

# 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 [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

**beck-shop.de**  
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.

---

# 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](http://www.drei-satz.de)

Druck und Bindung: PHOENIX PRINTGmbH, [www.phoenixprint.de](http://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

|   |            |
|---|------------|
| <b>Vorwort</b> .....  | <b>VII</b> |
| <b>1 Die Flut der Bilder – Wie Bilder über Text triumphieren</b> .....            | <b>1</b>   |
| Abtauchen in den visuellen Tsunami. ....  | 10         |
| Auftauchen aus dem Meer der Bilder .....  | 26         |
| <b>2 Die Macht der Bilder – Wie Bilder wirken</b> .....                           | <b>35</b>  |
| 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         |
| <b>3 Visuelles Storytelling – Mehr als Kino im Kopf</b> .....                     | <b>75</b>  |
| 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        |
| <b>4 Werkzeuge des visuellen Erzählens</b> .....                                  | <b>113</b> |
| 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        |
| <b>5 Strategien des visuellen Storytelling</b> .....                              | <b>179</b> |
| 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        |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| <b>6</b> | <b>Sixpack des visuellen Storytelling – Sechs Erfolgskonzepte</b> ..... | <b>233</b> |
|          | Hingucker .....   | 237        |
|          | Schnellschüsse .....  | 245        |
|          | Augenschmaus .....  | 249        |
|          | Türöffner .....   | 255        |
|          | Zeitgeist .....   | 261        |
|          | Trittbrettfahrer .....  | 267        |
| <b>7</b> | <b>Ausblick – Vom visuellen Storytelling zur Visual Culture</b> .....   | <b>275</b> |
|          | 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        |
| <b>A</b> | <b>Bildnachweis</b> .....   | <b>299</b> |
| <b>B</b> | <b>Literaturübersicht</b> .....   | <b>311</b> |
|          | <b>Index</b> .....  | <b>323</b> |