

# Vom Komplexen zum Einfachen

Mit Stories, Struktur und Bildern

That's us!

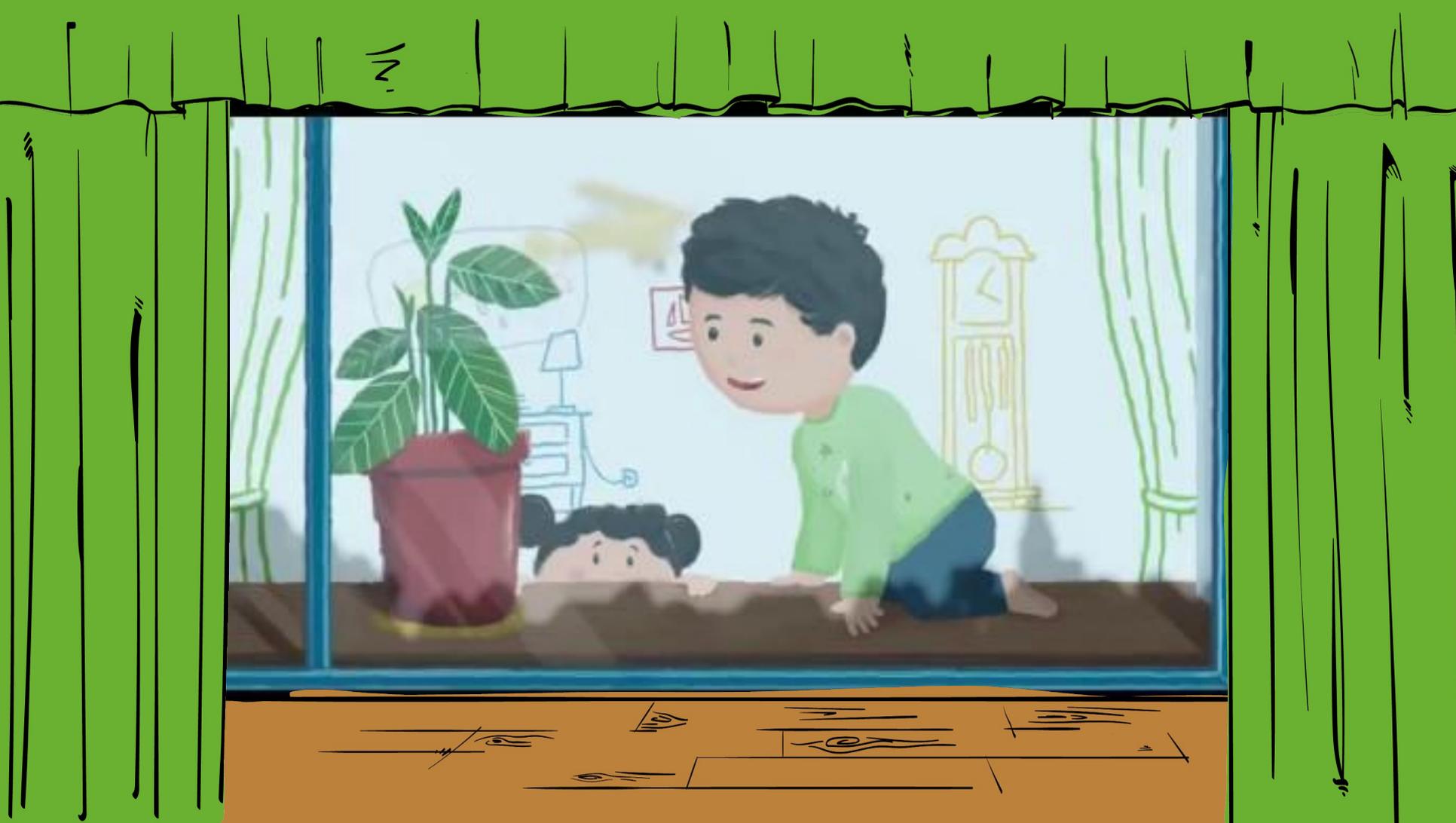


Hans Renzler  
Consulting



VerVieVas

„Wir geben Menschen die Freude am Entdecken,  
Verstehen und Kommunizieren neuer Dinge!“



# VerVieVas?

- 35-köpfiges Team in Wien, Bozen, Wattens & Graz
- Seit Anfang 2011
- **Graphic Recording** für 1500+ Keynotes / Workshops
- 1.000+ **Erklärvideos** in 35 Sprachen 40 Ländern
- **Workshops** für Storytelling und Sketchnotes



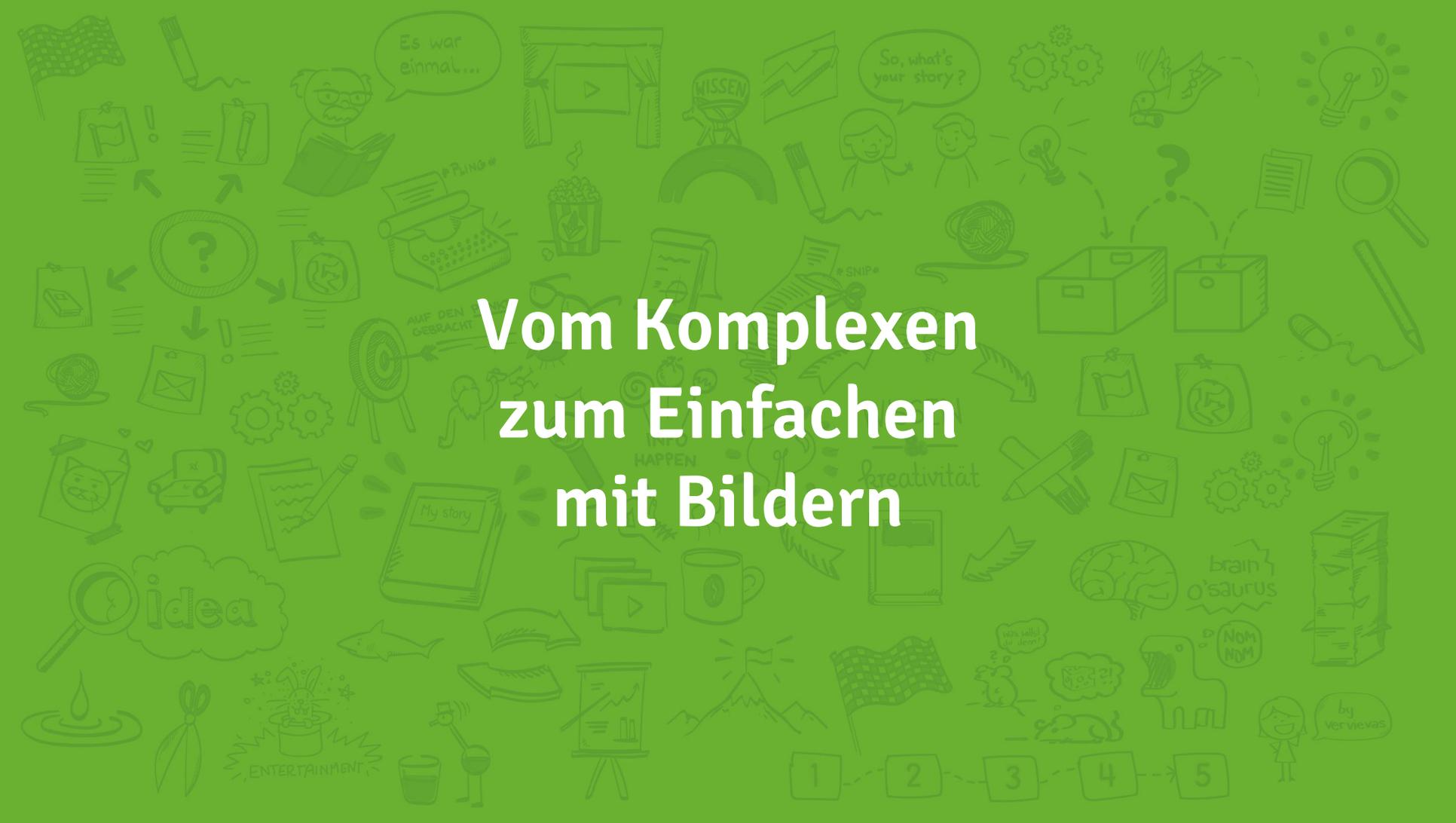
Es war einmal...

BLA BLABLABLA  
BLA BLA BLA  
BLA BLA BLA BLA BLA BLA  
BLABLABLA BLA  
BLA BLA BLA  
BLA BLA BLA



ENTERTAINMENT

1 2 3 4



# Vom Komplexen zum Einfachen mit Bildern





### EYES

>	<	XX	↑↑
♥♥	○○	nn	

short lines for eyebrows

My message!

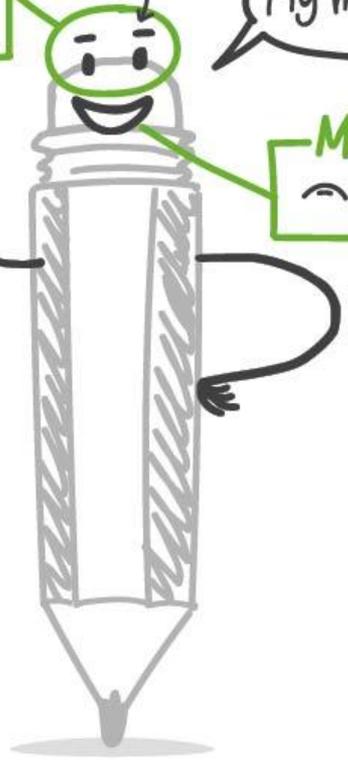
### MOUTH

⤿	☺	☹
---	---	---

4 or 5 simple lines

A diagram showing four simple lines radiating from a central point, numbered 1, 2, 3, and 4. Line 1 is the longest and ends in a hand-like shape. Lines 2, 3, and 4 are shorter and end in simple line segments.

### ARMS



Idea

ENTERTAINMENT

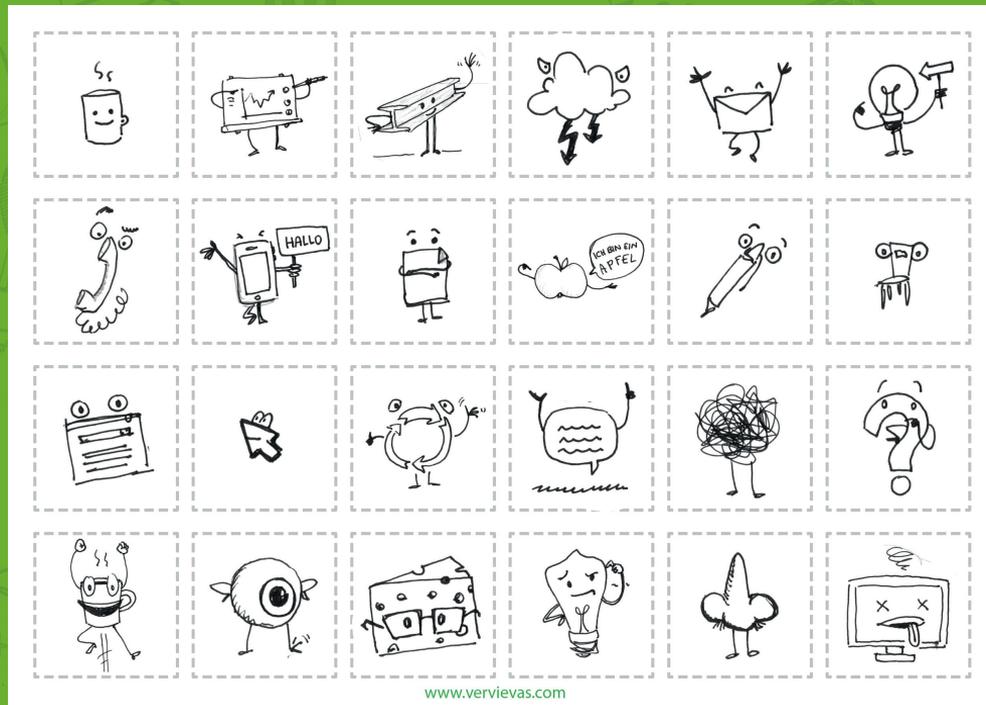
brain o'saurus

NOM NOM

by ver vievas

4 - 5

# Mein Vibie ist...



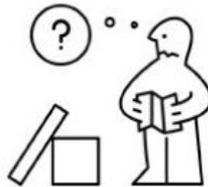
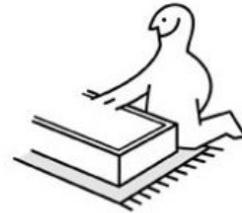
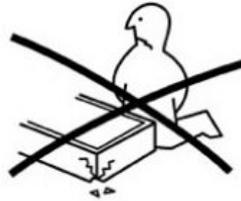
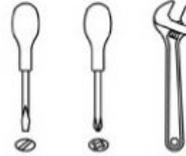
[www.vervievas.com](http://www.vervievas.com)

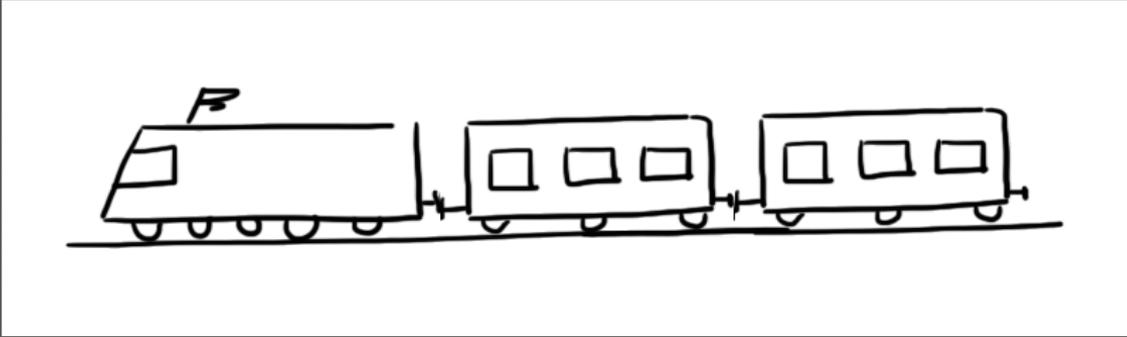
# Fazit: Vibies

Wir merken uns vielleicht immer nicht alle Namen,  
ABER wir haben jetzt kleine Geschichten zu den Gesichtern im Kopf!

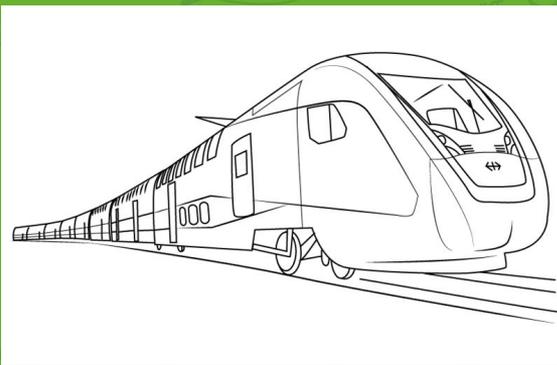


# Erfolgreiche Figuren müssen nicht perfekt sein!

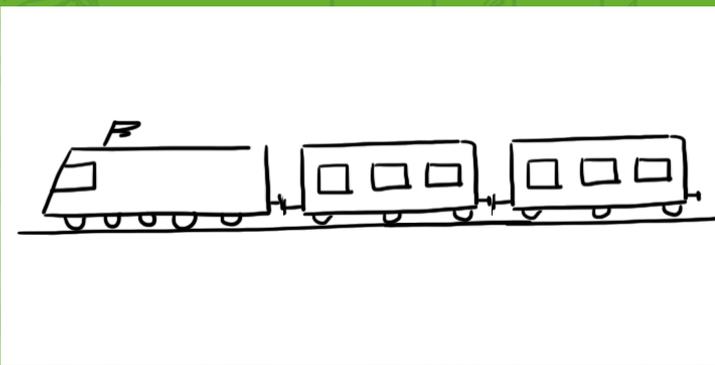




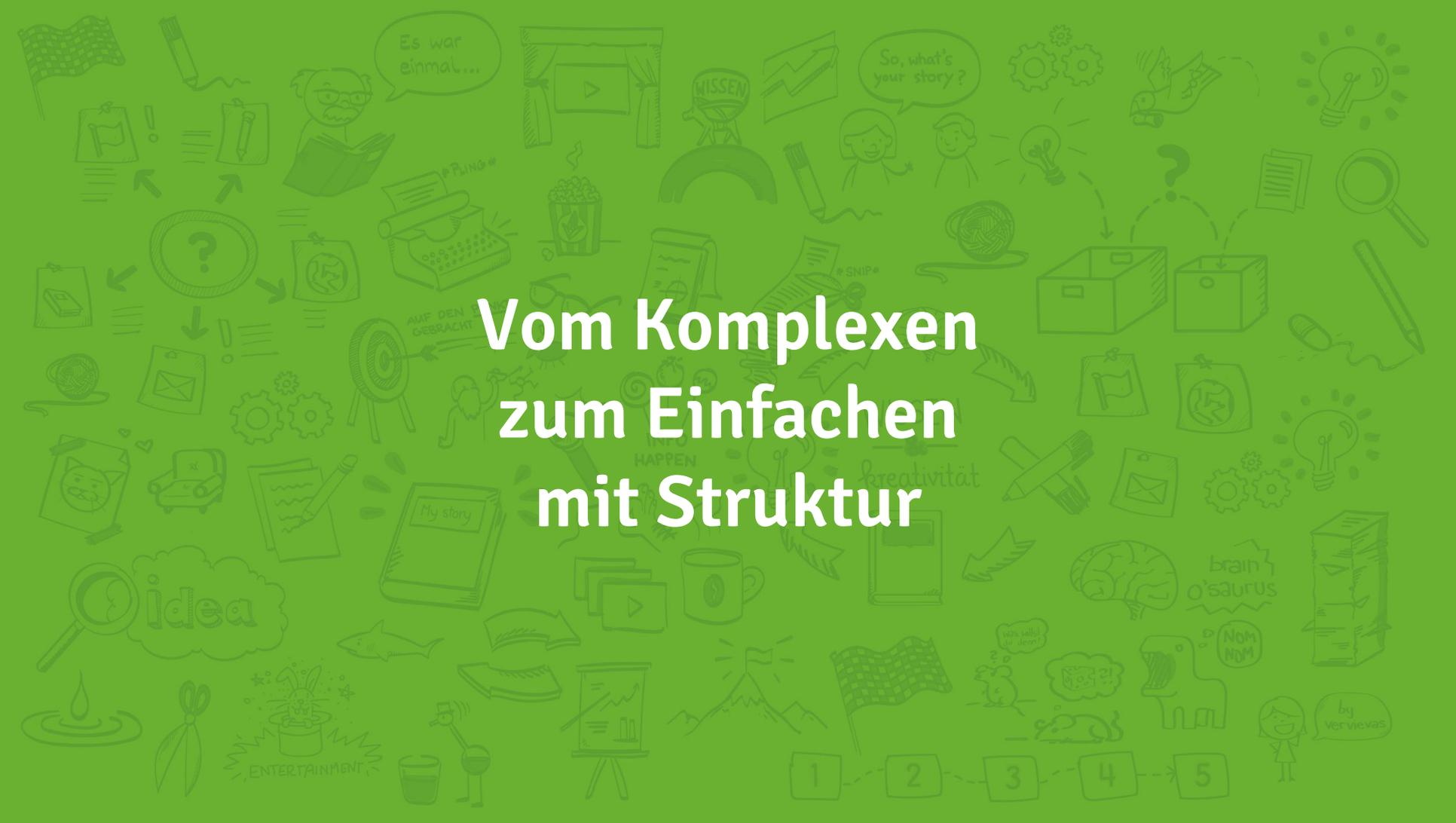
Keep it simple!



VS.



**IDEAS,  
NOT  
ART!**



**Vom Komplexen  
zum Einfachen  
mit Struktur**

# Wieviel verträgt ein Zuhörer auf einmal?

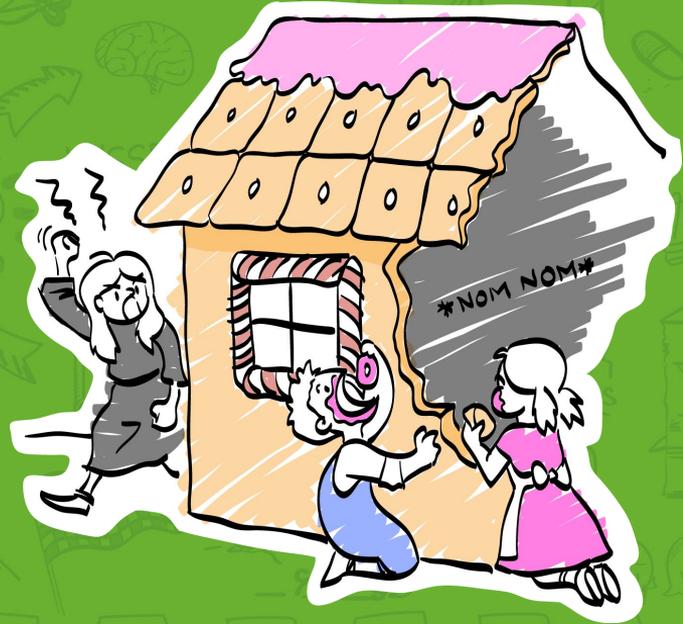


Overkill vs. Info-Happen

# Übung: Mut zur Kurzfassung

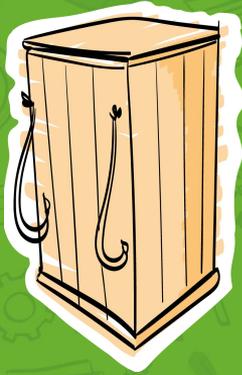
Erzähle ein Märchen in 5 Sätzen. Beginne sie wie folgt:

- Es war einmal...
- Eines Tages...
- Deswegen...
- Bis schlussendlich...
- Seitdem...



# In 4 Schritten zur Story

Problem



Lösung



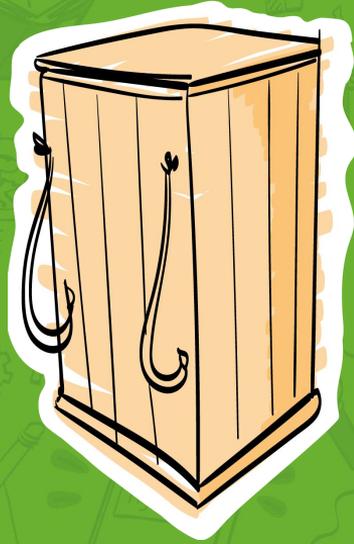
How-To



Call to Action



# Problem



Zielgruppe

Ausgangslage

Problemstellung

## Nutzen:



Relevanz aufzeigen / Aufmerksamkeit wecken.

# Lösung



kurz

werblich

USP

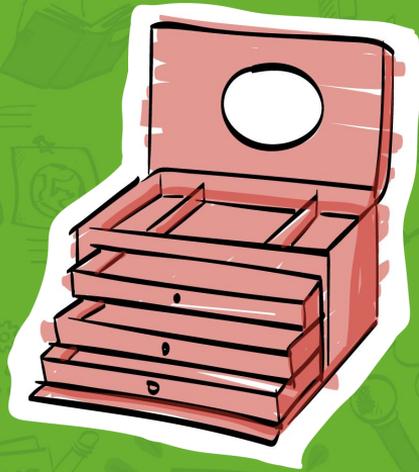
Claim

## Nutzen:



Klar machen, dass es Lösung gibt und sie einen Namen hat.

# How-To



Erklärung

Fundierung

Vertrauen in unsere Lösungskompetenz  
schaffen



**Nutzen:**

Fundierung und Vertrauen

# Call to Action



Konvertierung

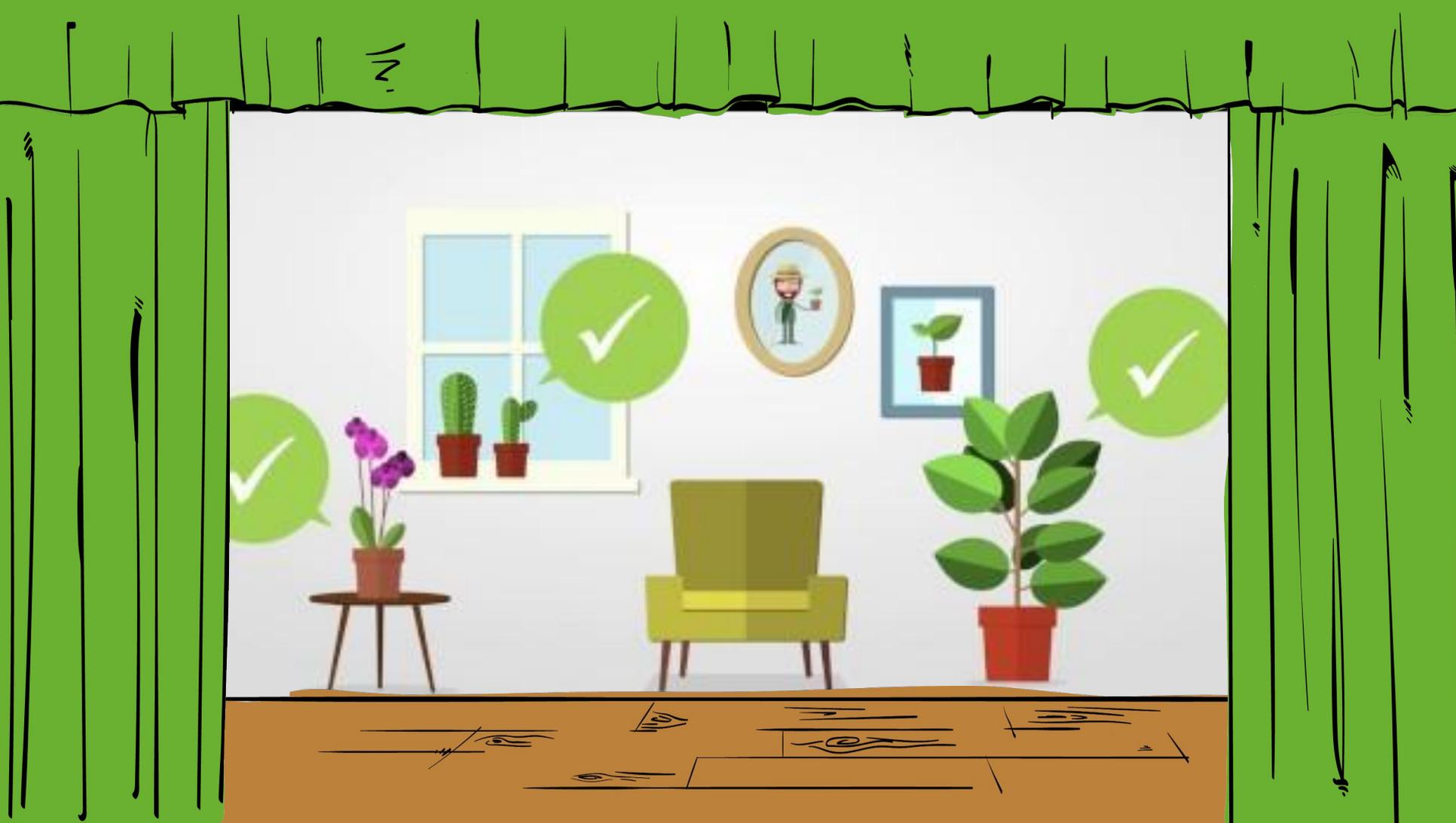
Motivation

Aufruf

**Nutzen:**

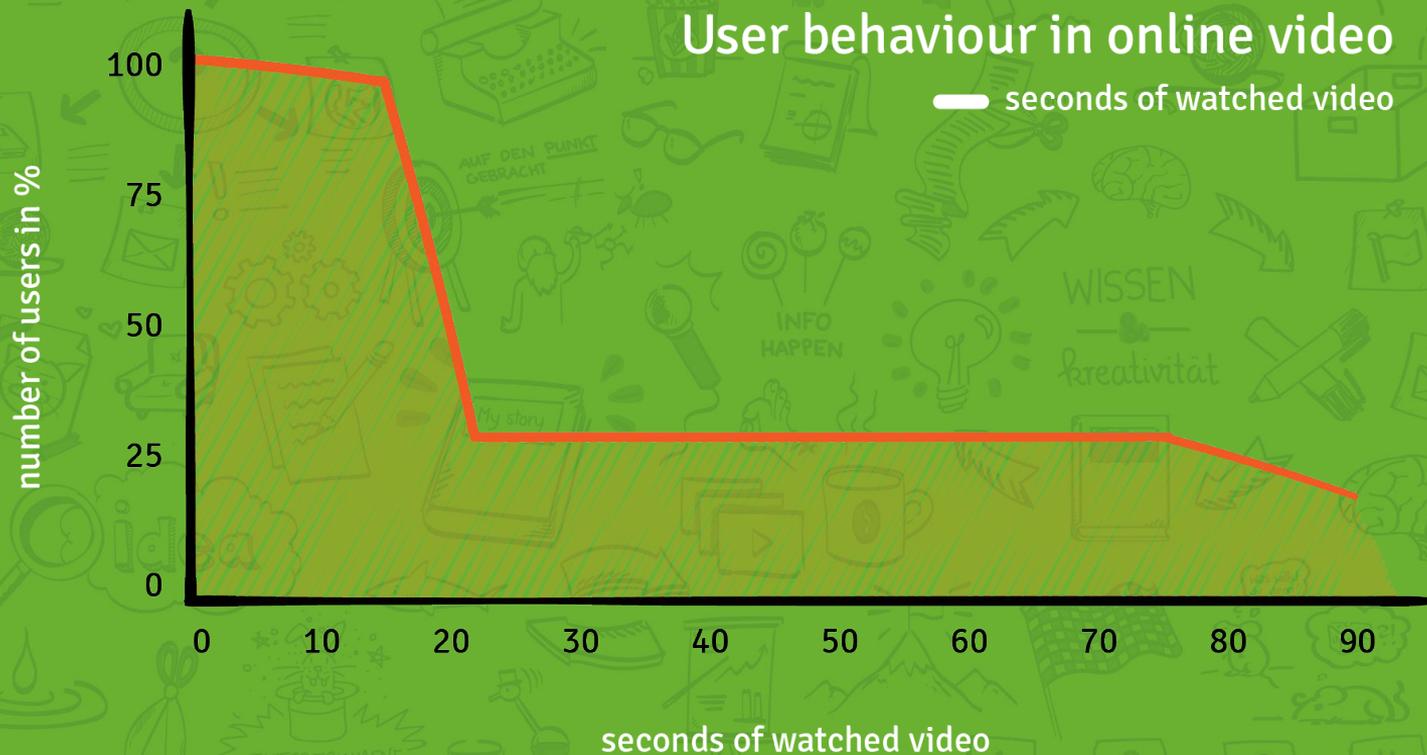


Konvertierung von Wissen zu Handlung



# Was wir aus Online Videos gelernt haben...

## User behaviour in online video



VerVieVas

Vielen Dank für  
die Aufmerksamkeit!



**Hans Renzler**

[hans.renzler@vervivas.com](mailto:hans.renzler@vervivas.com)

Mobil I: +39 327 330 53 00

Mobil A: +43 650 281 17 99