

Die SpielPlanVier Storytelling-Werkstatt

Woran haben Sie denn das erste Mal gedacht, als sie den Begriff „Storytelling“ gehört haben? An Gutenacht-Geschichten, die sie Ihren Kindern erzählt haben? An einen märchenonkel-ähnlichen Geschichtenerzähler? An großes Kino, an Hollywood und seine Helden?

Nachdem wir hier bei SpielPlanVier darüber nachgedacht haben, wurde uns klar: Ja, Storytelling ist ein echtes Trendthema...aber es ist kein Hype: Storytelling ist wichtig, Storytelling ist wertvoll, Storytelling funktioniert als Teil zeitgemäßer Kommunikation.

Was genau bringt Ihnen aber diese Kommunikationstechnik? Wie profitiert Ihr Geschäft, Ihre Dienstleistung, Ihr Produkt von Storytelling? Und wie kann man eigentlich die Story eines Unternehmens, eines Produkts oder gar einer Dienstleistung erzählen? Muss man dazu eine zweite Joanne K. Rowling werden? Schreibt man heute eigentlich noch Geschichten oder werden diese in Bildern, Infografiken oder Videos erzählt? Die Antworten auf all die Fragen beantwortet der Storytelling-Workshop von SpielPlanVier. Hier das Wichtigste in 7 Punkten:

1. Storytelling ist uralt

Das Erzählen ist eine der ältesten Kulturtechniken der Menschheit. Am Lagerfeuer wurde Wichtiges, Unterhaltsames und Spannendes mündlich überliefert. Die Kraft einer guten Geschichte hat aber auch Zehntausende Jahre später nicht nachgelassen.

2. Storytelling ist gut für unser Gehirn

Storys verwandeln ihre Botschaft in Bilder. Storys schaffen es, komplizierte und komplexe Zusammenhänge verständlich zu machen. Sie vereinfachen im besten Fall ohne banal zu werden. Das Gehirn mag Bilder, mag Helden, mag Spannungsbögen. Deswegen lernen Menschen mit Hilfe von Storytelling besser, schneller und dauerhafter.

3. Wer soll Ihnen eigentlich zuhören?

Im Englischen sagt man „Know your audience“, „kenne Dein Publikum“. Das ist eine der wichtigsten Regeln für jeden, der will, dass ihm Menschen zuhören. Und sich vorher darüber intensiv Gedanken zu machen, lohnt sich auf jeden Fall: Denn heute ist Aufmerksamkeit die wertvollste Währung.

4. Keine Story ohne „Core Story“

Wenn Sie wissen, wen Sie zum aufmerksamen Zuhörer machen wollen, dann lautet die nächste Aufgabe: Was ist ihre zentrale Botschaft? What's the story? Diese Kernidee muss auf eine halbe DIN A4-Seite passen. Versuchen Sie's mal...

5. Keine Story ohne Helden

Menschen können sich mit Menschen, ihren Erlebnissen und Gefühlen identifizieren. Wir müssen diese Menschen, ihre Besonderheiten, ihre Talente und ihre Erlebnisse ausfindig machen. Dann bekommt auch ihre Story Charakter und wirkt.

6. Alles, nur nicht langweilig

Erfolgreiche Bücher, Filme oder Theaterstücke haben eines gemeinsam: Sie sind keine trockenen Berichte über Alltägliches. Wenn Sie Ihre Story erzählen, dürfen Sie alles sein, außer „gewöhnlich“. Gutes Storytelling findet die Themen, Personen und Ereignisse, die spannend, berührend oder mitreißend sind: Und die gibt es – glauben Sie mir – überall.

7. Was bringt Storytelling für mich und mein Geschäft?

Die Kunden hören Ihnen zu.

Die Kunden finden Sie sympathisch.

Die Kunden merken sich Ihre Angebote.

Die Kunden können sich mit Ihrer Marke identifizieren.

Die Kunden können Sie von anderen Anbietern unterscheiden.

In unserer Storytelling-Werkstatt arbeiten wir konkret am Thema **„Publikum“** (also Zielgruppen), an der **„Core Story“** und werden dann selbst kreativ, indem wir **Themen und Ideen aus der Lebenswelt der Kunden** sammeln. Aus den besten werden dann **Episoden einer lebendigen Kommunikation** mit und für Menschen: Das ist Storytelling.

Ihre Storytelling-Berater

SpielPlanVier Event Marketing GmbH

Paul Löbbert, Storytelling, Konzeption und Text

E-Mail: loebbert@spielplanvier.com

Tel.: +49 761 38 94 74

