Storyboarding

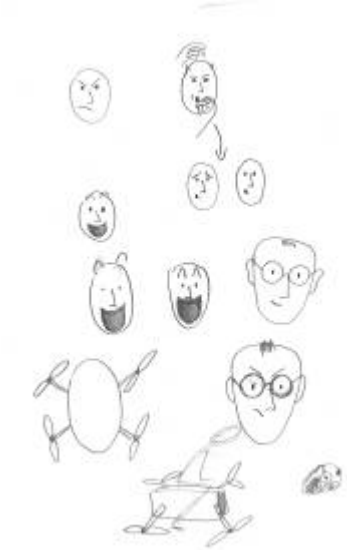
Das Storyboard als visuelles Planungstool.

Inhalte von Agata Storyboard Workshop

⇒

Nicht nur erste Skizzen (z. B. Handstorming), sondern auch fast fertige Einzelbilder können auf separaten Blättern skizziert und erst am Ende zusammengesetzt werden. Charakteristische Merkmale des Storytelling im Storyboard: Mimik, Körperhaltung, charakteristische Merkmale (einschließlich Stereotypen), Gegenstand der Interaktion, Bildausschnitt und Textbeschreibung.

Die Körperhaltung drückt nicht nur Bewegung und Positionswechsel aus, sondern auch Stimmung und Emotionen. Verschiedene Körperhaltungen lassen sich mithilfe von Strichmännchen ausprobieren und darstellen.



Bereits mit einfachen Formen (Linien und Punkten) lassen sich Emotionen darstellen. Zusätzliche Elemente wie beispielsweise eine Brille, die Kopfform oder die Frisur können verdeutlichen, um welche Person es sich handelt. Um die Botschaft zu vereinfachen, können stereotype Merkmale verwendet werden (z. B. ein Mädchen mit langen Haaren und einer Schleife im Haar).

Es lohnt sich, die Kompositionen bereits im ausgewählten Bildausschnitt zu testen. Verschiedene Perspektiven, Tests und Skizzen können nebeneinander angeordnet werden. Mit der Zeit findet man sein eigenes optimales System zur Erstellung eines Storyboards.

Ein fertiges Storyboard, das digital aus handgezeichneten Einzelbildern zusammengesetzt wurde. Angesichts des Stils lockerer Skizzen und der geringen Anzahl an Einzelbildern (wodurch das Lesen nicht ermüdet) habe ich mich aus Gründen der Einheitlichkeit für eine Handschrift entschieden.

Storyboard

Storyboarding ist eine Methode zur visuellen Darstellung von Abläufen, Interaktionen oder Nutzungsszenarien. In einer Abfolge von gezeichneten oder grafisch aufbereiteten Bildern wird Schritt für Schritt gezeigt, wie Nutzer*innen mit einem Produkt, einem System oder einer Dienstleistung interagieren oder wie eine bestimmte Situation abläuft. Ziel ist es, komplexe Prozesse anschaulich, nachvollziehbar und aus der Perspektive der Nutzer*innen erfassbar zu machen.

Ein Storyboard besteht typischerweise aus einer Serie von Bildern oder Panels, die jeweils eine Schlüsselaktion, eine Entscheidungssituation oder eine emotionale Reaktion darstellen. Ergänzt werden die Bilder oft durch kurze Beschreibungen, Dialoge oder Annotationen, die den Kontext oder relevante Details verdeutlichen. Dabei geht es nicht um künstlerische Perfektion, sondern um Klarheit und Verständlichkeit.

Storyboarding wird in vielen Bereichen eingesetzt, etwa im Human-Centred Design, UX-Design, Service Design, Film, Werbung oder der Entwicklung digitaler Produkte. Es hilft, Ideen zu strukturieren, Nutzerreisen zu visualisieren, mögliche Probleme im Ablauf frühzeitig zu erkennen und Teamkommunikation zu erleichtern. Im Designprozess dient Storyboarding dazu, Erlebnisse, Nutzungssituationen oder Services aus Sicht der Nutzer*innen zu denken und konkrete Ansätze für Verbesserung oder Innovation zu entwickeln.

Ein Storyboard verfolgt stets das Ziel, Ideen visuell zu konkretisieren und Abläufe im Voraus zu planen. Dies ist besonders hilfreich in der Medienproduktion, im Interface-Design, in der Animation, im Film oder bei interaktiven Installationen. Durch das frühe Visualisieren von Schritten und Entscheidungen können mögliche Schwächen in der Dramaturgie, Nutzerführung oder Interaktion erkannt und korrigiert werden, bevor in die aufwändigere Produktionsphase eingestiegen wird.

Die grundlegenden Bestandteile eines Storyboards sind Panels oder Bilder, in denen typische Szenen, Aktionen oder Nutzerinteraktionen festgehalten werden. Diese Panels werden ergänzt durch kurze textliche Beschreibungen, Hinweise zu Ton oder Bewegung, Dialoge oder andere Annotationen. In einigen Fällen können auch Zeitangaben integriert sein, um Übergänge oder Sequenzlängen besser einzuschätzen. Die Gestaltung ist funktional orientiert: Es geht nicht um ästhetische Perfektion, sondern um Verständlichkeit, Lesbarkeit und die klare Vermittlung von Abläufen.

Storyboards können unterschiedliche Formen annehmen. In klassischen Anwendungen etwa im Film wird eine lineare Abfolge von Szenen erzählt. Im Bereich digitaler Anwendungen hingegen kommen interaktive Storyboards zum Einsatz, die auch nicht-lineare Abläufe und Entscheidungspfade abbilden. Ergänzend dazu gibt es sogenannte „Animatics“, die ein Storyboard mit einfacher Animation und Tonspur verbinden, um zeitliche Abläufe besser abschätzen zu können.

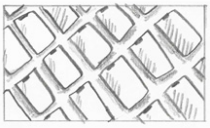
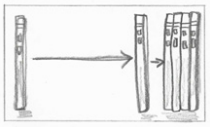
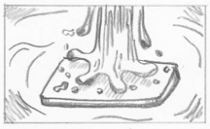
Für die Gestaltung von Storyboards empfiehlt sich ein durchgängiges visuelles Raster mit nummerierten Szenen. Alle Elemente sollten in ihrer Darstellung möglichst eindeutig, wiedererkennbar und gut lesbar sein. Figuren, Objekte und Interaktionen sollten so dargestellt werden, dass Dritte ohne zusätzliche Erläuterungen den Ablauf nachvollziehen können. Die logische Abfolge der Panels ist entscheidend, um den geplanten Prozess oder die Nutzerreise verständlich zu machen.

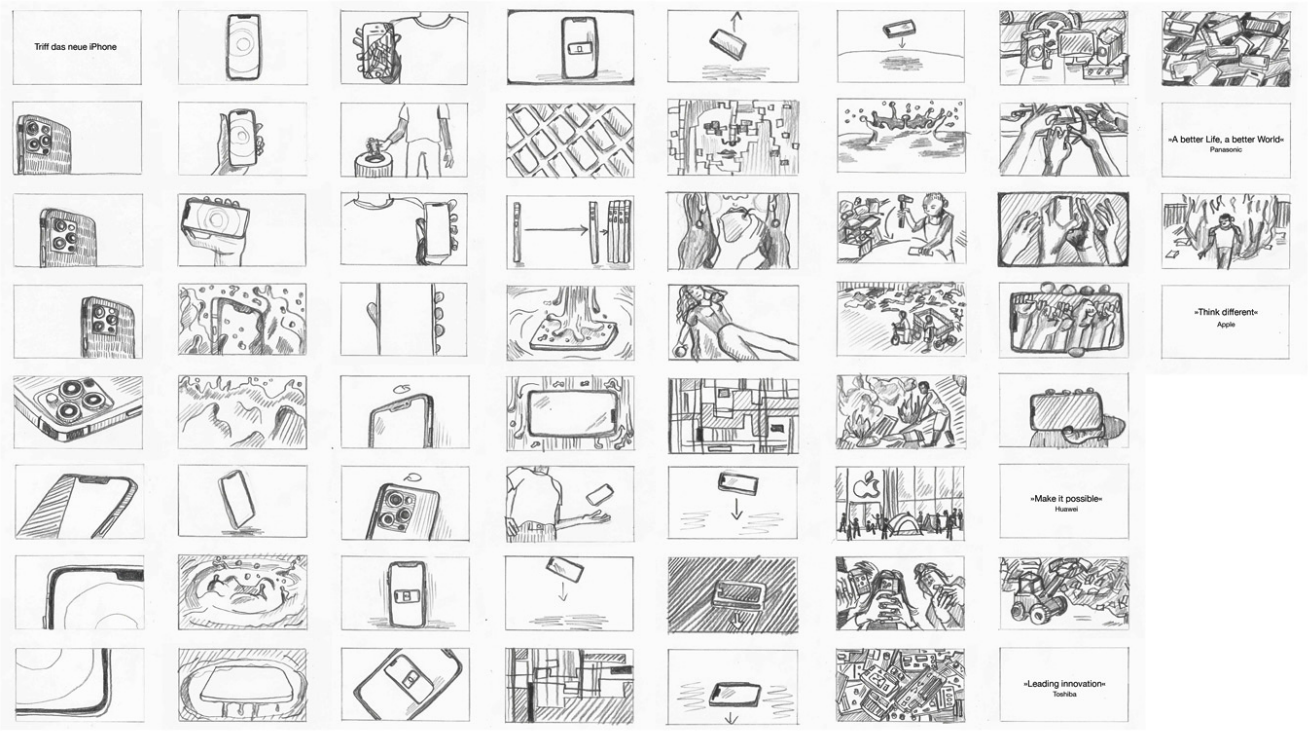
Zur Erstellung eines Storyboards können sowohl analoge als auch digitale Werkzeuge verwendet werden. Papier, Rastervorlagen und Marker sind einfache Mittel für einen schnellen Einstieg. Digitale Werkzeuge wie Figma, Miro, Photoshop, Storyboarder oder PowerPoint bieten darüber hinaus Möglichkeiten für kollaboratives Arbeiten, digitale Annotation und Präsentation.

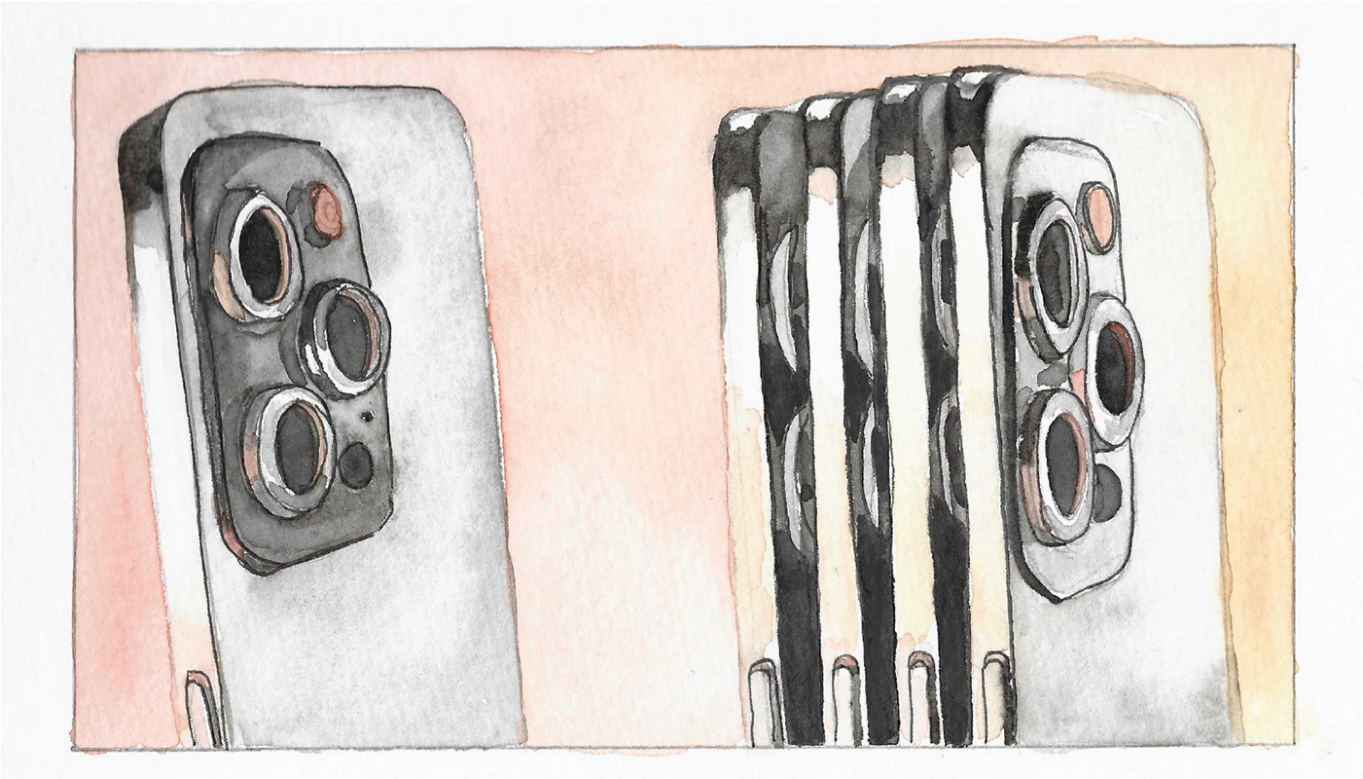
Der Einsatz von Storyboarding in Lehre und Projektarbeit bringt zahlreiche Vorteile mit sich. Studierende lernen, Konzepte strukturiert zu entwickeln, interdisziplinär zu kommunizieren und Prozesse aus der Sicht der

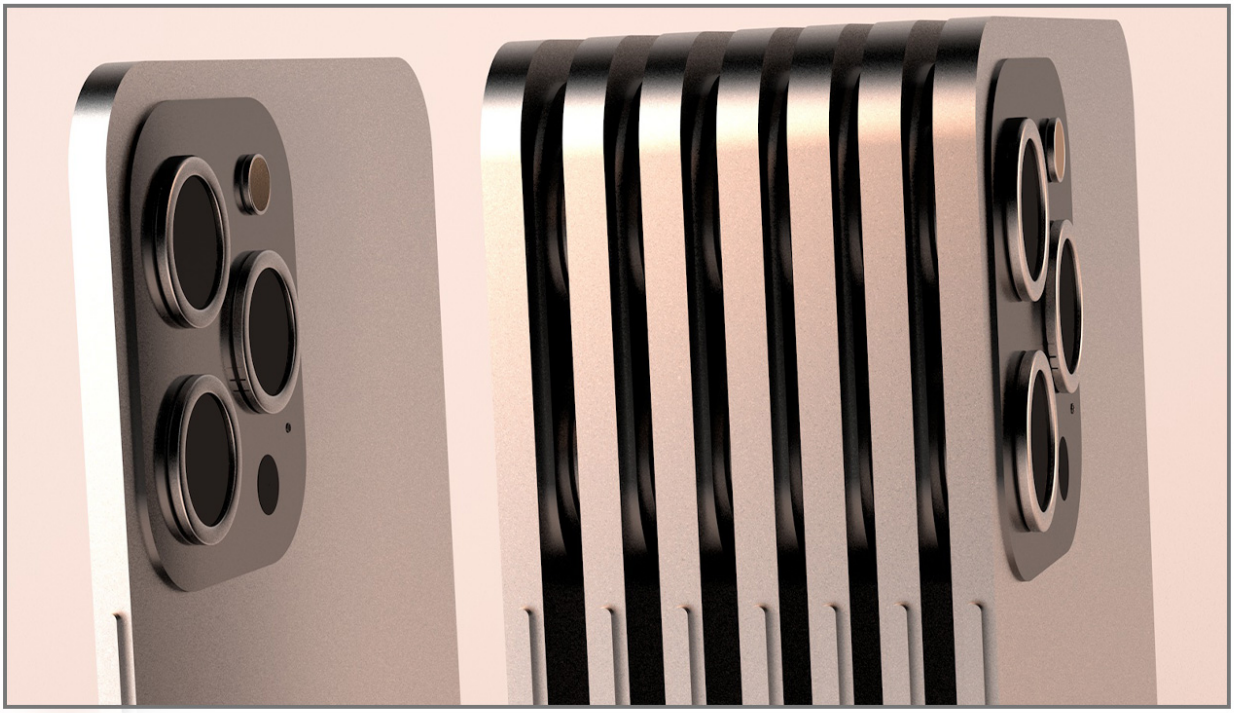
Nutzer*innen zu denken. Ein gut gestaltetes Storyboard macht Ideen greifbar, ermöglicht Feedback und Diskussion und unterstützt die Qualitätssicherung vor der eigentlichen Umsetzung. Gerade in interdisziplinären Teams trägt es zur gemeinsamen Verständigung über Zielgruppen, Funktionen und Abläufe bei.

Beispiele

Nr.	Motiv	Einstellung	Cast	Anmerkung	Time Code	Bild
26	Gerendert	Totale, Top Shot	iPhone 12 (zahlreich dupliziert)	Das Handy ist zahlreich dupliziert und die Geräte sind in Reihen angeordnet, einzelne Geräte erheben sich nacheinander aus den Reihen	Part 4: 0:33 – 0:48	
27	Gerendert	Totale, Augenhöhe	iPhone 12 (zahlreich dupliziert)	Die Handys schweben seitwärts zum Zuschauer gerichtet in der Hohlkehle, Handy nach Handy klatscht an die bereits vorhandene Reihe	Part 4: 0:33 – 0:48	
28	Gerendert	Totale, Aufsicht	iPhone 12, Flüssigkeit	Das Handy wird von der undurchsichtigen Flüssigkeit überschüttet	Part 4: 0:33 – 0:48	
29	Gerendert	Totale, Augenhöhe	iPhone 12, Flüssigkeit	Das Handy dreht sich um sich selbst, den Bildschirm immer nach vorne zeigend, während im Hintergrund die Flüssigkeit herunterströmt	Part 4: 0:33 – 0:48	
30	Studio, in weißer Hohlkehle	Halbnah ohne Kopf, leichte Untersicht	iPhone 12, Handynutzer	Ein Handynutzer wirft das Handy aggressiv in die Luft	Part 4: 0:33 – 0:48	







Literatur

- Visualizing Ideas, From Scribbles to Storyboards, Gregor Krisztian, Nesrin Schlemp-Ülker, Thames & Hudson, 2006
- Design is Storytelling, Ellen Lupton, 2017, S. 34-37

Templates

Siehe auch folgenden Wiki-Eintrag zum Thema Filmformate und Bildverhältnisse.

- Storyboard Template for 16mm film (european standard)
- Storyboard Template for aspect ratio 16:9
- Storyboard Template for aspect ratio 21:10

From:
https://wiki.ct-lab.info/ - **Creative Technologies Lab | dokuWiki**

Permanent link:
https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:design-development:storyboarding?rev=1792141543

Last update: **2026/10/16 09:05**