

MENSCHEN ERREICHEN, NICHT NUR INFORMIEREN

IHR EINSTIEG INS STORYTELLING



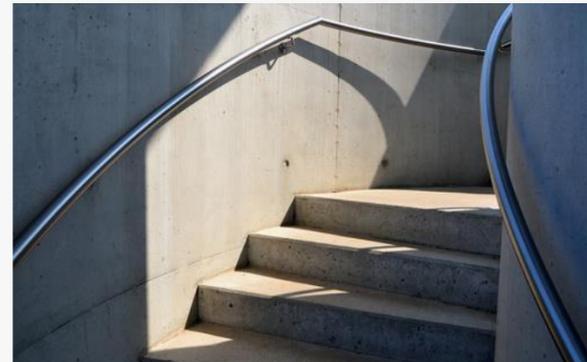
KATRIN SCHULER

AGENDA



Storytelling

Was ist das eigentlich?



Struktur, Struktur, Struktur

Wie funktioniert's?

Wo kann ich es wie nutzen?



Doing

Mit welcher Technik kann ich sofort loslegen?



Storytelling & KI

Wie unterstütz mich die KI?



STORYTELLING

Was ist das
eigentlich?

STORYTELLING IST

NICHT

“Erzähl mir die Geschichte vom Pferd!”



STORYTELLING

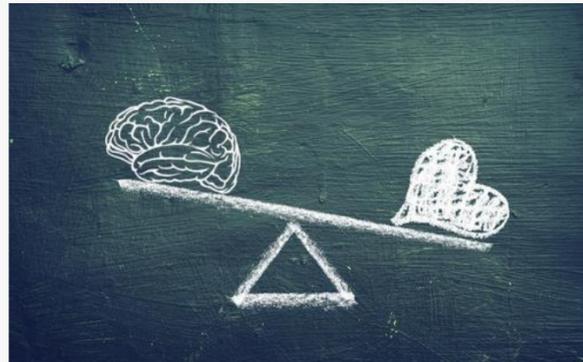
Was ist das eigentlich?

STORYTELLING IST

...die **strukturierte** und **zielgerichtete** Form des Erzählens. Es verbindet Informationen mit Emotionen und macht Inhalte dadurch **verständlicher**, **einprägsamer** und **relevanter**.

Durch den Einsatz von Figuren, Konflikten und Handlungsverläufen schafft Storytelling eine Verbindung zur Zielgruppe.

Warum funktioniert Storytelling?



Aktivierte Gehirnareale

Reine Fakten aktivieren nur wenige Gehirnareale. Geschichten aktivieren viele weitere Areale.

Dopamin

Bei Geschichten fiebern wir mit und durchleben Emotionen. Das bringt unser Gehirn dazu, Dopamin auszuschütten.

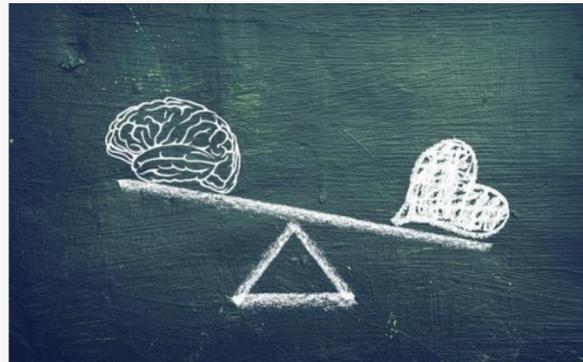
Oxytocin

Es ist u. A. für Vertrauen verantwortlich. Hören wir eine Geschichte, regt das die Produktion von Oxytocin an.

Neuronale Koppelung

Es entstehen in unserem Gehirn dieselben neuronalen Muster wie bei unserem Gegenüber. Die Gehirnaktivität gleicht sich an. Die neuronale Aktivität spiegelt sich.

Warum funktioniert Storytelling?



Aktivierte Gehirnareale

Die Informationen werden umfassender verarbeitet. Sie bleiben länger im Gedächtnis.

Dopamin

Wir fühlen uns gut und wollen mehr davon. Das hält uns bei der Stange = wir bleiben aufmerksam.

Oxytocin

Wir vertrauen der Person, die die Geschichte erzählt, und glauben somit, was sie erzählt.

Neuronale Koppelung

Es entsteht eine tiefe Verbindung zwischen Sprecher:in und Zuhörer:in.

STRUKTUR, STRUKTUR, STRUKTUR

**Von
Anfang
an...**

Wer ist meine **Zielgruppe**?

Welche Herausforderungen, Probleme, Themen, Wünsche etc. hat sie?

Wie kann mein Produkt / meine Dienstleistung helfen?

Welches **Ziel** verfolge ich mit meiner Geschichte?



STRUKTUR, STRUKTUR, STRUKTUR

Klassische Heldenreise:

Dein Kunde ist der **Held** –
dein Angebot ist der **Mentor**

Gewohnte Welt



Ruf des Abenteurers



Begegnung mit Mentor



Überwindung



STRUKTUR, STRUKTUR, STRUKTUR

Klassische Heldenreise:

Dein Kunde ist der **Held** –
dein Angebot ist der **Mentor**

Bewährungsprobe



Entscheidende Prüfung



Erneuerung





STORYTELLING

**Wo nutzen wir
es?**

ÜBERALL

**Aber ÜBERALL so, wie es das
entsprechende Medium braucht**

Klassische Heldenreise braucht:
Aufbau von Dramaturgie

Deshalb ist die klassische Heldenreise zum Beispiel
geeignet, um die Unternehmensgeschichte zu erzählen

Und in anderen Medien?



Social Media (z.B. LinkedIn)

Einstieg: sofort rein!

Tonalität: emotional, persönlich



Webseite, Präsentation

Einstieg: strukturiert

Tonalität: seriös, informativ



Kundengespr., Podcast

Einstieg: erzählend

Tonalität: tiefgründig, atmosphärisch



Pressemitteilungen

Einstieg: sofort rein! Keine Floskeln!

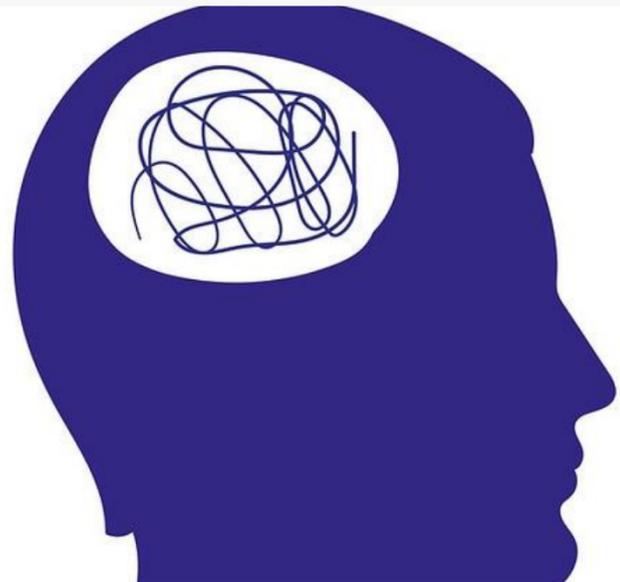
Tonalität: informativ, persönlich

DOING

Die klassische Erzählstruktur

Problem

Was war das Ausgangsproblem?



Wendepunkt

Was hat sich verändert?



Lösung

Wie wurde es gelöst?



Erkenntnis

Was bleibt hängen?



Und jetzt konkrete Tipps...

Klassische Heldenreise

Dramaturgie aufbauen,
Identifikation mit dem Helden,
Emotionen, Authentisch,
Verständlich

Sofort rein!

Einstieg Flaschenhals-Prinzip
Zielgruppe abholen -
Küchenruf / in Headlines
denken
Floskeln vermeiden

Stil:

In Bildern sprechen
Identifikationsfigurenschaffen
nahbar, persönlich, emotional

MIT SYSTEM

Vorher überlegen welche
Herangehensweise passt zu
welchem Thema.

Beispiel:

Die **Suche** des Helden

Vision

**Ausgangslage /
Realität**

Hindernis

Idee

Ergebnis

Aktion



MIT SYSTEM

Vorher überlegen welche
Herangehensweise passt zu
welchem Thema.

Beispiel:

Zeitmaschine

Vergangenheit

Gegenwart

Hindernis

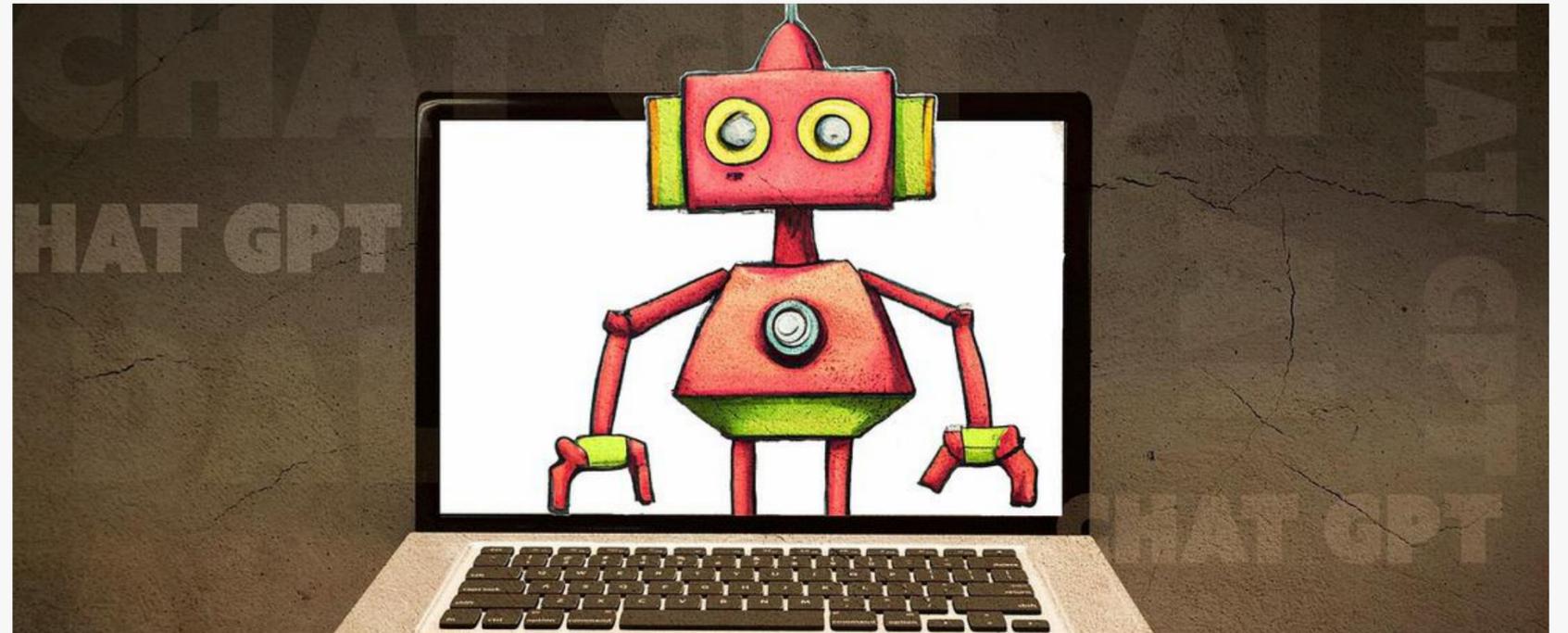
Idee

Aktion

STORYTELLING & KI

Geschichte muss im Kopf
fertig sein!

Shit in – Shit out!



Aber die KI kann natürlich helfen!

Folgende Prompts können unterstützen:

Formuliere den Text als Heldenreise

Erstelle einen LinkedIn Beitrag mit emotionalem Einstieg zum Thema...

Schreibe eine Geschichte über den Wandel in der Branche...

Welche Metaphern passen zur Branche?

Verleihe dem Text mehr Dramatik und Spannung

BEISPIELE

Apple: Storytelling und Innovation

Bei der Einführung des iPhones folgte die Präsentation von Steve Jobs folgendem Prinzip:

Realität: Alle sogenannten Smartphones, die wir uns angesehen haben, sind schwer bedienbar

Herausforderung:

Wir werden ein Smartphone bauen, das ganz einfach und reduziert ist und trotzdem viel mehr kann.

Hindernis: Das war nicht ganz einfach

Ergebnis: Wir haben es trotzdem geschafft, hier ist es.



BEISPIELE

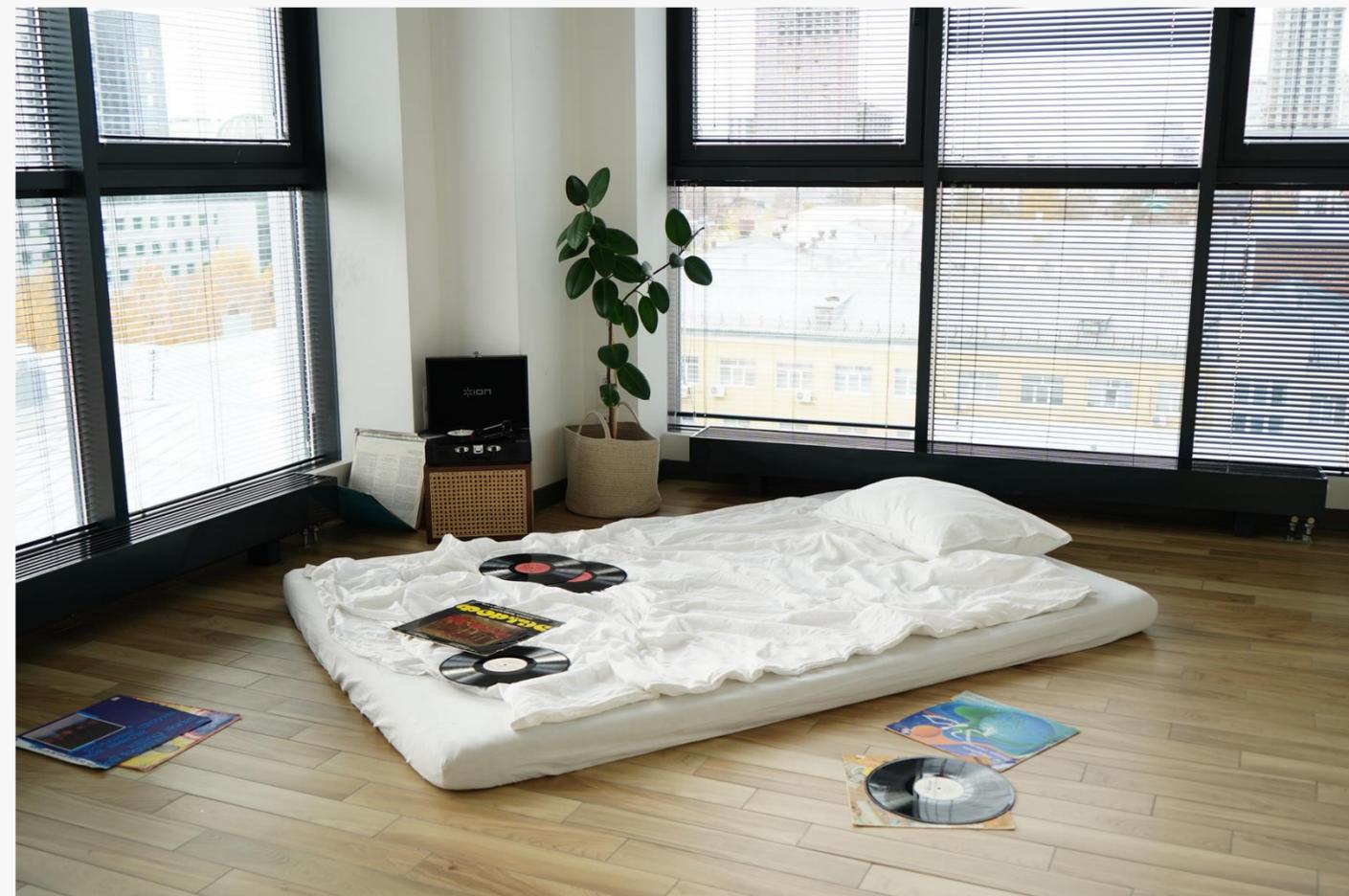
Airbnb: Storytelling bei Start-ups

Bei der Einführung des iPhones folgte die Präsentation von Steve Jobs folgendem Prinzip:

Realität: Die Gründer, Joe, Nathan, Brian, hatten ein gemeinsames Apartment.

Komplikation: Die Miete wurde angehoben. Sie konnten sich das Apartment nicht mehr leisten.

Ergebnis: Sie vermieteten ein Zimmer mit Luftmatratze und Frühstück, das bringt sie auf die Idee für Airbnb.



KATRIN SCHULER

”

**Mein Ziel ist es,
den richtigen
Ton zu treffen
und mit guten
Geschichten in
Erinnerung zu
bleiben.**

Bleiben wir in Kontakt:



KP PressConsulting GmbH

Katrin.Schuler@pressconsulting.de

0160 | 96 737 444



www.pressconsulting.de

