Unter folgenden Links findet ihr weitere Impulse zum Visualisieren:

https://www.sketch4effects.de/sketchnoting-fuer-visuelles-praesentieren

Wer Lust auf stets aktuelle Impulse hat, vernetzt sich am Besten mit mir auf LinkedIn. Hier findet ihr regelmäßig im kurzen Abständen Beispiele und Inspiration rund ums Sketchnoting und visuelles Präsentieren. Auch werdet ihr über offene Workshops und sowie kostenlose Schupperworkshops informiert.

linkedin.com/in/buetefisch

Gute Bücher zum Visualisieren von KollegInnen

https://www.sketch4effects.de/buecher-visualisierung-lernen/

Bei Interesse an einem Workshop oder einer Impulsveranstaltung schreibt mir bitte eine Mail an:

sigi@buetefisch.de

Mehr über mich und meine/unsere Projekte

www.sketch4effects.de

www.buetefisch.de

Liebe Teilnehmende,

dranbleiben, experimentieren, anwenden: So steigert ihr eure Fähigkeiten weiter und weiter. Das lohnt sich: Denn Viualisieren und visuelles Storytelling bringt Menschen in Bewegung – und sorgt für bessere Arbeitsergebnisse! Auch die Auszüge aus meinem Workbook helfen Euch dabei weiter.

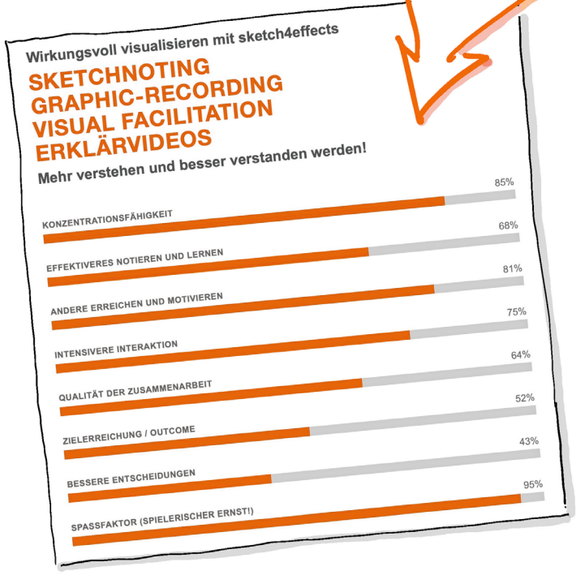
Viel Spaß mit dem Stift in der Hand ...

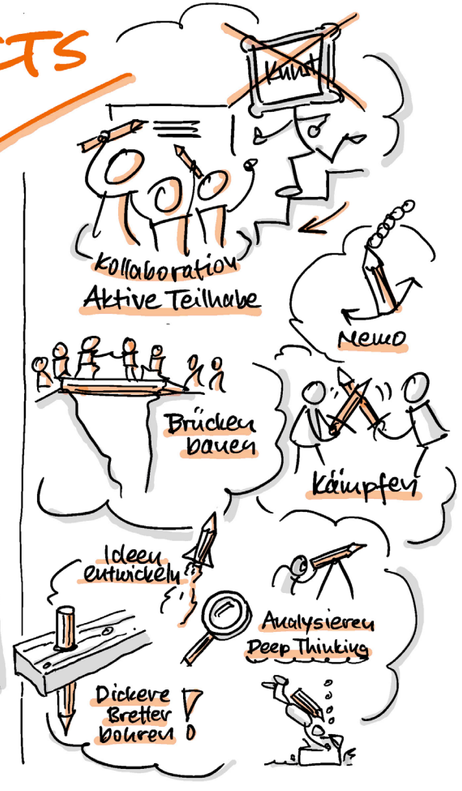
© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

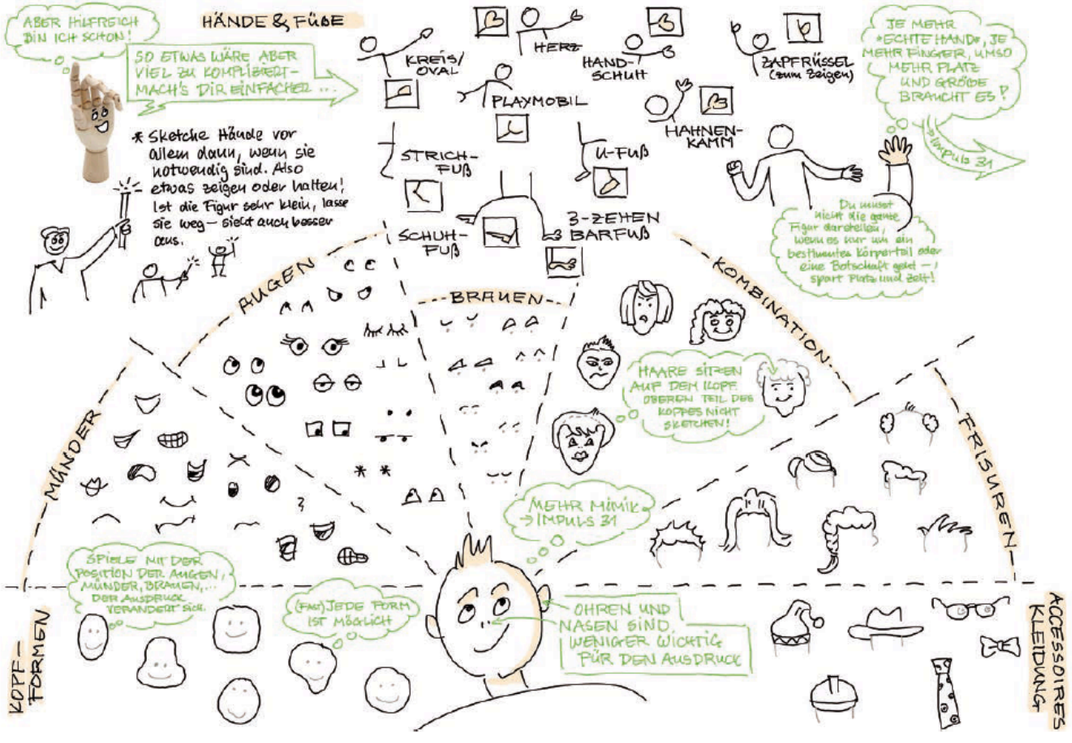
SKETCH4EFFECTS

WORKSHOP
Führungsakademie Karlsruhe

Bessere Ergebnisse







© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

10: WOW-Effekt Farbe & Schatten

Farbe gibt Orientierung – nicht nur beim Bombenentschärfen

Jeder weiß das: Beim Bombenentschärfen muss ein bestimmtes Kabel durchtrennt werden. Rein schwarz-weiß wäre die Orientierung im Kabelsalat unmöglich. Auch in der Visualisierung brauchen wir Farbe zur Unterscheidung und für vieles mehr. Die Punkte eins bis neun der Sketchnote helfen dir beim gezielten Einsatz von Farbe.

Denke auch an eine Landkarte oder Infografik: Farbe macht Verstehen einfacher. Dagegen machen zu viele und vor allem unsystematisch verwendete Farben Verständnis schwerer. Du erinnerst dich: **»Vermeide das Übermaß« gilt auch für Farbe!**

Beim Visualisieren hast du Farbfreiheit: Weder ein Baum noch ein Frosch muss grün sein wie in der Natur. Warum nicht ein Froschkönig mit rosa Krone und Brille? Und schon veränderst du die Märchengeschichte!

Beachte beim Verwenden von Farbe den Kontrast: Dunkle Schrift auf dunklem Hintergrund ist nicht gut lesbar. Helle Farben wie ein Gelb sind oft zu hell, um gut wahrgenommen zu werden. Das gilt besonders bei Flipcharts auf größere Entfernungen.

Es wirkt oft besser, wenn Farbe nicht das gesamte Element ausfüllt. Das erzeugt eine Art Lichtreflex und so mehr Räumlichkeit und Lebendigkeit. Das erkennst du oben in der Sketchnote beispielsweise beim Herz.

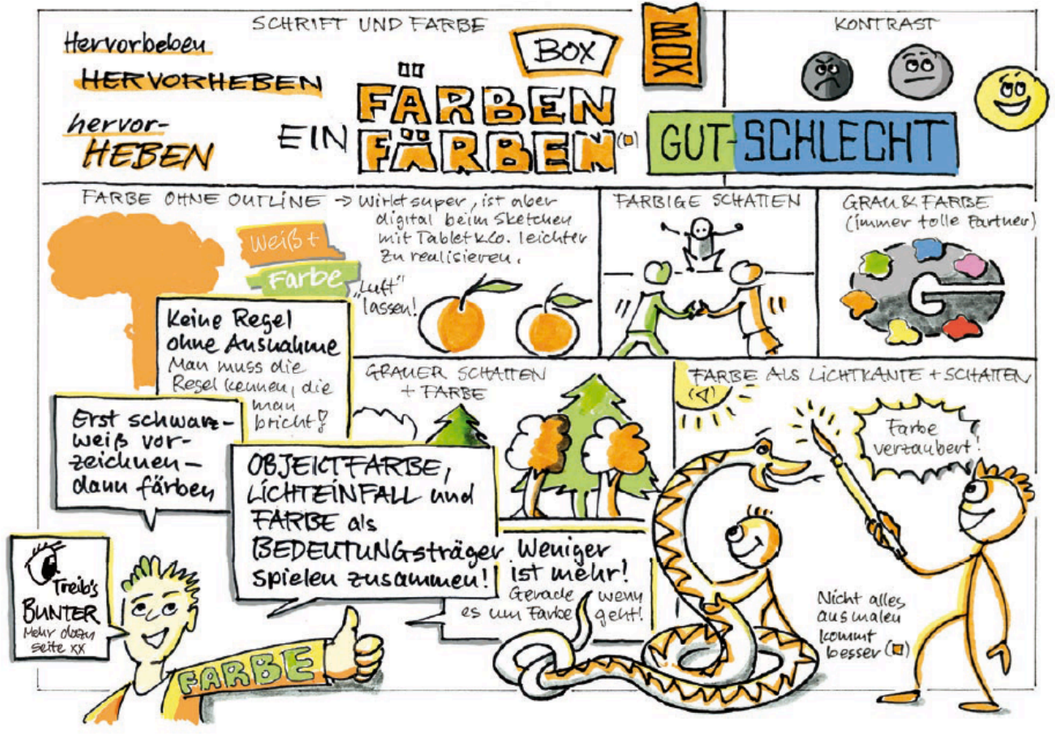
Vermeide Schmierer! Wenn du mit einem schwarzen Stift vorgezeichnet hast und dieser nicht wasserresistent oder nicht einmal wasserfest war, kann die Farbe das Schwarz anlösen und verschmieren. Das sieht nicht gut aus und verdreckt die Spitze des farbigen Stiftes und macht ihn damit unbrauchbar. Mit wasserfesten Stiften für die Outlinezeichnung vermeidest du das!

Nutze nicht zu stark saugendes Papier. Es gibt extra Layoutpapier, bei dem Farben nicht auslaufen.

Koloriere möglichst gleichmäßig und zügig. Selbst wenn das Papier nicht allzu stark saugt, sieht man es, wenn du über eine Stelle besonders oft drübergehst oder mit dem Stift zu lange an einer Stelle auf dem Papier bleibst. Diese Stellen werden dunkler.

Super exakt ist selten nötig. Im Gegenteil. Es wirkt lockerer und geht auch schneller, wenn die Kolorierung nicht penibel ausgeführt ist. So darf eine Farbfläche auch mal die Outline überschneiden.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Achte auf die Farbharmonie: Nicht alle Farben passen gut zusammen. Mehr zu Farben und Farbharmonie findest du im Downloadbereich – oder google den Begriff »Farbpaletten« im Internet.

Jetzt brauchst du das Set mit den grünen, orangen und grauen Pinselstiften – oder du schaust, wo du noch Filzschreiber im Haus hast. Oder du kolorierst mit Farbstiften, das dauert aber länger und sieht etwas nach Kunst aus.

Übung 14: Geh **nochmals durch das Buch** und koloriere einige der einfarbigen Sketches. Bei dem gedruckten Buchpapier brauchst du keine Angst zu haben, dass deine Farbstifte die schwarze Outline verschmieren. Lasse dich beim Kolorieren von der Sketchnote links inspirieren. Du wirst merken, dass diese Sketchnotes gleich mehr auffallen. Setze Farbe deshalb bewusst als Verstärker und nicht überall ein. Sonst ist es so, wie wenn du alles mit dem Textmarker markierst.

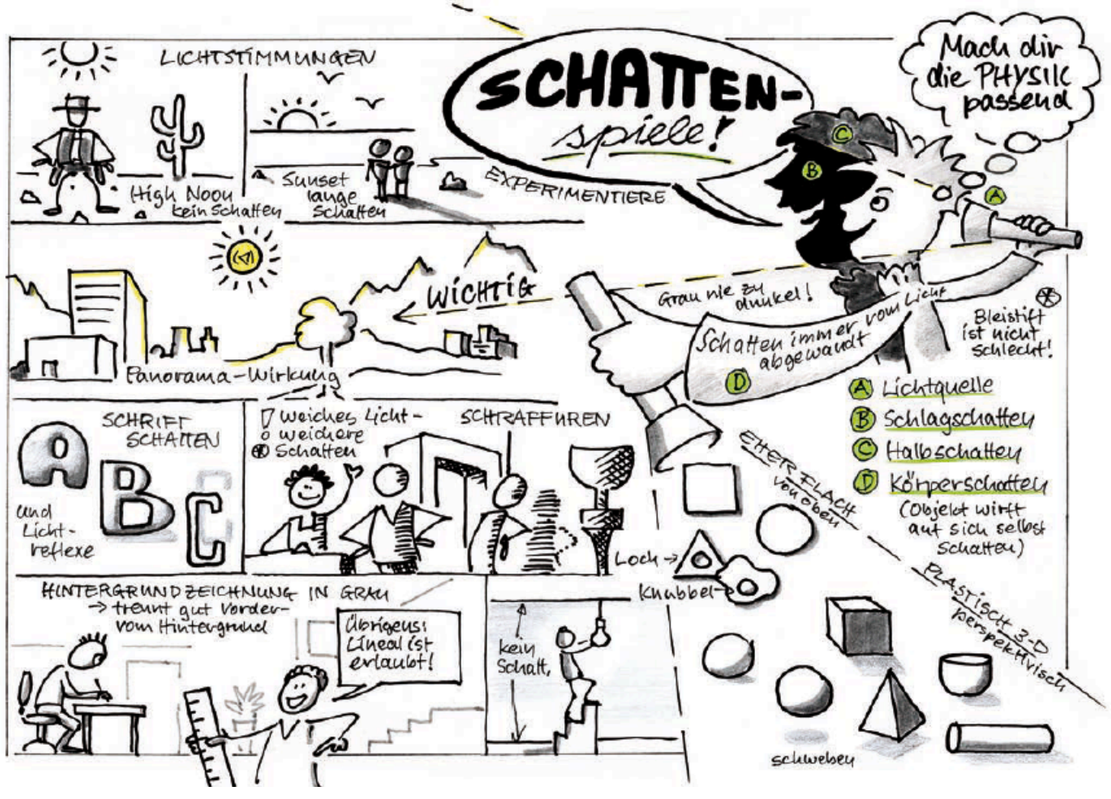
Schatten ist auch nur eine Farbe

Vergleiche die Sketchnote links mit der auf der nächsten Seite. Du siehst, die Technik des Schattierens und des Kolorierens ist sehr ähnlich. **Schattieren ist Kolorieren mit grau bis schwarz!**

Warum nutzen wir Schatten in der Visualisierung? **Ein plastisches Motiv, also ein Motiv mit Schatten, fällt mehr auf.** Der Schatten trennt den Vorder- vom Hintergrund und lässt das Objekt hervortreten. Wichtig: Der Schatten ist immer vom Licht abgewandt. Achte darauf. Schau nochmals auf den Titel dieses Buches: Wenn du Farbe und Schatten kombinierst, hast du mehr Ausdrucksmöglichkeiten. Ein Tipp: Zum Schattieren kannst du auch einen Bleistift nehmen. Wenn du den Bleistift schräg hältst, gelingt dir das Schattieren leichter.

Übung 15: Schattiere einige Sketches, die du schon gemacht hast. Wenn das Schwarz etwas schmiert, schadet das deinem grauen Stift (fast) nicht.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Downloadangebote – noch mehr Impulse

Dieses Buch enthält vierunddreißig Impulse sowie drei zusätzliche Anstöße, um jedes Level zu vertiefen. Die fünfzig Übungsaufgaben und fast zweihundert Abbildungen bringen dich vom Lesen zum Tun.

Wenn dir das immer noch nicht reicht und wenn du einiges direkt per Video erklärt haben möchtest, dann schau in den Downloadbereich des Verlages: **www.businessvillage.de/DL-1175.html**

Beispiele zur Inspiration – Visualisierungen sind so vielfältig wie Themen und Persönlichkeiten.

Videoimpulse zur Erklärung – Manches ist leichter gezeigt als erklärt.

Weitere Übungen – Denn mehr Üben hilft mehr.

Materialtipps – Visualisierung ist Handwerk.

Buchempfehlungen und Links – Andere Visualisierer haben auch gute Ideen.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

Gedanken

»Denken ist interessanter als Wissen, aber nicht als Anschauen.«
Johann Wolfgang von Goethe

»Das Bild ist die Mutter des Wortes.«
Hugo Ball

»Der Mensch, das Augenwesen, braucht das Bild.«
Leonardo da Vinci

»Ein Bild ist ein Gedicht ohne Worte.«
Quintus Cornificius

»Ein Bild über etwas ist spannender als ein Bild von etwas!«
Sigi Bütefisch

»Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.«
Aber wie gelingt es mir, diesen Satz jetzt schnell zu visualisieren?

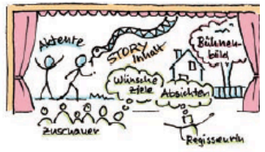
11: 4-Quadranten-Methode ZEichN©

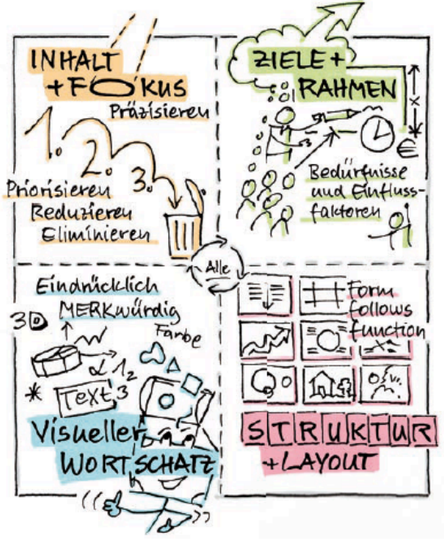
Das Profitool für wirksame Visualisierungen

Was Visualisierern mit Erfahrung gelingt, geschieht oft unbewusst und intuitiv. Diese unbewusste Kompetenz wird in der 4-Quadranten-Methode ZEichN© erlernbar. Die Methode gliedert den Visualisierungs- und Storytellingprozess in vier einfache Schritte auf. Statt auf den großen Wurf, die zündende Idee zu hoffen, kommst du mit dieser Methode Schritt für Schritt bei deinem Storytelling voran – effektiv, schnell und fokussiert.

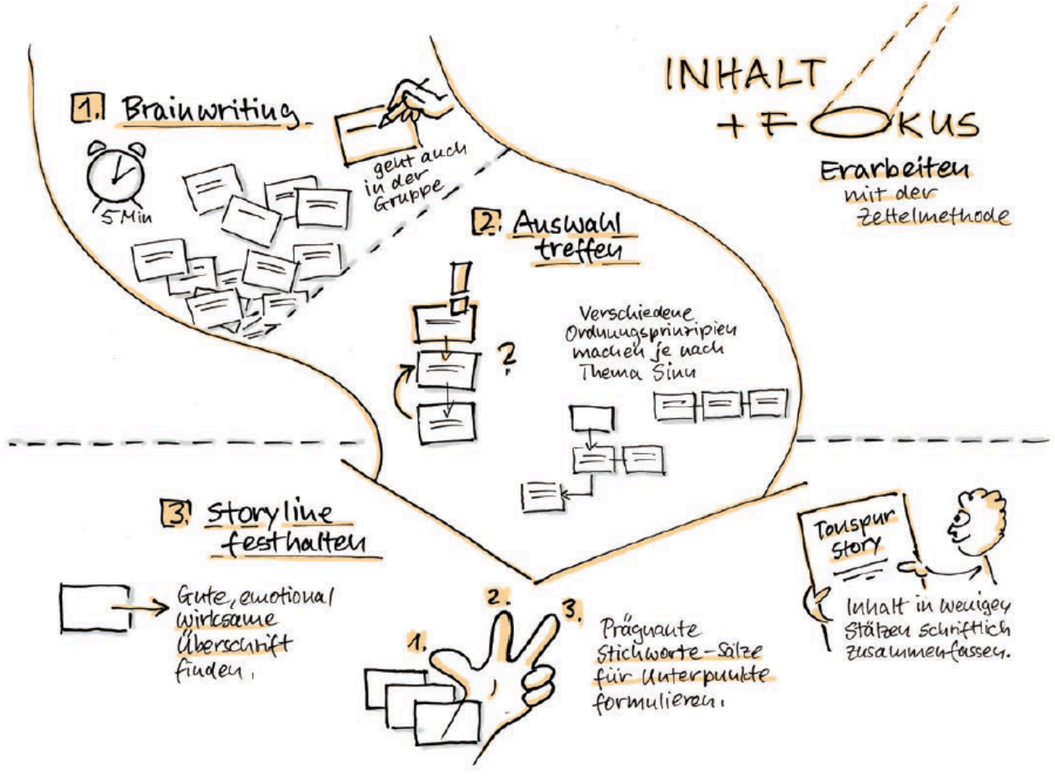
Durch wiederholtes Anwenden dieses Tools passiert etwas Wunderbares: Deine Visualisierungen kommen einfach an, schießen Fakten direkt durchs Herz ins Hirn deiner Zielgruppe. Einfach, weil auf deiner ZEichN©-Bühne Spannendes passiert. Stand Mitte 2023 haben dreitausendfünfhundert meiner Workshopteilnehmenden diese Methode kennengelernt und viele nutzen sie in den verschiedensten beruflichen Zusammenhängen. Das Feedback zeigt: die Methode ist voll praxistauglich.

Erinnerst du dich noch an die vier Erfolgsfaktoren der ZEichN©-Bühne? Diese Faktoren lassen sich direkt den Quadranten zuordnen – und da wir nun Farben nutzen, können wir das verdeutlichen.





© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Quadrant Inhalt und Fokus

Immer, wenn es um ein Thema, ein Problem oder eine Lösung geht, gibt es:

das Wichtigste,
Wichtiges,
weniger Wichtiges,
Nebensächliches und
Unnötiges.

Erst wenn du Prioritäten klar herausarbeitest, wird aus vielen Informationen verdaubares Wissen. Visualisierung heißt, Information zu verdichten. Wie bei einem gelungenen Rezept sind nicht allein die Zutaten ausschlaggebend, sondern vor allem die Abstimmung und Mengen der einzelnen Zutaten. Wenn du alles gleich wichtig oder unwichtig darstellst, entsteht ein Einheitsbrei, der niemandem schmeckt. In der nebenstehenden Sketchnote erkläre ich dir eine Möglichkeit, wie dir das Priorisieren und Reduzieren auf das Wesentliche schnell und einfach gelingt. Selbstverständlich führen andere Priorisierungsmethoden auch zum Ziel.

Folgende Fragen helfen dir, den Inhalt zu schärfen:

Worum geht es? Beantworte diese Frage am besten mit einem einprägsamen Satz. Dann hast du vielleicht sogar schon eine gute Überschrift gefunden.

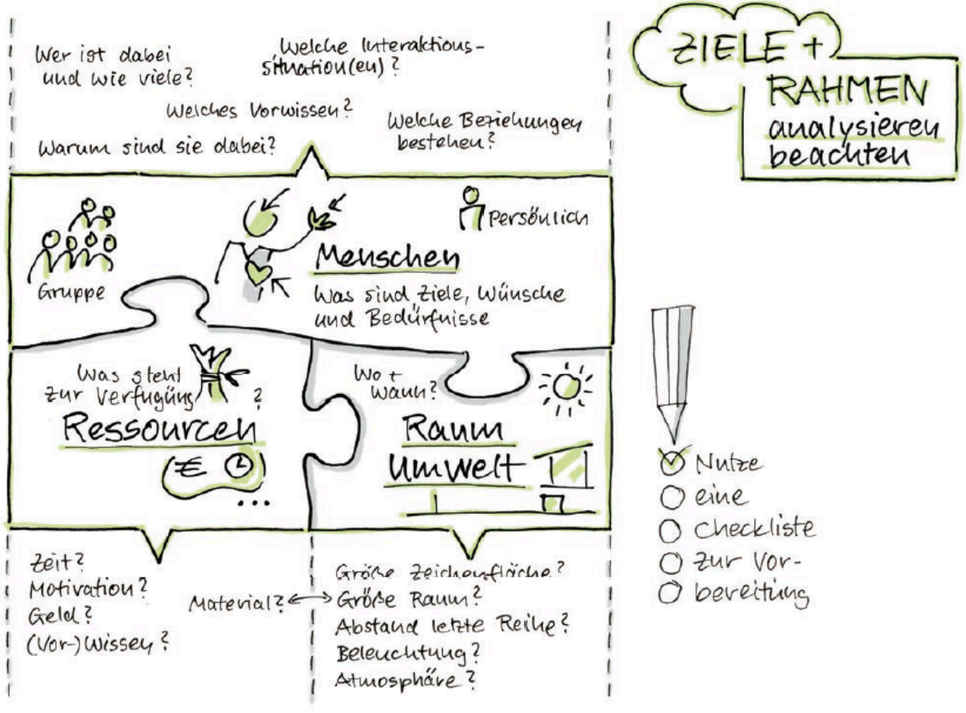
Worum geht es genau, welche Unterpunkte sind für dieses Thema besonders wichtig? So wird dir klar, welche Schlagworte zu deinem Thema wichtig sind.

In welcher Hierarchie stehen diese Schlagworte, die Themenbausteine zueinander? Wie bei einem Organigramm gibt es vielfältige Möglichkeiten, den Inhalt zu strukturieren. Mach es nicht zu kompliziert.

Was kann ich kürzen und vor allem weglassen? Hab Mut zum Reduzieren. Manches muss, selbst wenn es eine gute Idee ist und schwerfällt, in den Mülleimer wandern.

Dieser Prozess funktioniert genauso gut als Gruppenarbeit. Je öfter du diese Zettelmethode übst, umso mehr gelingt dir das Präzisieren, Priorisieren, Reduzieren und Eliminieren – gerade unbewusst.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Quadrant – Ziele und Rahmen

Visualisierungen müssen zum Veranstaltungsrahmen passen – zu den Menschen, den Ressourcen und zu dem Raum. Die Situation ist eine völlig andere, wenn du mit deinen Kollegen am Tisch sitzt, vor Hunderten von Zuschauern in einem Saal präsentierst oder mit Visualisieren durch einen Prozess führst. Einmal reicht ein Schmierzettel, einmal kommt es auf professionelle Veranstaltungstechnik und viel Abstimmung an, einmal musst du besonders viel über die Teilnehmenden wissen. Dieser Quadrant hilft dir bei der professionellen Vorbereitung. Du vermeidest Stress und gewinnst Freiräume für Improvisation. Lass dich von folgenden Fragen leiten:

Für wen und wie viele visualisiere ich? Wie sind die Beziehungen meiner Zielgruppe untereinander?

Was sind die Ziele und Wünsche aller Beteiligten? Was ist der konkrete Nutzen?

Welches Vorwissen bringen die Teilnehmenden mit? Was sind die Lern- und Handlungsziele?

Auf welche Art, weshalb und wie möchte ich die Teilnehmenden einbinden? Was sollen sie konkret tun?

Was ist an Vorbereitung nötig? Wen muss ich einbinden? Habe ich notfalls einen Plan B und C?

Welchen Zeitrahmen habe ich? Wie gestalte ich Pausen und die Agenda?

Welches Budget und welche Ressourcen habe ich? Was an Material und Ressourcen ist absolut nötig, was ist optional?

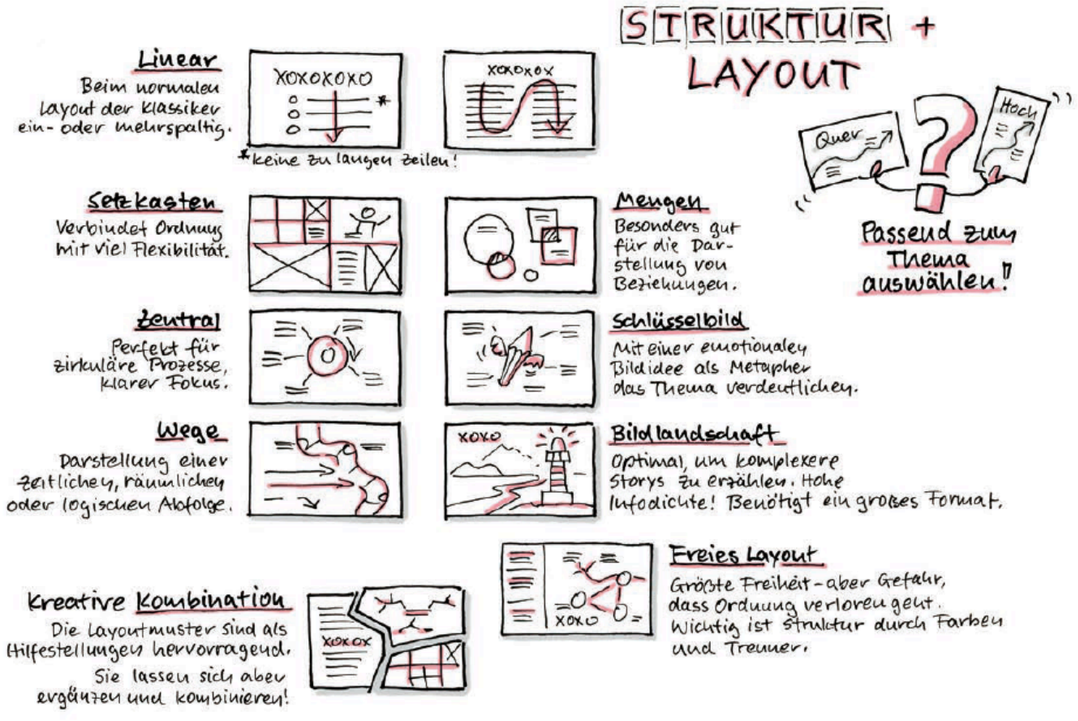
Wie ist die Raumsituation sowie das räumliche Umfeld? Was kann ich notfalls verändern?

Wie weit ist der Hinterste von der Zeichenbühne entfernt? Wie nah rücke ich jemandem auf die Pelle?

Wie garantiere ich Verständlichkeit und Lesbarkeit? Wie ist die Lichtsituation gerade im Tagesverlauf?

Lass dich von diesen Fragen zu weiteren anregen.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Quadrant Struktur und Layout

Eine schlüssige Struktur und ein angemessenes Layout sorgen für Klarheit und damit besseres Verständnis. Oder: Das Layout macht die Struktur des Inhalts sichtbar. Die nebenstehenden Grundmuster von Layouts erleichtern dir die Gestaltung deiner Visualisierung. Fast alle Visualisierer und Visualisierungsbücher gliedern diese Layoutmuster ähnlich – weil es sich einfach bewährt hat.

Jetzt gleich wieder eine Anleitung dazu, wie du ein optimales Layout für dein Thema findest:

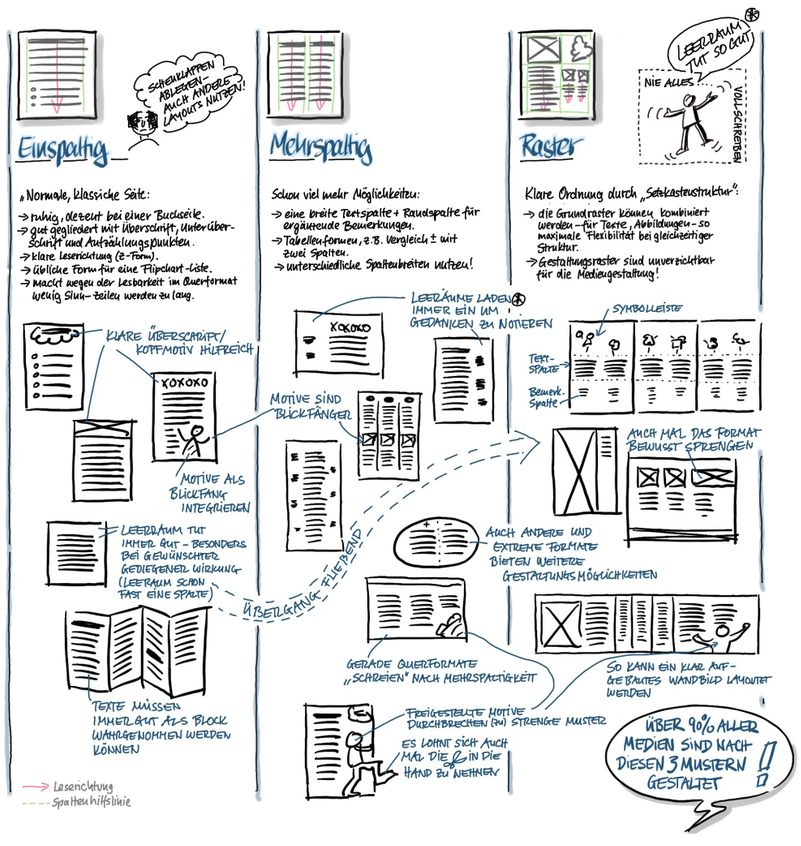
Triff die Formatentscheidung. Entscheide dich für eine konkrete Größe und Proportion deiner Zeichenbühne: Ein Beispiel, um es konkret zu machen: Du möchtest als Metapher für harte, eintönige Arbeit eine Galeere darstellen? Dann bietet sich ein Querformat an. Du möchtest eine Von-oben-nach-unten-Hierachie durch ein Hochhaus ausdrücken? Dann nimm ein Hochformat. Ist dein Motiv detailreich, muss dein Format groß sein, damit noch alles zu erkennen ist. Und wie du gerade gelesen hast: Denk an die Lesbarkeit für den Hintersten im Raum oder an die Lesbarkeit auf kleinen Formaten, wie zum Beispiel auf dem Handy.

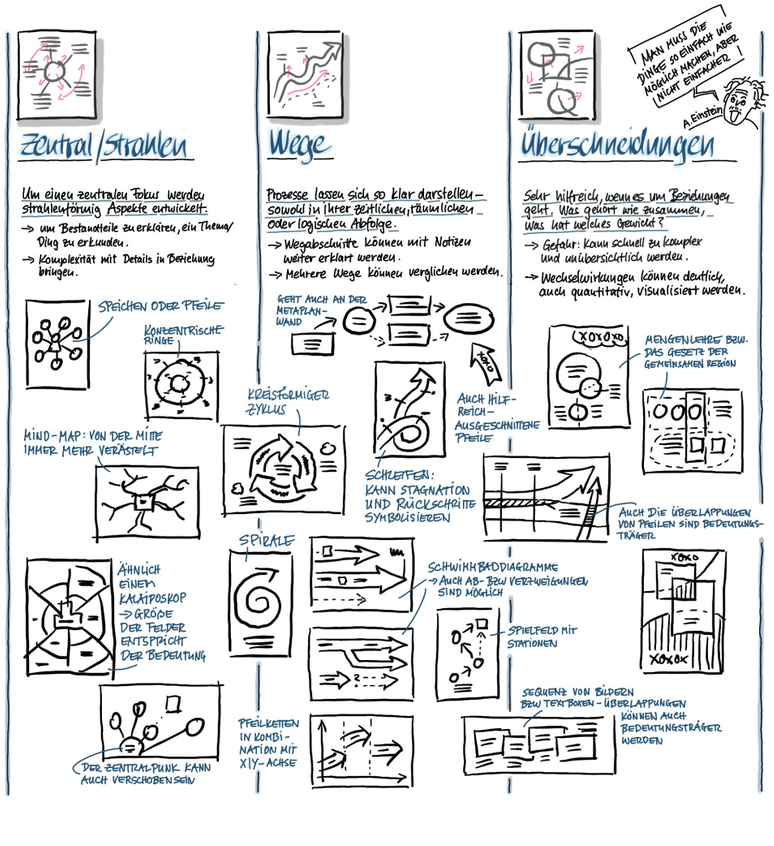
Wähle anhand der Kurzbeschreibungen Layoutmuster aus, welche zu deinem Thema passen: Die Klarheit über Inhalt und Fokus sowie Ziele und Rahmen hilft dir, eine möglichst gute und schnelle Entscheidung zu treffen. Meist eignen sich mehrere Layoutmuster.

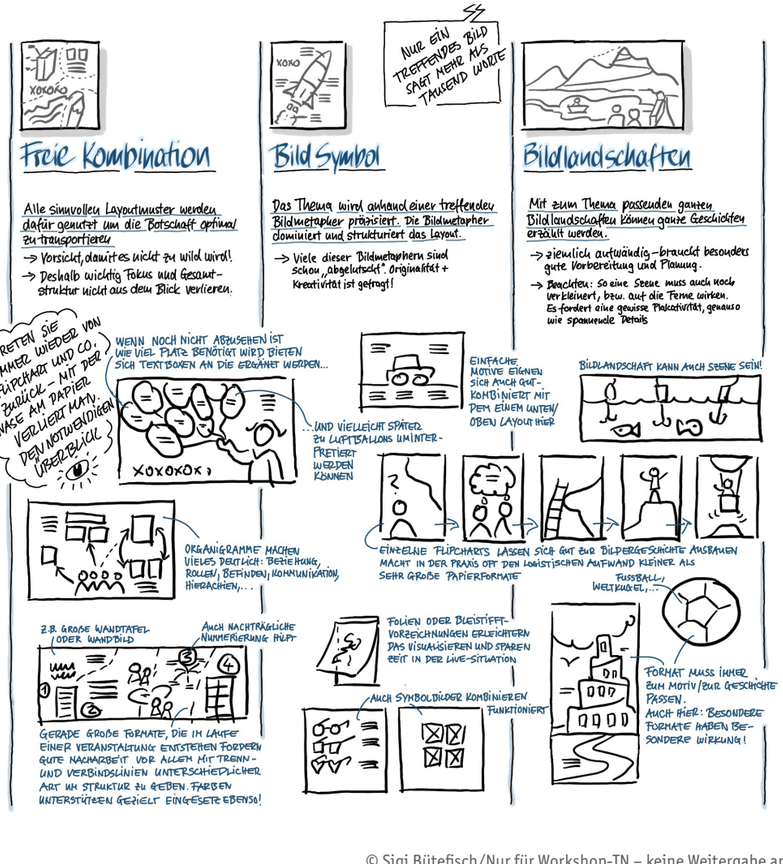
Ein Layoutmuster ist nur der grobe Rahmen. Entwickle eine klare Vorstellung davon, wie du das Grundlayout im Detail ausgestaltest. Wie groß sind die verschiedenen Schriften? Welche Farbpalette bestimmt das Layout? Ein anschauliches Beispiel für die Optimierung eines Layouts ist der Vergleich der Abbildungen auf Seite 96 und 98. Ein Tipp für besseres Layout: Kleine Vorabskizzen helfen dir beim effektiven Layouten.

Je komplexer und kleinteiliger visuelle Darstellungen werden, umso wichtiger ist dieser Quadrant. Bei einem Graphic Recording ist er beispielsweise unverzichtbar. Bei einer Ad-hoc-Gedankenskizze oder einem kleinen Schlüsselbild ist er eher unnötig.

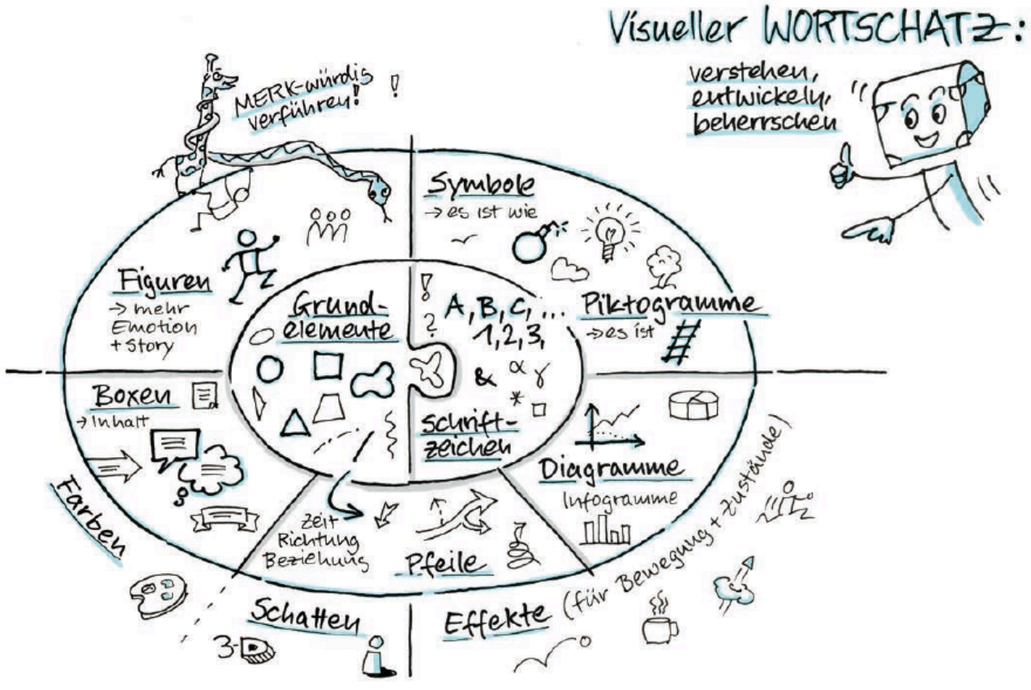
© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte







© Sigi Bütefisch/Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Quadrant visueller Wortschatz

Für viele, die Visualisierung üben und es anderen beibringen, ist der visuelle Wortschatz, sind die visuellen Elemente das Herzstück der Visualisierungsskills. Wahrscheinlich liegt es daran, dass man beim Üben des visuellen Wortschatzes am schnellsten seinen Lernerfolg erkennt. Oder weil es den meisten besonders viel Spaß macht – gerade denjenigen, die gedacht haben, dass sie nicht zeichnen könnten. Oder weil einfach gilt:

Die visuellen Vokabeln sind der Blickfang auf deiner Zeichenbühne.

Und genau wie auf der Bühne müssen diese Elemente gut zusammenspielen. Keine soll der anderen Vokabel die Show stehlen – außer, wenn das gerade ein Teil der Story ist. **Stelle mit deinen visuellen Vokabeln Beziehungen, Interaktionen, Botschaften, Gedanken, Konflikte und Lösungen dar.** Deine Zutaten sind dabei die grafischen Grundelemente, die Schriftzeichen und alle Dinge, die du in der nebenstehenden Sketchnote zusammengefasst siehst.

Das Gute beim Handmade-Visualisieren ist:

Du kannst selbst Unbelebtes wie einen Stift oder selbst eine Textbox zum Leben erwecken, zum Akteur mit Charakter und Ausdruck machen.

Gerade das Darstellen von handelnden Akteuren belebt jede Visualisierung. Denn mach dir klar: Ob in der Gesellschaft, Wirtschaft, Politik oder im Privaten etwas gelingt oder scheitert – der handelnde Mensch spielt dabei immer eine entscheidende Rolle. Das wird viel zu oft bei aller vermeintlichen Sachlichkeit, allen Bulletpoints, Statistiken und Tabellen vergessen. Wie schon mehrfach betont:

Visualisierung macht durch Emotion Fakten verständlich und MerkWÜRDIGER! Visualisierung macht schwer Formulierbares sichtbar. Visuelles Storytelling und originelle visuelle Elemente prägen sich nachhaltig ein. Das sind nicht nur vollmundige Behauptungen, sondern das wurde durch wissenschaftliche Studien eindeutig bewiesen. Einige dazu findest du im Downloadbereich zu diesem Buch.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

13: AUSDRUCK sichtbar machen

Gedanken und Botschaften betonen

Leben ist Kommunikation, Interaktion und das Stillen von (Grund)Bedürfnissen. Absolut notwendig dafür ist unsere Ausdrucks- und Emotionsfähigkeit, also Sprache, Bewegung, Gestik, Mimik zum Sichtbar-Machen unserer Gedanken und Gefühle. Dieses Sichtbar-Machen ist der Schlüssel für mehr Ausdrucksqualität deiner Visualisierungen. Ich behaupte: *Mehr Ausdruck, mehr Eindruck!* Nun geht es erst mal um die Blasen und Container. Im Impuls 21 und 30 vertiefst du die Ausdrucksfähigkeit deiner Figuren noch weiter.

Sprech- und Gedankenblasen:

Seit den ersten Comics haben Zeichner viele unterschiedliche Varianten entwickelt – nutze diese Vielfalt. Nebenstehend eine Auswahl der Wichtigsten davon. In dem du mit Farbe, Schatten und Linienstärke spielst, erweiterst du die Ausdrucksfähigkeit deiner Blasen.

Schriftboxen, Fahnen & Co

Du kannst die Botschaften auch durch Textboxen betonen und differenzieren. Lass dich von den nebenstehenden Beispielen inspirieren, deine eigenen zu entwickeln. Grundsätzlich kannst du (fast) jedes visuelle Symbol beziehungsweise Element zu einer Textbox machen. Dazu noch ein Gedanke zu den beliebten Überschriften-Textboxen im Fahnen-, Wimpel- und Bannerstil: Übertreibe es nicht, sie werden zu oft und floskelhaft verwendet. Die Assoziation deiner Aussage gleitet sonst schnell ins Mittelalterliche ab – dabei geht es doch meist um heutige Themen. Aber wenn es dir Spaß macht, lasse Fahnen wehen, visualisiere Schilder und sketche angepinnte oder aufgeklebte Zettel.

Übung 19: Schreibe zehn Mal gleich groß das Wort »Betonung« mit genügend Abstand dazwischen. Skizziere um das Wort verschiedene Blasen und Boxen mit unterschiedlichen Strichstärken, Farben und Effekten. Welches fällt am meisten auf?

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

WEITERE IMPULSE

Erster Impuls für lesbare Schrift

2–4 verschiedene Schriften (Art/Größe) reichen für gute Gliederung meist aus!

Schrift ist Symbol und Visualisierung

ZUNÄCHST AM BEISPIEL AN EINER ÜBLICHEN SCHRIFT AUS DRUCKBUCHSTABEN MIT FEINLINER, KUGELSCHREIBER, BLEISTIFT ETC. NUTZEN SIE DAZU EINE SCHRIFT DIE IHNEN SCHON GELÄUFIG IST.

A4 NOTIZ

Je größer geschrieben wird umso weiter wirkt die Schrift!

FEIFCHART

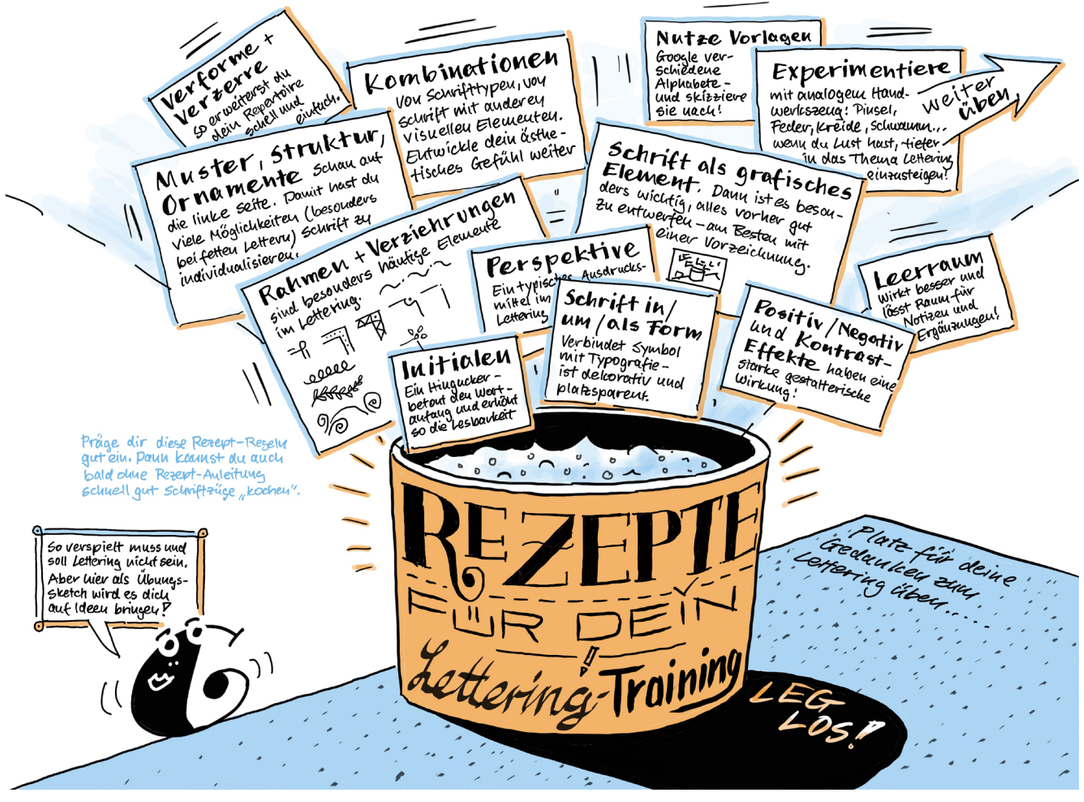
FUNKTIONIERT IN GROß UND KLEIN!

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ

GROßBUCHSTABEN BIS AUF M, W, I UNGEFÄHR GLEICH BREIT

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

KLEINBUCHSTABEN VON DEN FORMEN VIEL UNTERSCHIEDLICHER ACHTEN, DASS DIE „PUNZEN" OFFEN BLEIBEN! GERADE BEIM e



© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

16: AUFZUGfahren oder BARhocken

Didaktische Reduktion tut not!

Nach dem letzten, recht langen Impuls nun ein kürzerer, aber genauso wichtiger.

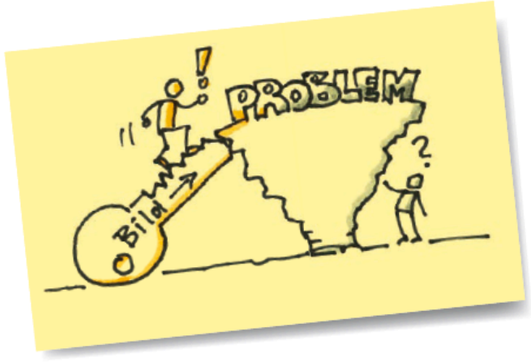
Je mehr du über ein Thema weißt, umso eher gehst du zu stark in die Tiefe und in die Breite. Behalte deshalb stets dein Haupt-Kommunikationsziel im Blick. Was ist das wirklich Wesentliche? Mache es gleich praktisch konkret an einem dich betreffenden Thema:

Übung 23: Denke an ein Problem, das gelöst werden muss. Überlege und beantworte dir folgende Frage: Welche (nur eine) Botschaft ist nötig, damit deine Zielgruppe ins Handeln kommt, beziehungsweise Lust auf dafür notwendige Meh-Information bekommt? Denn nur Handeln löst Probleme und verändert wirklich (d)eine Situation.

Du kennst die Methode des Elevator Pitch? Hier geht es darum, seine Botschaft so zu verdichten und verkürzen, dass diese selbst während einer Aufzugfahrt prägnant rübergebracht werden kann. Das gelingt dir am besten, wenn es dir selbst in dieser kurzen Zeit gelingt, ein wichtiges Bedürfnis deines Gegenübers emotional anzusprechen. Bedürfnisse sind Motivatoren unseres Handelns. Oder bildhaft ausgedrückt: Impfe die Botschaft wie einen Samen in Sekundenschnelle ein. In dem Vertrauen, dass ein Same von allein keimt und wächst.

Ganz anders ist die Situation, wenn du mit einem gesprächsbereiten Gegenüber in angenehmer Open-End-Stimmung an der Bar hockst. Hier hast du im Vergleich zum Aufzugfahren meist alle Zeit der Welt, das Gespräch entwickeln zu lassen und gedankliche Umwege zu gehen.

Als Visualisierer bist du meist zwischen diesen zwei Polen der Kommunikation unterwegs. Trotzdem wirst du immer davon profitieren, wenn du mit einer einzigen starken visuellen Botschaft sofort die Aufmerksamkeit gewinnen kannst. Gerade visuelle Botschaft-Samen sind besonders eindrücklich.

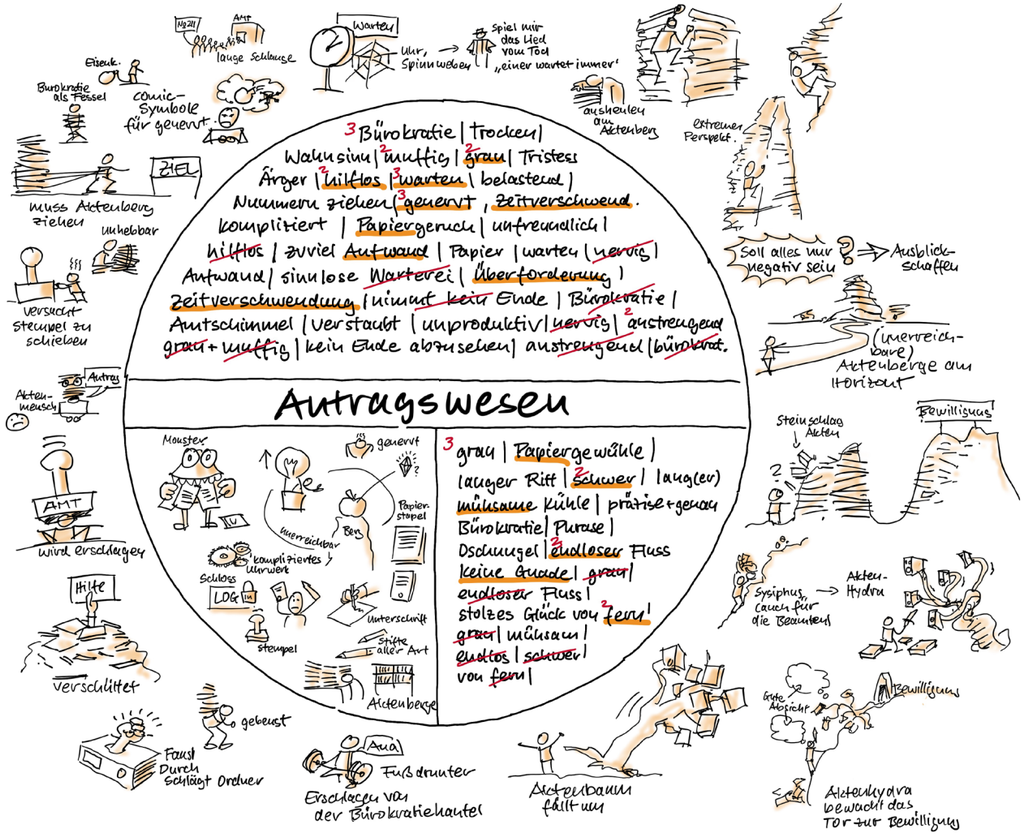


So eine reduzierte visuelle Botschaft nennt man auch Schlüsselbild oder Key Visual. Es inspiriert, bringt die Botschaft auf den Punkt und dient als Gedächtnisanker. In Level 3 wirst du dazu noch mehr erfahren.

Vielleicht kommt nun dein Aber: »Die meisten Themen sind so komplex, dass sie nicht intelligent vereinfacht werden können.« Richtig! Aber das Schlüsselbild soll nur die Eigenmotivation der Zielgruppe wecken, tiefer ins Thema einzusteigen. Wenn dir das gelingt, hast du deine Zielgruppe schon bewegt. Versetze dich in deine Zielgruppe. Wie lange wird das Schlüsselbild beziehungsweise das Thema im Gedächtnis bleiben: einen Tag, eine Woche, ein Jahr, bis ans Lebensende?

Übung 24: Fasse deine Botschaft von Übung 23 in einem Schlüsselbild auf der Haftnotiz links zusammen. Stelle dir vor, dass du zum Schluss deines Elevator Pitch diese Haftnotiz überreichst. Als Beispiel siehst du mein Schlüsselbild zum Thema: »Problembewusstsein durch Schlüsselbilder«.

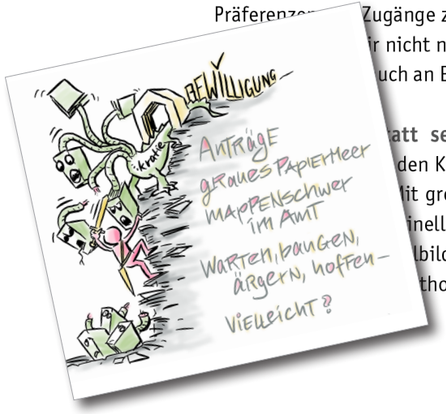
© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte



Die 360-Grad-Methode für Schlüsselbilder

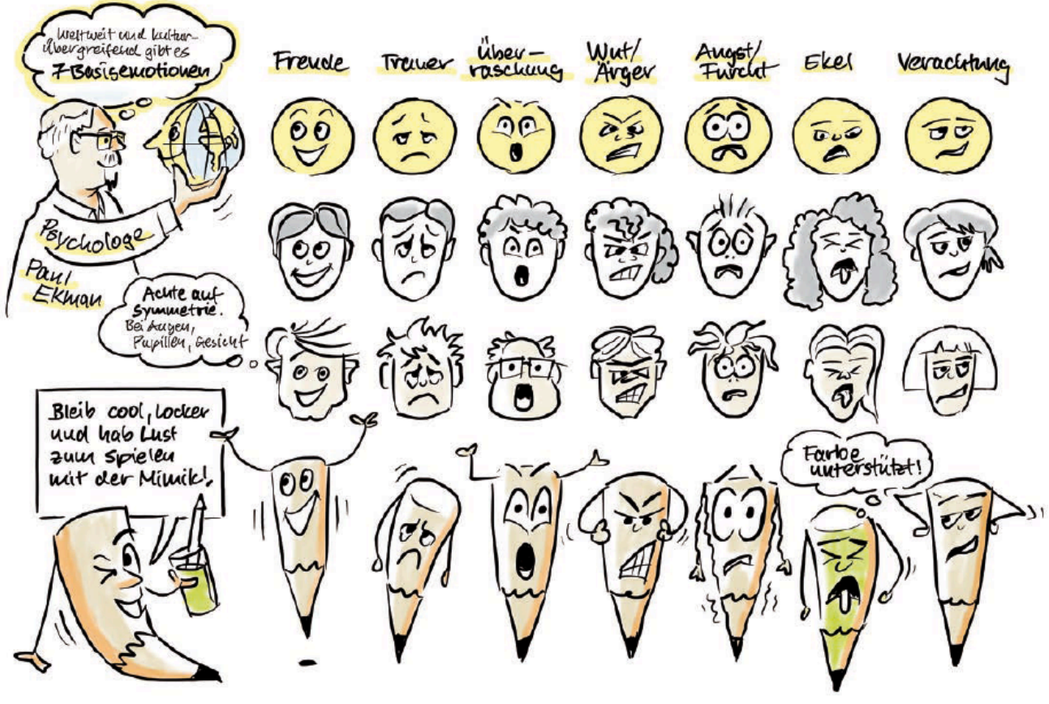
Mit dieser Methode verbindest du Sprachkreativität mit visueller Kreativität

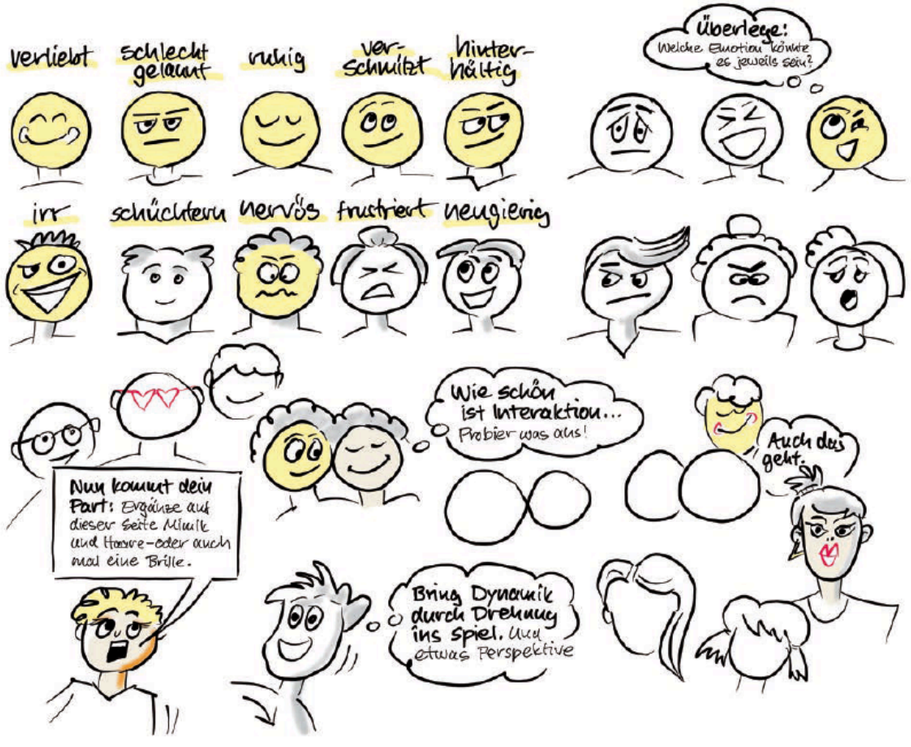
Ein Grundgedanke und eine Beobachtung hinter diesem Ansatz sind: **Menschen sind verschieden, nicht jeder mag Safari und Abenteuer.** Nicht jeder mag das Tempo von Brainstormingmethoden in der Gruppe. So fließen wichtige Gedanken der Stilleren, der nicht so Tempo- und Wettbewerbsorientieren oft nicht in das Schlüsselbild mit ein. Bei der 360-Grad-Methode wird zudem berücksichtigt, dass Menschen sehr unterschiedliche Präferenz[illegible] Zugänge zu Texten und Bildern haben. [illegible]r nicht nur ein breiteres Spektrum an [illegible]uch an Bildinspirationen.



[illegible]att selber dichten! Seit Anfang [illegible] den KI-Sprach-Bot Chat GPT, in die [illegible]it großem Erfolg! So kommt man [illegible]inellen, unverbrauchten und aus-[illegible]lbilder. Die Methode funktioniert [illegible]thode, wie auch für sich alleine.

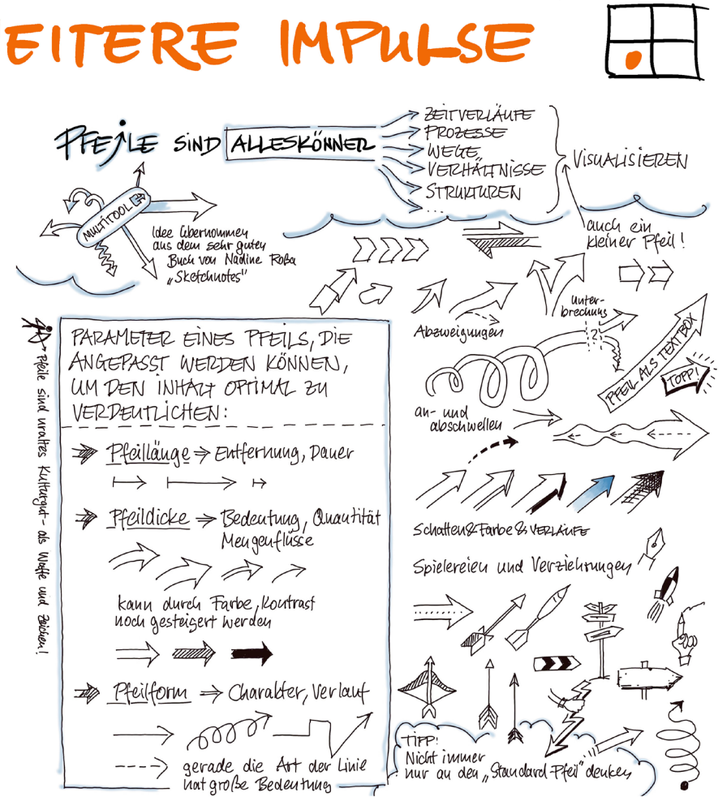
© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

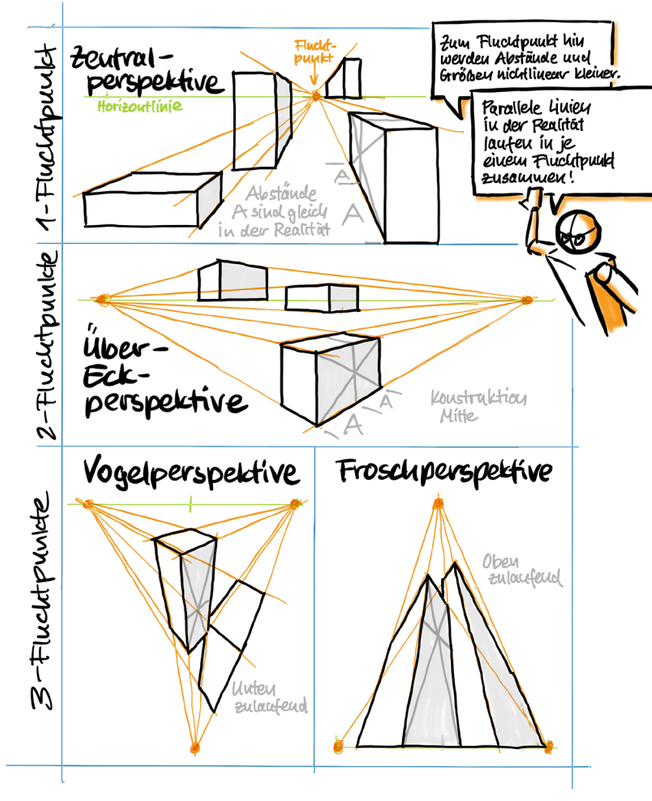




© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

WEITERE IMPULSE





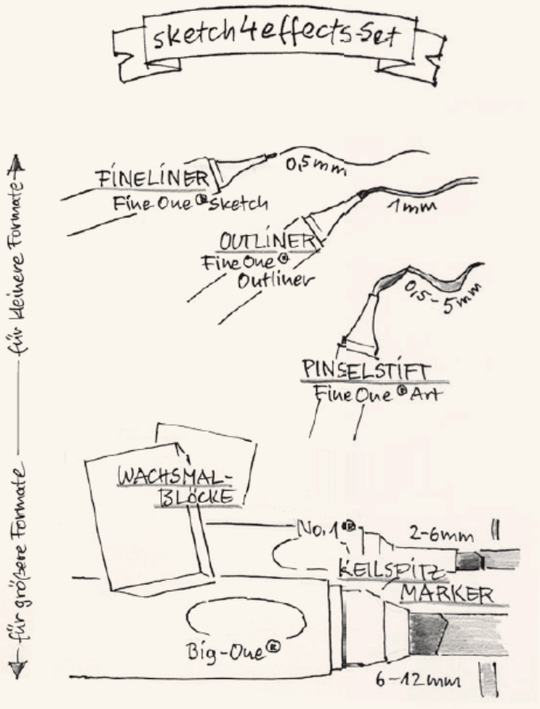
© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

07: TOOLbox für sketch4effects

Mach es dir einfach

Je besser dein Handwerkszeug ist, umso besser wird dein Ergebnis sein – und schneller bist du auch. Klar, zur Not schlägt man mit der Kneifzange einen Nagel ein, doch mit dem Hammer gelingt es besser. Auch mit halb leeren Stiften und abgenudelten Markern macht Visualisieren weniger Spaß und Sinn.

Jetzt ist ein guter Zeitpunkt, dir dein weiteres Material für dieses Workbook zu besorgen. Meine Empfehlung, weil ich dieses Material selbst gerne nutze: Equipment der Firma Neuland. Der Onlineshop *www.neuland.com* bietet alles, was es zum professionellen Visualisieren braucht. Die Neuland-Marker liegen besonders gut in der Hand und können nachgefüllt werden. Das vermeidet Müll. Inzwischen ist Neuland auch im Bereich anderer Stifte gut sortiert. Nun meine Empfehlung für ein Set, das optimal für die Übungen in diesem Workbook geeignet ist – sowohl für große als auch kleine (Papier-)Formate.



Dieses oder ähnliches Material benötigst du ab Impuls 8. Dieses Set kannst du unter dem Stichwort »sketch4effects« unter *www.neuland.com* bestellen. Du sparst dabei zehn Prozent und bekommst noch ein kleines Geschenk von Neuland dazu.

Je 1× Neuland FineOne® Sketch 0,5 mm
schwarz (mit wischfester Tinte), rot und grün

1× Neuland FineOne® Outliner 1 mm mit Rundspitze
schwarz (mit wischfester Tinte)

Je 1× Neuland FineOne® Art 0,5–5 mm
grau, orange u. pastellgrün

Je 1× Neuland No.One® 2–6 mm mit Keilspitze
schwarz, rot und grün

1× Neuland BigOne® Keilspitze 6–12 mm
grün

1× Stockmar Wachsmalblöcke
acht Farben

Weiterhin brauchst du zum Üben einen **Flipchartblock:** eine Seite weiß, eine kariert.

Dieser ist nicht Teil des Sets. Besorge ihn dir bitte selbst, das spart dir Portokosten.

Teste und experimentiere

Am Ende dieses Workbooks wirst du deine Vorlieben für bestimmte Materialien kennen. **Probiere trotzdem immer mal wieder Neues aus,** beispielsweise Pastellfarben zum Kolorieren. Das macht Spaß und erweitert deine Fähigkeiten und damit Möglichkeiten. Manchmal entsteht auch eine bestimmte Ästhetik, die einfach zu dir und einem Thema passt. Anschauungsmaterial findest du im Downloadbereich. Und schau dir Visualisierungen von anderen genau an. Google dazu Sketchnotes bzw. Graphic Recording. Das bringt dich auf Ideen.

Denke immer daran, Visualisieren ist Sprache und soll nicht zur Kunst werden. Wer zu material- und effektverliebt wird, vergisst: Dein Ziel ist visuelles Storytelling, um Menschen zu bewegen. Und das geht notfalls selbst mit dem Zeh in den Sand gekratzt. Genau so, wie ein zusammengeknülltes Papier zum spontanen Fußballmatch im Büro einlädt. Manchmal entstehen die wirkungsvollsten Visualisierungen nebenbei, mit Provisorien oder selbst mit einem völlig abgenudelten Marker – denn gut ausgestattet ist man leider nicht immer.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

Balance zwischen zu viel und zu wenig

»Von Salz und Witz ist zu wenig und zu viel nichts nütz.« So lautet ein deutsches Sprichwort. Weder zu viel noch zu wenig gilt grundsätzlich beim Visualisieren – entsprechend auch beim Codieren. Denn **zu viele gleichzeitige Reize und Codierungen können schnell überfordern.** Deshalb, vermeide Hetze: beim Sprechen, beim Sketchnoten, beim Anleiten, beim Auffordern. Deine ruhige, aber intensive Kommunikation beim Visualisieren wird als besonders wohltuend empfunden werden. Gerade in der heutigen, oft als hektisch empfundenen Zeit.

Deshalb: Fordere, aber überfordere nicht. Versetze dich in die Lage deiner Zielgruppe. Entwickle ein Gespür dafür, wann aus Intensität Übermaß wird. Praktisch heißt das: Du kannst dir beim Sketchen Zeit lassen.

Kommuniziere mit Menschen – nicht mit deiner Zeichenfläche!

Du musst nicht reden, während du visualisierst. So wirst du besser verstanden – dein Rücken hat keine Mimik, keinen Mund, keine Ohren. So bringst du automatisch Ruhe ins Spiel. Meist ist es sogar spannender, wenn die Zuhörer ein wenig miträtseln können, was beim Live-Sketchen entsteht. Die Mehrfach-Codierung muss und soll nicht gleichzeitig erfolgen.

Wenn du dann wieder sprichst, konzentriere dich auf deine Gegenüber und erkläre, was du gerade gezeichnet hast. Nimm wahr, was die Visualisierung auslöst, und gehe darauf ein. Wenn es passt: Integriere die Gedanken der Teilnehmenden in deine Visualisierung. Dazu ist es notwendig, Platz für Ergänzungen vorzusehen.

Einen Impuls zu geben, um zum Selbst-Tun zu inspirieren und dann die Ergebnisse gemeinsam zu reflektieren, kennst du vielleicht von anderen Workshop-Methoden wie Lego Serious Play oder von der Gruppenarbeit mit der Metaplanmethode.

© Sigi Bütefisch/BusinessVillage Verlag –Nur für Workshop-TN – keine Weitergabe an Dritte

Im Rahmen meiner Buch-Marketingaktionen biete ich euch Folgendes an:

Alle Workshopteilnehmende können das Buch zum üblichen Ladenpreis über sigi@buetefisch.de bei mir direkt bestellen und bekommen auf Rechnung einper-Sketch-gewidmetes-Exemplar zugeschickt. Vielleicht ein schönes Geschenk.

Wer das Buch auf Amazon kauft und dort rezensiert (und es mir mitteilt), bekommt von mir per Post ein weiteres per-Sketch-gewidmetes-Exemplar kostenlos als Dankeschön zugeschickt.

Wer dieses Buch in einer höheren Auflage, beispielsweise als Kundengeschenk benötigt, erhält einen attraktiven Mengenrabatt. Ebenso wie diejenigen, die einen Workshop buchen.

Wer das Buch in einer Veröffentlichung, wie Zeitschrift, Newsletter oder Blog vorstellt, bekommt direkt vom Verlag ein kostenloses Rezensionsexemplar zugeschickt. Eine kurze Nachricht an mich, bringt es auf den Weg.

Blick ins Buch
https://www.youtube.com/watch?v=vJpXKZ365Xw