



# Storytelling mit Bilder



## Was ist eine Geschichte?

**Eine Geschichte ist** eine Reihe von Ereignissen, die jemandem passieren und wie diese Person auf sie reagiert.

**Eine Geschichte ist nicht** eine Reihe von Ereignissen ohne Kontext.



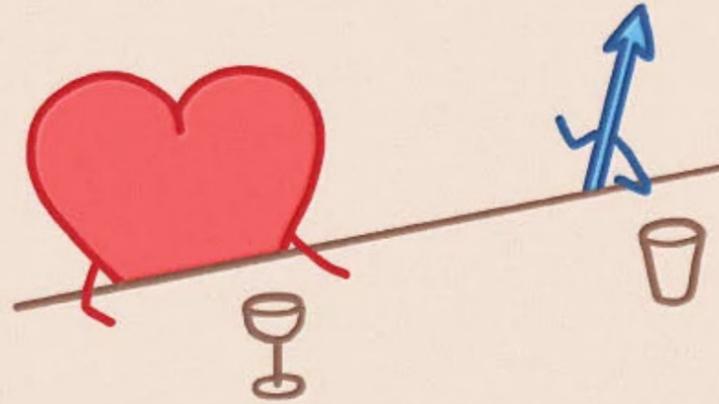
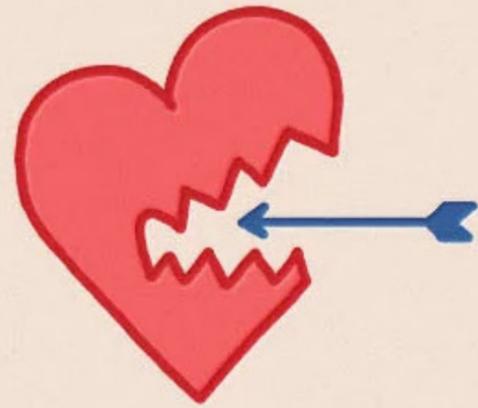
# Design Prinzipien für den Berufsalltag



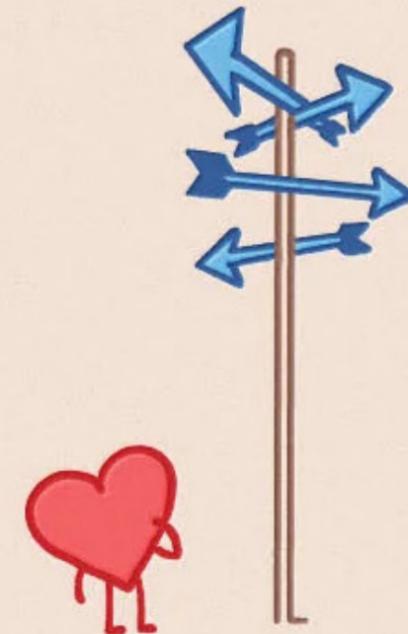
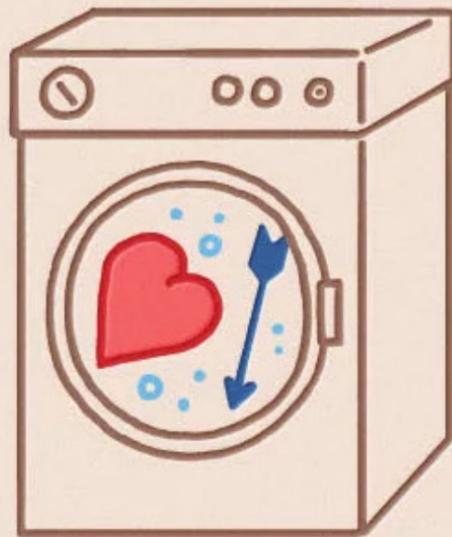
For Mike Drummond, working in the London souvenir shop, there is no question about the value of the monarchy. "For our business, they're absolutely essential," he says. "People might laugh at the royals or complain about them, but people that visit Britain, especially Americans, they come for the history. And the royals are part of that history."

Artikel: British Businesses Hope To Cash In On Royal Wedding, 17.05.2018 (npr.org)  
Bildnachweis: Kirsty Wigglesworth/AP

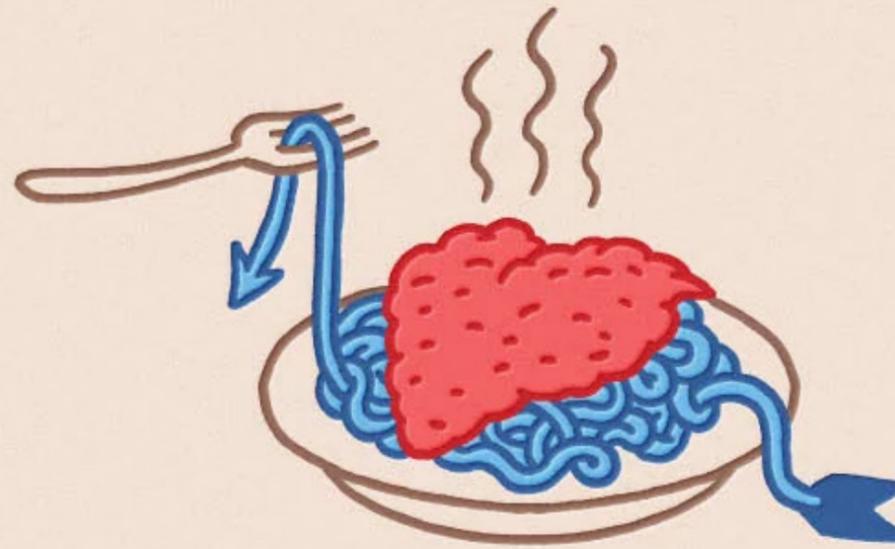
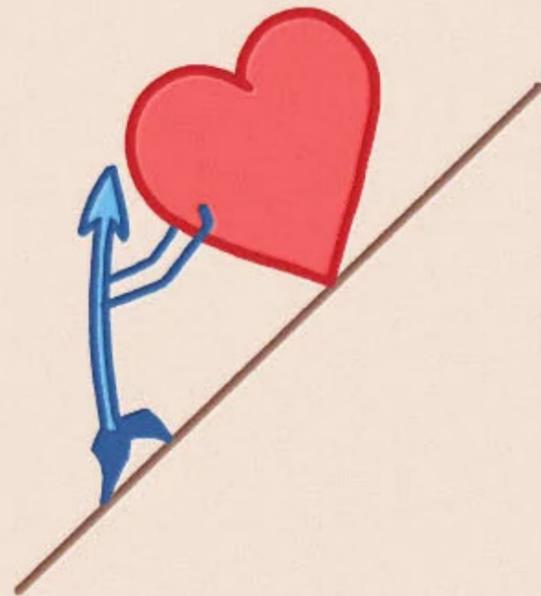
# Design Prinzipien für den Berufsalltag



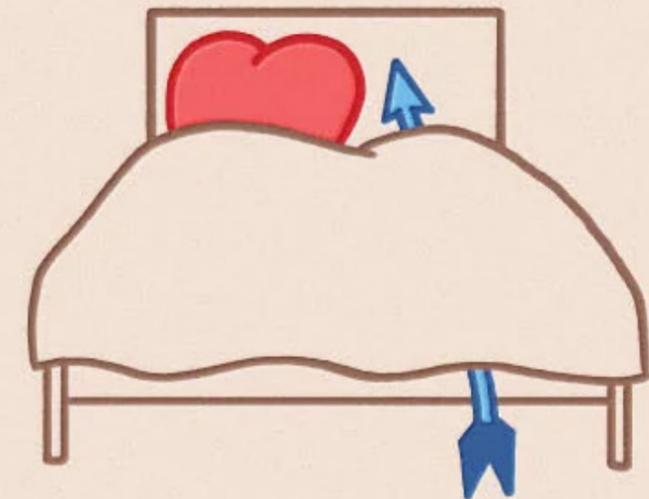
Ein Grafikdesigner erzählt Geschichten mit Hilfe von Bildern, Farben und Formen.



Design Prinzipien  
für den Berufsalltag



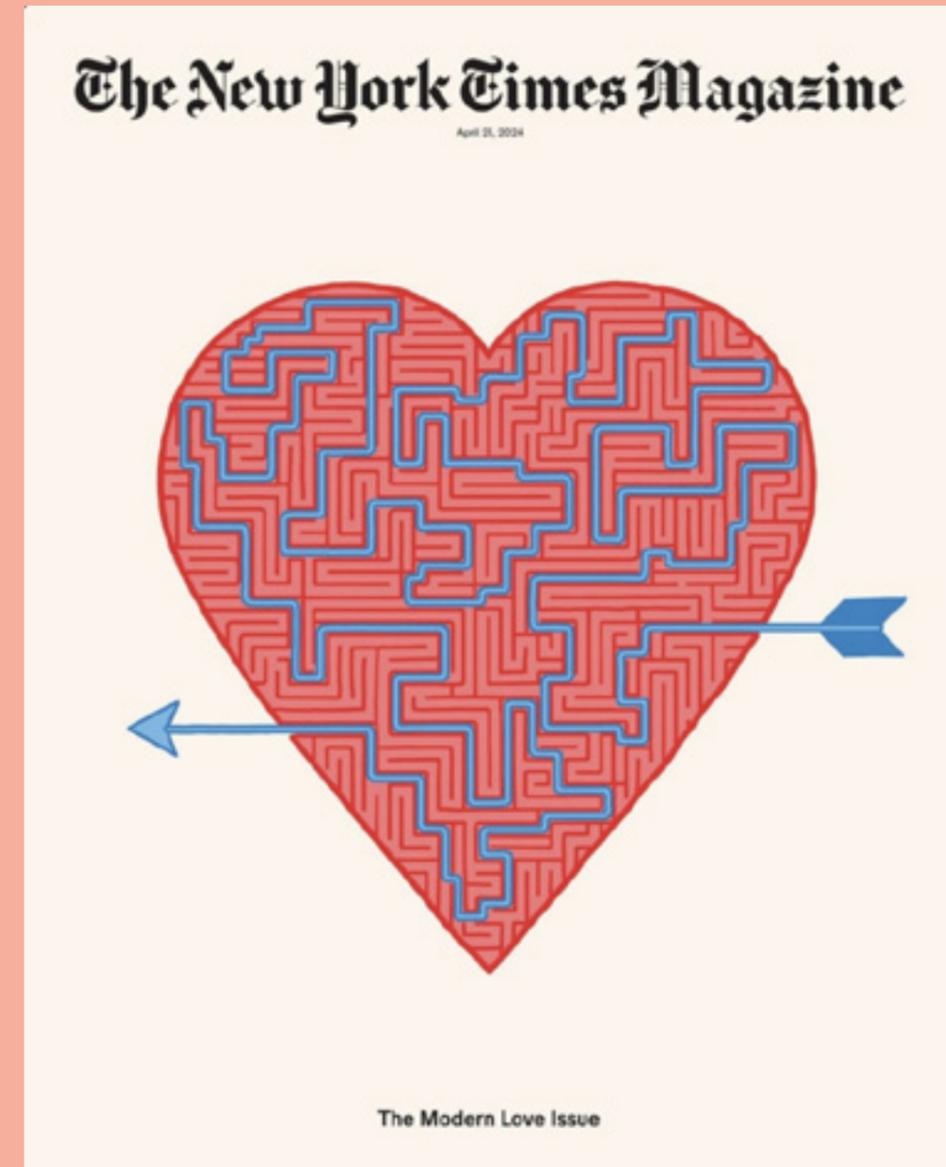
Ziel ist es, die Aufmerksamkeit des Betrachters zu wecken, und nichts weckt mehr Neugier als die Frage: „**Was passiert als nächstes?!**“



Was ist eine Geschichte?

Unser Gehirn sucht nach **Mustern**, die es zu Geschichten vervollständigen kann.

Der Schriftsteller E.M. Foster fasste es als: **Fakt + Emotion**



Illustrationen: Christoph Niemann

# Wie können Geschichten Emotionen erzeugen?

## **Spannung aufbauen**

Dopamin - Konzentration, Motivation, Gedächtnis

## **Empathie erzeugen**

Oxytocin - Großzügigkeit, Vertrauen, Bindung

## **Humor**

Endorphin - Kreativität, Entspannung, Fokus

## Geschichten

Platz für „Anfang. Mitte. Ende.“

### Geschichtenerzählen für die Werbung

Im Grafikdesign haben wir keinen Platz, um alles zu zeigen.  
Stattdessen werden die Geschichte für maximale Wirkung anpasst.

## Kontext



„A picture is worth a thousand words“??

# Design Prinzipien für den Berufsalltag



Credits:  
Advertising Agency: BETC Euro RSCG, France  
adsoftheworld.com

# Universelle Storytypen

Im Marketing nutzen universelle Storytypen die grundlegenden menschlichen Erfahrungen und Emotionen, um eine effektive Verbindung zum Publikum herzustellen. Diese Storytelling-Archetypen helfen Marken, ihre Botschaften überzeugend und einprägsam zu vermitteln.

Die  
Heldenreise

Vom  
Tellerwäscher  
zum Millionär

Reise  
und  
Rückkehr

Tragödie

Liebes-  
geschichte

Die  
Suche

Das  
Monster  
besiegen

Komödie

Wieder-  
geburt

Rache