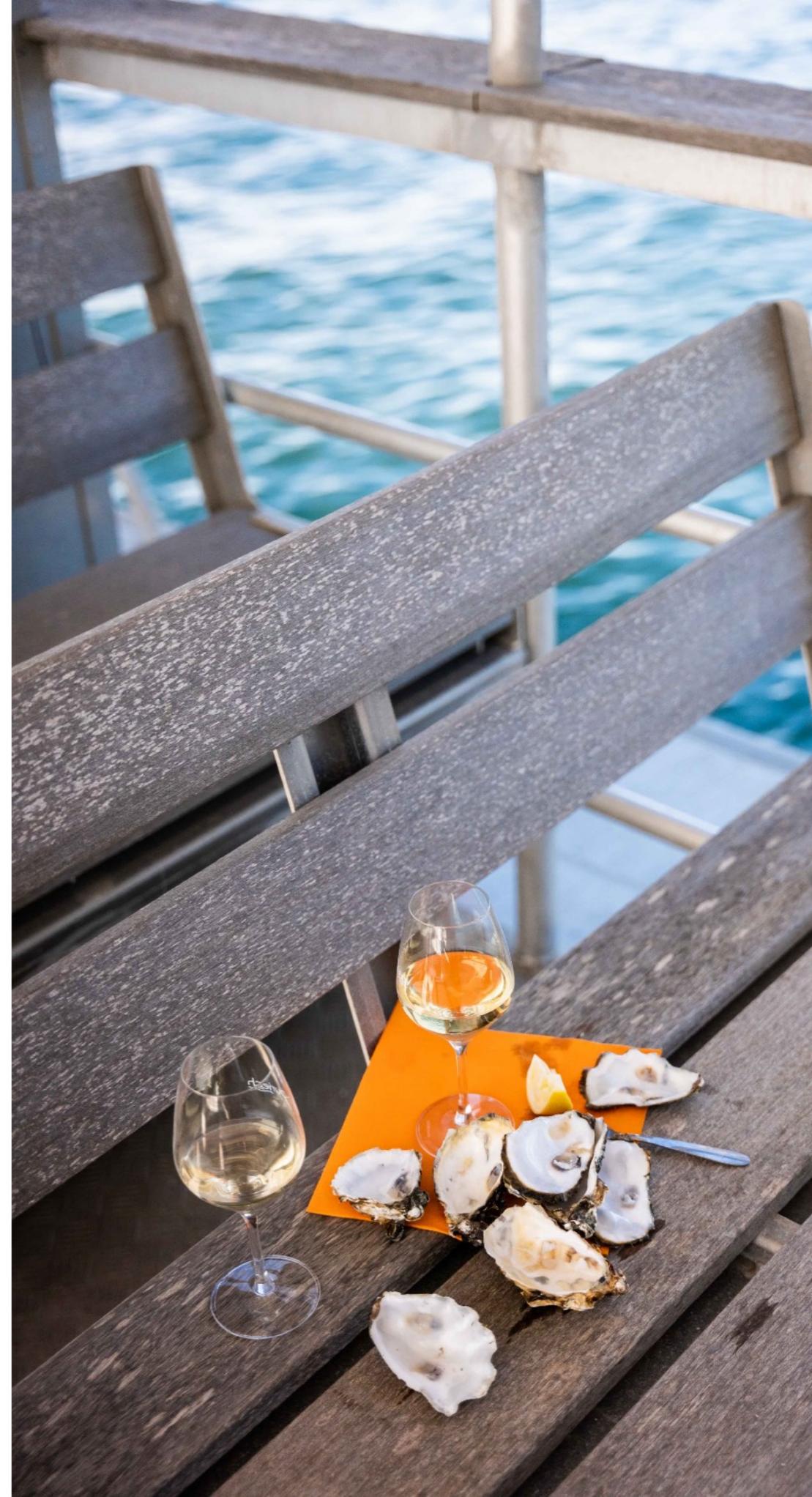


# VISUAL STORYTELLING

---

*Show. Don't tell.*





# HALLO GENUSSMENSCHEN.

---

- Isabel Pyc, 30 Jahre
- Kauffrau für Marketingkommunikation
- seit 2018: in Vollzeit Selbstständig mit **Coucoubonheur** und **Genussgeschichten** als Bloggerin, Foto- und Videografin sowie Social Media Consultant und Managerin für Gastgeber und Genussprodukte
- Gastropodcast: Ich glaub' es kockt!

*Werde sichtbar und erhalte  
Aufmerksamkeit in der Informationsflut  
auf Social Media*

# DIE HERAUSFORDERUNG

---

- Masse an (komplexen) Informationen steigt während die Aufnahmefähigkeit der FollowerInnen sinkt
- In kurzer Zeit Informationen interessant, verständlich und kompakt verpacken
- Abgrenzung zwischen all den anderen MitbewerberInnen

# DIE LÖSUNG

---

## *Storytelling*

- Geschichten erzählen & Informationen vermitteln > bessere Erinnerung
- Methode um Informationen anschaulich darzustellen & somit zugänglicher zu machen
- Interesse wecken & gewünschte Botschaft verankern
- Verstärkter Effekt durch emotionale Bindung & Empathie > Identifikation
- Authentisch durch persönlichen Bezug

# BASICS STORYTELLING

---

Eine gute Geschichte

Aktiviert

Emotionalisiert

Begeistert

Bindet

Berühre die RezipientInnen und bringe sie dazu, sich mit der Geschichte zu identifizieren.

Egal ob sachlich, emotional, schockierend oder durch Humor.

Du solltest dabei immer authentisch bleiben.

# BASICS STORYTELLING

---

Inhalt einer Geschichte:

Ein oder mehrere ProtagonistIn(en)

Ein Ereignis oder ein Problem

Die Lösung / Das Ziel

*Emotion Identifikation Botschaft*

>> Heldengeschichte <<

# HELDENGESCHICHTE

---



# VISUAL STORYTELLING

---

- Bilder funktionieren besser als Text
- Mehr Aufmerksamkeit
- Besserer Transport von Emotionen
- Einfacherer Konsum / wird schneller erfasst
- Gezeichnete Bilder / Illustrationen / Foto / Video / Animation
- Formate: Story, Foto-Post, Reel, Carousel-Post, Video (Long- oder Short-Form)

*Ein Bild sagt mehr  
als tausend Worte*

*Ein Bild sagt mehr  
als tausend Worte*







*„Frühstück in  
Südfrankreich“*

# *Engagement durch* **EMOTION**

---

- Musik / passende Stimmung
- Original-Ton
- Gesamteindruck (Umgebung)
- Detail-Aufnahmen
- Authentizität
- Menschlichkeit

# LEITFADEN / CHECKLISTE

---

- Was ist meine Botschaft? Was möchte ich vermitteln?
- Welchen Mehrwert hat die Geschichte für meine Zielgruppe?
- Welches Format eignet sich am besten für die Umsetzung?
- Bilde ich eine einheitliche Außendarstellung zur Wiedererkennung ab?
- Wie catche ich die FollowerInnen in der ersten Sekunde? Erzeuge ich eine Harmonie zwischen Wort & Bild?
- Brauche ich einen Untertitel?
- Ist meine Geschichte authentisch & glaubwürdig?
- Erzähle ich spannend und löse ich Konflikte?
- Schaffe ich eine emotionale Bindung?

# MUSIK & SOCIAL MEDIA\*

---

- Social Content ist Musikgetrieben
- Egal ob bei Fotos / Videos oder Musik. Es fallen Nutzungsrechte an
- KünstlerInnen müssen an kommerzieller Nutzung beteiligt werden
- "Insbesondere die Nutzung von Musik für gewerbliche oder nicht private Zwecke ist verboten, es sei denn, du hast entsprechende Lizenzen eingeholt."
- Anfrage der Nutzungsrechte über Plattenfirmen oder direkt über die KünstlerInnen
- Meta Sound-Collection. Laut Meta „frei nutzbar, ohne dass auch nicht-private Account-Betreiber dafür eine Lizenz erwerben müssen.“
- Nummer sicher: Original-Sound verwenden oder Kauf von Musik über z.B. [jamendo.com](http://jamendo.com) oder [epidemicsound.com](http://epidemicsound.com)

# VISUAL STORYTELLING

---

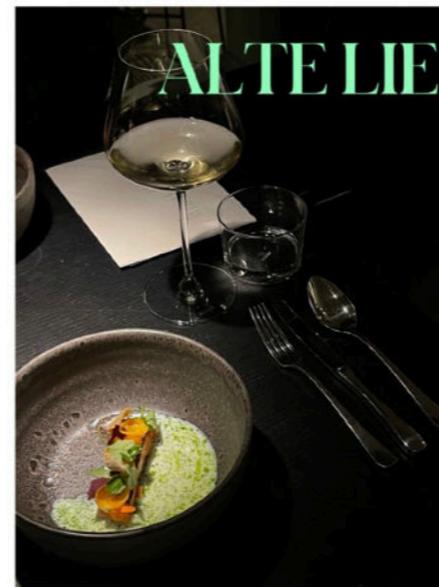
## *Beispiele*



Klick



Klick



Klick



Klick



*Viel Spaß beim Kreativ werden.*