

Inhaltsverzeichnis

Cover

Titelseite

Impressum

Vorwort

Geschichten verbinden – und
führen zum Erfolg

Einführung

Storytelling als Schubkraft fürs
Marketing

Über dieses Buch

Törichte Annahmen über die
Leser

Konventionen in diesem Buch
oder: Was der Leser von diesem
Buch nicht erwarten kann

Wie dieses Buch aufgebaut ist

Symbole, die in diesem Buch
verwendet werden

Teil I: Geschichten und ihre Bestandteile

Kapitel 1: Storytelling? Geschichten? Worum geht es da?

Was ist Storytelling und wo
wird es genutzt?

Arten von Storytelling

Was ist eigentlich eine
Geschichte?

Gemeinsamkeiten von
Geschichten

Wie Geschichten im Gehirn
wirken

Kapitel 2: Die einzelnen Bausteine einer Geschichte

Keine Handlung ohne

handelnde Personen
Der Zündstoff: Konflikte als
Auslöser der Handlung
Darf's noch mehr sein?
Weitere Elemente von
Geschichten
Nicht zu vergessen: der
Erzähler

Kapitel 3: Struktur und **Aufbau von Geschichten**

Modelle für den Aufbau von
Geschichten
Aufbau und Struktur
zusammengefasst
Sorgt für den Nervenkitzel:
Dramaturgie und
Spannungsbogen

Teil II: Planen Sie Ihre **Geschichte(n)**

Kapitel 4: Strategisches

für den Anfang

Strategische Überlegungen
zur Frage »Was bieten
Sie«?

Strategische Überlegungen
zur Frage »Was wollen Ihre
Kunden«?

Strategische Überlegungen
zu Ihren Kanälen

Eine
Kommunikationsstrategie
entwickeln

Kapitel 5: Die einzelne(n) Geschichte(n) planen

Die (allgemeine)
Kommunikationsstrategie
und die (konkrete)
Geschichte
Geschichte(n) und ihre
Kernbotschaft

Kapitel 6: Mögliche

Themen für größere Geschichten

Entdecken Sie die bereits
vorhandenen Geschichten

Die Geschichten rund um
das Unternehmen

Die Geschichte des
Gründers

Die Produktgeschichte(n)

Die Geschichten Ihrer
Mitarbeiter und Kollegen

Aus einem externen
Blickwinkel erzählt

Weitere Arten von
Geschichten

Kapitel 7: (Alltags-)Praktische Impulse für kleine Geschichten

Ideen & Anregungen für
alle Branchen