

V

Vexierbilder 56, 191
Video
 Real-Time-App Meerkat 161
 Tooltips 162
Videonutzung 154
Videos
 Erzählstruktur 157
 visuelles Storytelling 155
Vimeo 17
Vine 14, 34, 158
Vinyl 13

virale Geschichten 95, 109
virale Netzwerke 222
Viralkraft 96
Virtual Reality 176
Visual Culture 285, 289
Visual History 144
Visual Illusion 46
Visual Narratives 33
Visual Statements 126
 Reduktion 246
Visual Story 70–71
Visual Storytelling
 Definition 81
 in der Unternehmenskommunikation 82
 und Veranstaltungen 137
Visual Turn 143, 218, 285
Visuals 24
visuell präsentieren 195
visuelle Intelligenz 60
visuelle Invarianz 55
visuelle Schlüsselreize 66
visuelle Sprache 109, 206
 Checkliste 212
 Grundregeln 189
Visuelle Tweets 25
Visuelle Wahrnehmung 43, 46
 Psychologie 62
visuelles Denken 183, 193, 290
Visuelles Gedächtnis 54, 118
Visuelles Kurzzeitgedächtnis 54
Visuelles Langzeitgedächtnis 54
Visuelles Narrativ 30
Visuelles Storytelling
 Bauprinzipien 107
visuelles Vokabular 110
Vorstellungskraft trainieren 187

W

Wade, Nick 46
Walter, Ekaterina 81
Warhol, Andy 16
Watson-Crick-DNA-Modell 62
Wearable Electronics 9
Wearable Technology 238
Weaver 30, 34
WhatsApp 25
 Emoticons 66
Wonderlust 240

World Earth Catalog 71
World Press Foto 1972 144
Wort-Bild-Kombinationen 125, 127

Y

Young, Thomas 44
YouTube 17, 153, 225
 narrative Struktur 156
Y-Titty 158

Z

Zeichnen
 lernen 187
 linke Gehirnhälfte 192
Zeitgeist 262, 265
Zentralperspektive 142
Zukunft der Kommunikation 10