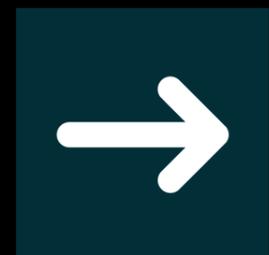
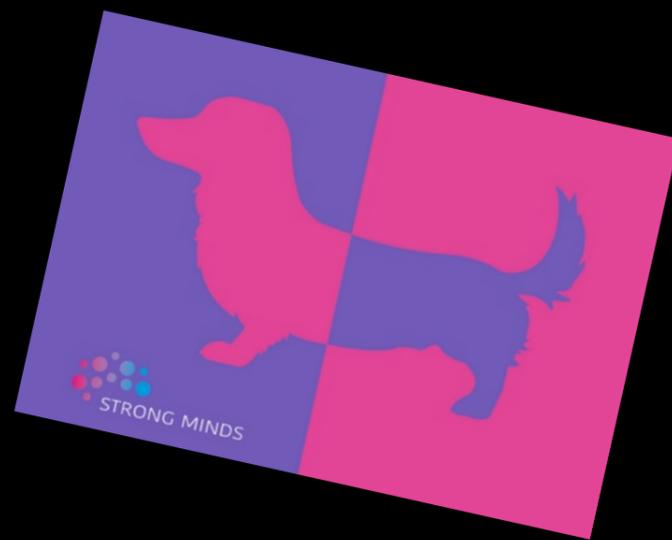


CYBER RESILIENCE

KEY VISUALS IN SECURITY AWARENESS KAMPAGNEN - SINNVOLL ODER RAUS- GEWORFENES GELD?



ANNE LAHNER

CYBER RESILIENCE

Bei der Kampagnenplanung kommt es auch immer wieder zum Thema Key Visual. Braucht man das eigentlich oder geht es auch ohne? Eine kurze Betrachtung einiger Aspekte.

Ja, ich mag Dackel :-)



1/6

WIEDERERKENNUNG

Ja klar, dafür macht man das Ganze ja. Ein Key Visual ist wie ein unverwechselbares Tattoo für die Kampagne: Man sieht es, man erinnert sich, und es folgt einem überall hin.



2/6

VISUELLE ANZIEHUNGSKRAFT

Wenn das Key Visual gut gewählt ist, kann es eine hohe Anziehungskraft entwickeln. Ich hatte schon Kunden, da war das Key Visual der Renner. Es war untrennbar mit Security verbunden und die Leute waren begeistert von den Gadgets mit Key Visual.

3/6

EMOTIONALE AUFLADUNG

Ein gutes Key Visual kann eine Kampagne emotional positiv aufladen und die Kernbotschaft transportieren. Eine Bitte: Wir Berater können keine Schilde oder Schlösser als alleiniges Key Visual mehr ertragen. Ein bisschen kreativer darf es schon sein. :-)





4/6

KOSTEN

Ich hab schon mehrfach mit KI-Tools herumprobiert, aber so was richtig gutes war nicht dabei. Allenfalls Inspiration. Aber das wird sicherlich noch besser. Sowieso kann man den Einsatz einer professionellen Agentur nur empfehlen. Ja, da muss man etwas Geld in die Hand nehmen, aber dafür hat man was vernünftiges, das mehrere Jahre nutzbar ist.



5/6

STORYTELLING

Und die hohe Kunst ist dann, wenn man mit dem Key Visual auch gleich eine Geschichte erzählen kann, die sich durch alle Themen und die Kampagne zieht.



6/6

BRAUCH ICH EIN KEY VISUAL?

Grundsätzlich geht es auch ohne, aber ein Key Visual ist schon der Zuckerguss auf der Torte. Man verschenkt halt viele Vorteile, die ein gut gemachtes Key Visual mit sich bringt.

Mein Fazit: gut angelegtes Geld