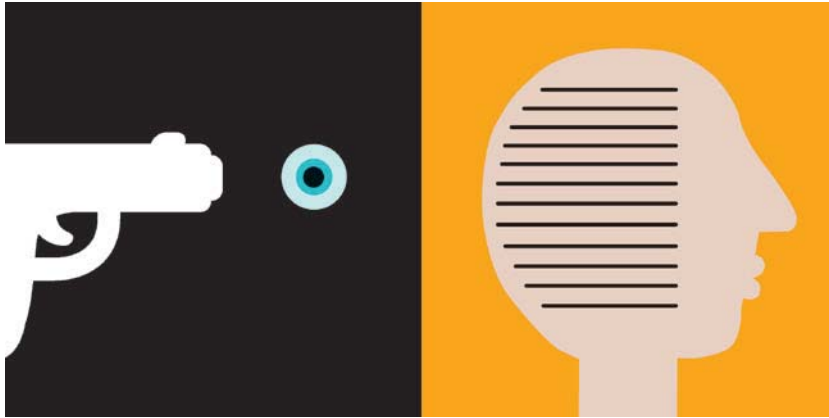


01

**Startschuss:
Aller Anfang
ist schwer**



Vor einiger Zeit traf ich in Berlin den Kommunikations- und Storytelling-Experten **Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst**. Ich erzählte ihm von meinem neuen Buchprojekt und er fragte mich: „Ganz ehrlich Pia, meinst du, dass wir noch ein Buch zu Visual Storytelling benötigen?“ Ich ging kurz in mich und erzählte Dieter anhand von fünf Punkten – also je Finger einer Hand ein Argument –, warum mir dieses Buchprojekt am Herzen liegt:

- Zunächst einmal bin ich persönlich eher ein visueller Mensch. Ich merke mir selten Buchtitel, dagegen die Covergestaltung schon. Daher wählte ich als einen meiner Studiengänge
- Kunst für das Lehramt. Noch heute fasziniert mich Kunst: Ich fotografiere leidenschaftlich gerne und erschaffe Skulpturen aus Stein, Holz, Papier und Bronze.
- Zudem werden in unserer Zeit von mobiler, schneller und digitaler Kommunikation immer mehr visuelle Elemente verwendet.
 - Drittens wird Kommunikation und Erzählen immer internationaler. Da Bilder oft keiner Übersetzung bedürfen und außerhalb von Text und Sprache stehen, sind sie weltweit einsetzbar.
 - Viertens lösen Bilder schneller und oft unbewusst Emotionen aus: Emotionen, die viel um-

- ständlicher in Worten (Text) auszudrücken sind.
- Als letzten Punkt möchte ich aufführen, dass visuelle Elemente sowie visuelle Sprache (Bildsprache) zur aktuell verwendeten Kommunikation auf Social-Media-Kanälen passen.

Schreiben statt Visualisieren?

Es ist schon ein wenig widersprüchlich, dass ich ein Buch über Visual Storytelling schreibe, anstatt es rein visuell zu gestalten. Das liegt unter anderem daran, dass Menschen es oft mit dem Alter verlernen, rein visuell zu lesen, zu lernen oder zu arbeiten. Nicht umsonst stellte Pablo Picasso, einer der renommiertesten Künstler des 20. Jahrhunderts, fest: *„Jedes Kind ist ein Künstler. Das Problem ist nur, wie man ein Künstler bleibt, wenn man größer wird.“* Ich glaube, dass einige Leser nachvollziehen können, was Picasso meinte, wenn wir uns erinnern, wie unbedarft Kinder ihre „Kunstwerke“ der Öffentlichkeit präsentieren. Mittlerweile habe ich die Angst,

nicht allen Erwartungen zu entsprechen und dementsprechend auch angreifbar zu sein, abgebaut, und so einige Visuals in Form von Infografiken, Grafiken und Fotografien für dieses Buch produziert.

Nichtsdestotrotz kenne ich meine Grenzen und habe mir mit der Grafikdesignerin **Regina Steiner** von steiner2design¹ eine kompetente und versierte Partnerin an meine Seite genommen, um verschiedene Aspekte von Visual Storytelling von einer Expertin visualisieren zu lassen.

Einführung, Ansichten, Praxis, Ausblicke

Dieses Buch ist eine Einführung in das Thema Storytelling mit dem Schwerpunkt Visual Storytelling und gibt zugleich praktische Hilfestellungen, um Geschichten visuell beziehungsweise visuell unterstützt zu erzählen.

¹ Unternehmenswebsite von Regina Steiner: <https://www.steiner2design.de>

Ich gehe auf visuelle Kommunikation und Bildsprache ein, zeige auf, wie sie funktioniert, erkläre den Fahrplan zur Erstellung einer Story und beschreibe visuelle Plattformen, Medien und Werkzeuge.

Im Praxisteil zeige ich Ihnen Visual Storytelling im Einsatz, Visual Storytelling im Unternehmen, die Grundbausteine einer Geschichte, Infografiken und Data-Storytelling, Fotostorys sowie die Entwicklung einer Visual Story. Zudem gibt es im Servicebereich jede Menge Checklisten, Muster und Arbeitsblätter, um eigene Storys zu erstellen.

Auch in diesem Buch kommen, wie in meinem Buch „**Storytelling – Digital, Multimedial, Social**“, Experten aus der Praxis zu Wort: In Interviews erzählen sie über ihre Definition von Visual Storytelling und verraten den ein oder anderen Praxistipp.

Liste der Experten:

- *Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst*, internationaler Speaker, Berater, Autor und Dozent für Markenführung und Kommunikation u. a. an der Universität der Künste Berlin
- *Ralf Appelt*, Diplom-Pädagoge, Lehrer und Visualisierungstrainer

- *Blub*, Florentiner Graffiti-Künstler
- *Nikolai Bockholt*, Google
- *Sven Doelle*, Principal Business Development Manager bei Adobe
- *Renate Eck*, Gründerin und Geschäftsführerin Eck Marketing & Referenten Matching
- *Murat Erimel*, Head of Marketing, Adobe Stock DACH
- *Dennis Fischer*, Innovationsberatung & Design Thinking, Gründer von Methodworks
- *Kai Gebel*, Fotograf, Videoproduzent und Designer, Gründer von two little designers
- *Max Jörg*, Erklär-Videos, COO der how2 AG
- *Stephanie Kowalski*, Sketchnotes
- *Marinka Masséus*, Fotografin
- *Regina Steiner*, Diplom-Grafikdesignerin und Art Director
- *Claudia Tillmann*, Leiterin Brand & Customer Experience bei Yello
- *Milan Yasserstein*, YouTuber



Was heißt hier Business? Sie sind gemeint!

Storytelling erobert unsere Unternehmen! Gute Geschichten hatten schon immer ihren Reiz. Dieses Wissen machen sich nun Unternehmen zunutze. Statt mit Fakten zu erschlagen oder mit unglaublicher Werbung zu langweilen, wecken sie das Interesse und die Emotionen des Publikums, um langfristige Kundenbindungen zu erreichen.

Der Titel des Buches lautet „Visual Storytelling im Business“. Aber was heißt hier Business? Wer kann das Buch verwenden? Und für welche Zielgruppe ist es gedacht?

Wenn Sie Fragen haben, gerne experimentieren und mittels Visuals Ihre Botschaften direkt in die Herzen und Köpfe platzieren möchten, dann haben Sie zum richtigen Buch gegriffen.

Zunächst einmal kann jeder das Buch lesen, den der bewusste Einsatz von Visuals in der Kommunikation mit anderen interessiert. Dabei ist es egal, ob Sie in einer PR-Agentur, einer Organisation, einem Unternehmen arbeiten oder für sich als Freelancer, für Ihren privaten Blog,

Ihr Studium, Ihre Bewerbung neue Möglichkeiten suchen oder es Ihnen einfach nur Spaß macht mit visuellen Elementen zu kommunizieren. Vielleicht möchten Sie ja Ihr Pinterest-Board mit Grafiken, Fotografien und animierten Videos interessanter gestalten oder die Webseite Ihres Sportvereins oder Inhalte innerhalb Ihrer Kommunikations-, Marketing- bzw. Social-Media-Abteilung.

Die Zeichen des Buches nutzen

In diesem Buch arbeiten wir mit visuellen Hinweisen. Um Ihnen den Umgang mit den visuellen Icons zu erleichtern, haben wir diese hier zusammengefasst:



Dieses Icon verweist auf ein Experten-Interview mit Einblicken zu praxisnahen Themen.



Die Info-Boxen enthalten grundlegendes Hintergrundwissen zum jeweiligen Thema.



Beispiele aus der Praxis werden mit diesem Best-Practice-Icon angezeigt.



Auf Tipps, Hinweise und Anmerkungen werden Sie mit diesem Tipp-Icon hingewiesen.



Wenn Sie das Ideen- oder Hinweis-Icon entdecken, werden Sie auf Anregungen für Konzepte und Storyideen hingewiesen.



Mit dem Share-This-Icon machen wir auf kurze, prägnante Informationen und Gedanken aufmerksam, die teilenswert sind.



Mit diesem Icon wird auf Videos, Animationen und GIFs verwiesen, zu denen Sie entweder über den in der Fußnote hinterlegten Link gelangen oder welche Sie auf dem Story-Baukasten-YouTube-Kanal² finden. Dort werden auch nach der aktuellen Schreibphase des Buches Praxisbeispiele sowie interessante Interviews fortlaufend hinterlegt.



Dieses Icon kennzeichnet Hinweise auf weiterführende Informationen im World Wide Web.



Die Story-Baukasten-Pinterest-Boards³ bieten eine wahre Fundgrube mit jeder Menge gesammelter Visuals nebst Links zum Themengebiet.



Die Website zum Buch, <https://Story-Baukasten.de>, enthält ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen sowie weiterführende Beispiele und Infos rund um das Thema Storytelling.



Informationen mit diesem Icon stehen auf der Website zum Buch unter <https://story-baukasten.de/storytelling-downloads>⁴ frei zur Verfügung.



Mit diesem Icon werden Hinweise auf Templates sowie diverse Präsentationen rund um das Thema Storytelling angezeigt.



Bei diesem Icon können Sie sich auf eine Checkliste im Service- und/oder Downloadbereich freuen.

Hinweis: Alle aufgeführten Links wurden im Juni 2019 überprüft. Da sich das Internet jedoch ständig ändert, empfehle ich, bei nicht funktionierenden Links textuell bei Google zu suchen. Oft werden Videos etwa auf YouTube auf diversen Kanälen gepostet.

- 2 YouTube-Kanal zum Story-Baukasten: <https://www.youtube.com/channel/UCu5zH9q7eoHhF1gnEH486zQ>
- 3 Story-Baukasten auf Pinterest: <https://www.pinterest.de/StoryBaukasten/>
- 4 Downloads auf: <https://story-baukasten.de/storytelling-downloads>

Die Buch-„Macherinnen“

Jedes Buch benötigt Menschen, demnächst vielleicht auch Maschinen, die es schreiben, gestalten und realisieren.

Autorin und Storytellerin: Pia Kleine Wieskamp

Mein Name lautet Pia Kleine Wieskamp und ich bin Ideengeberin sowie, neben dem zahlreichen Input der zuvor genannten Experten, Autorin des Buches. Als Speakerin und Workshop-Leiterin coache und trainiere ich sowohl Einzelperso-

*Hallo,
darf ich mich
vorstellen?*



Bild 1.1

Pia Kleine Wieskamp
(Foto © Simone Naumann)

nen als auch Unternehmen in den Themen Storytelling sowie Digitale Kommunikation. Während ich als Ideenscout neue digitale Trends entdeckte, unterstütze ich als Kommunikationsexpertin Organisationen und Unternehmen in der Beratung und Konzeption von Kommunikationsstrategien, begleite sie operativ in Planung sowie Umsetzung.

Storytelling interessiert mich seit meiner Kindheit, seit der Zeit, ab der ich eigenständig Bücher lesen konnte. Ich verbrachte Tage in der damaligen kleinen Stadtbibliothek von Dormagen bei Köln, dem Ort, in dem ich aufwuchs. Die Bücher gaben mir und meiner Fantasie Raum, um mich in ihnen zu versenken.

Doch meine Gefühle und Gedanken ausdrücken konnte ich besser in Zeichnungen, Skulpturen und Bildern. Später studierte ich meine Lieblingsfächer, Germanistik und Kunst, für das Lehramt. Auch hier ist der Unterrichtende schnell Storyteller und vermittelt mittels Geschichten und Beispielen Inhalte und motiviert die Schüler, eigenständig zu recherchieren.

Bereits während meines Studiums interessierte mich vor allem der Bereich der technischen Umsetzung von Kommunikation und Emotionen. So jobbte ich unter anderem in einer Galerie für

Holographie, beschäftigte mich mit BTX-Kunst und war als Video-DJ mit laufenden Kameras, gesteuert und gemischt sowie übertragen mit einem PC (es waren noch die längst vergangenen Amiga-Zeiten) bei Live-Events unterwegs. Das Storytelling ließ mich auch in meinen späteren Tätigkeiten als TV- und Print-Redakteurin, als Lektorin oder im Bereich PR und Marketing nicht los.

In den letzten Jahren sehe ich zwei wachsende Trends: Einerseits wird die Kommunikation immer visueller, wobei sie auch mehr und mehr akustisch unterstützt sein kann, und andererseits wird sie immer technischer.

Als Kind meiner Zeit faszinieren mich Science-Fiction-Filme und -Serien. Eine TV-Serie ist mir besonders im Gedächtnis haften geblieben: Time Trax – Zurück in die Zukunft.⁵ Dr. Sahmbi konnte mittels einer Zeitmaschine 200 Jahre zurück ins Jahr 1993 reisen, um dort als Polizist Captain Darien Lambert flüchtige Verbrecher (aus seiner Zeitachse) zu verfolgen. Begleitet wurde er von SELMA, einer künstlichen Intelligenz im Kreditkartenformat, die ihn mit Informationen ver-

sorgte. SELMA besaß vielfältige technische Funktionen und konnte sich auch als holografische Projektion sichtbar machen. Viele der heute bereits möglichen Experimente weisen auf die damalige TV-Vision hin. Längst unterhalten wir uns mit Siri, Alexa und Co. und können bereits Menschen und Objekte virtuell holografisch projizieren.

Wir erleben spannende Zeiten, in denen sich Kommunikation gewaltig ändert und zuvor meist rezipierendes Publikum zu Inhaltsproduzenten und Publishern wird. In diesem Buch zeige ich Gedanken, Ideen sowie praktische Anleitungen auf, wie Sie visuell Inhalte und Geschichten erzählen können. Das Buch „Visual Storytelling im Business“ kann unabhängig von dem Vorgängerbuch „Storytelling: Digital – Multimedial – Social“⁶ gelesen und verstanden werden.



Weitere Informationen über mich sowie die angebotenen Trainings und Workshops finden Sie auf der Website zum Buch unter <https://story-baukasten.de>.

⁵ TV-Serie „Time Trax – Zurück in die Zukunft“ auf Wikipedia: https://de.wikipedia.org/wiki/Time_Trax_-_Zurück_in_die_Zukunft

⁶ Storytelling: Digital – Multimedial – Social; Formen und Praxis für PR, Marketing, TV, Game und Social Media: <https://www.hanser-fachbuch.de/buch/Storytelling+Digital+Multimedial+Social/9783446446458>

Grafikdesignerin Regina Steiner

Wie bereits im Vorgängerbuch arbeite ich in diesem Buch auch und besonders eng mit Regina Steiner zusammen. Viele der Grafiken stammen aus ihrer Hand. Dennoch zeige ich auch einige Visuals, die ich persönlich mit Tools erstellt habe. Regina Steiner⁷, Diplom-Grafikdesignerin und Art Director, studierte an der Akademie für bildende Künste Stuttgart und an der EINA in Barcelona. Nach dem Diplom ging sie nach New York in eine Designagentur. Zurück in Stuttgart arbeitete sie mehrere Jahre als Art Director. 2004 gründete sie ihre eigene Design-Agentur.

Ihre Bandbreite umfasst Corporate Design für mittelständische, oft inhabergeführte Kunden, Nischenprodukte für große Kunden sowie Erscheinungsbilder für „Ein-Mann/Frau“-Kunden.

Auch bei den Branchen gibt es keine Spezialisierung. Eines ihrer Credos ist, dass man sich in jedes Thema und jede Branche hineinversetzen kann und diese optimal darstellen kann. Typografie ist dabei ein Schwerpunkt in ihren Werken.

⁷ Design-Agentur von Regina Steiner: <https://www.steiner2design.de>

Seit 2017 ist sie Dozentin für Typografie und Grafikdesign in Mannheim. Gemeinsam mit ihrem Vater, Professor Peter Steiner, nimmt sie an Briefmarkenwettbewerben des Ministeriums der Finanzen teil. Dies ist ein ganz spezielles Aufgabengebiet mit einer ganz anderen Herangehensweise als bei anderen Herausforderungen.

Regina Steiner ist in einem kreativen Umfeld aufgewachsen. Ihre Mutter ist Textildesignerin und ihr Vater Grafikdesigner und Professor an der Akademie der Bildenden Künste Stuttgart. Schon als kleines Kind war eine ihrer Lieblings-



Bild 1.2 Regina Steiner
(Foto © Jens Lyncker, Stuttgart)

beschäftigungen, auf dem Boden des Ateliers ihrer Eltern zu sitzen und zu zeichnen und zu malen. Schon früh gab ihr Vater ihr kleine grafische Aufgaben. So lernte sie spielerisch, sich im kreativen Feld zu betätigen. Nach dem Abitur ging sie ein Jahr nach Italien, unter anderem an die Universität per Stranieri di Firenze, um sich darüber klar zu werden, ob sie wirklich einen künstlerischen Beruf erlernen möchte oder sich doch anderweitig zu orientieren, zum Beispiel mit einem Studium der Sprachen. Nach der Zeit in Italien wurde ihr bewusst, dass es ihr Wunsch und ihr Bedürfnis ist, einen kreativen Beruf auszuüben.

Durch ihre Auslandsaufenthalte, ihre Fremdsprachenkenntnisse und die vielen unterschiedlichen Aufgabengebiete (Werbung, Briefmarken, Design, Dozentur) erwarb sich Regina Steiner eine besonders große Spannweite an Ideen und Kreationen. Diese kunden- und themenspezifisch aufzurufen ist eine ihrer Stärken.

Weitere Informationen über Gedanken, Einstellungen und Herangehensweise der Grafikerin Regina Steiner und die Zusammenarbeit an diesem Buch erfahren Sie in dem Interview in Kapitel 5 und die Vorgehensweise der Erstellung der Illustrationen zu diesem Buch in Kapitel 7.

Website und mehr zum Buch



Zum „Vorgänger“ dieses Titels, dem Buch „Storytelling – Digital – Multimedial – Social“ habe ich die Website <https://story-baukasten.de/> eingerichtet, auf der Sie Hintergrundwissen, Fotos, Videos, Checklisten und vieles mehr finden, oder mir einfach Feedback zum Buch geben können.



Zusätzlich finden Sie auf dem Story-Baukasten-Kanal auf YouTube (<https://www.youtube.com/channel/UCu5zH9q7eoHhF1gnEH486zQ>) sowie dem StoryBaukasten-Pinterest-Board (<https://www.pinterest.de/StoryBaukasten/>) nützliche Ergänzungen, Beispiele, Links, Arbeitsmaterialien und vieles mehr.