

## CHECKLISTE für fesselndes STORYTELLING

### Locker und leicht

1. **Ansprechende Verpackung:** Beim Lesen entstehen innere Bilder und Gefühle. Geschichten sprechen ältere Gehirnareale an als bloße Fakten, was sie kraftvoller macht. Während Faktisches kühl wirkt, vermittelt Storytelling Leichtigkeit und Unterhaltung.
2. **Ethisches Storytelling:** Vermeide jedoch Texte, die Emotionen zu sehr manipulieren. Dein Ziel sollte es sein, Lösungen bereitzustellen und den Zugang zu deinem Produkt zu erleichtern, nicht die Sehnsüchte und Ängste der Menschen schamlos auszunutzen.
3. **Beispiele für Storytelling:** Inspiriere dich an meinen [Artikeln](#), in denen ich faktische Inhalte mit Hilfe von Geschichten aufbereite, was sie auflockert und einprägsamer macht. Storytelling legt einen einfachen Zugang zu komplexen Themen, wodurch das Verständnis erleichtert wird.

### Deine Gehilfen und du

4. **Persönliche Note:** Erzähle deine Geschichten selbst, anstatt sie künstlich erstellen zu lassen. Authentisches hat eine stärkere Wirkung. Menschliche Echtheit geht über generierte Perfektion. Deine Persönlichkeit ist spürbar und einzigartig. Keine Maschine kann sie ersetzen.
5. **Erweiterung:** KI kann dir zusätzliche Varianten und Anregungen liefern. Arbeite mit ihr zusammen wie mit einer Assistentin. Nutze sie beispielsweise, um Kernpunkte zu extrahieren oder Vorschläge zu erhalten, die deinen Text bereichern. Übernimm die finale Gestaltung jedoch wieder selbst.
6. **Rohfassung:** Beim Erstentwurf solltest du drauflos schreiben, ohne groß auf den Stil oder Keywords zu achten. Lass deine Gedanken fließen und bau einen Spannungsbogen auf, der dein Publikum am Ball hält. Hab dabei im Hinterkopf, nach welcher Technik du vorgehen willst. Ein paar gängige beschreibe ich dir auf Seite 2 und 3.
7. **Lektorat:** Schlaf eine Nacht darüber und redigiere erst dann deinen Text, um Ausdruck und Klarheit zu verbessern. Das Sandmännchen ist tatsächlich dein zweiter wichtiger Assistent. KI hilft dir wiederum, Keywords einzubauen. Kriterien beim Lektorat:
  - ✓ **Sprachrichtigkeit:** Kontrolliere Rechtschreibung, Grammatik und Interpunktion.
  - ✓ **Verständlichkeit:** Splitte zu lange, holprige oder komplexe Sätze in einzelne auf.
  - ✓ **Wortschatz:** Merze Wortwiederholungen aus, indem du Synonyme verwendest.
  - ✓ **Struktur:** Sorge für Übersichtlichkeit durch Absätze und beachte dabei das Mobile-first-Prinzip. Am Handy sehen Absätze wesentlich länger aus als am PC. Das kann abschrecken.
  - ✓ **Impulse:** Überlege dir Zwischenüberschriften, die zum Weiterlesen animieren.

## 4 Techniken

Jedes der Modelle folgt einem etwas anderen Aufbau. In den Grundelementen unterscheiden sie sich aber nicht. Sie alle drehen sich um ein Problem des Kunden, den idealen Ausweg durch dein Angebot und den Wunschzustand danach. Im Fokus steht immer der Kunde mit seinen Herausforderungen, Bedürfnissen und Zielen.

### 8. Technik 1: Die Heldenreise

**Schritt 1 - Problem:** Starte mit einem aktuellen Problem, unter dem deine Zielgruppe leidet. Zeige ihre Schmerzpunkte und Frustrationen auf.

**Schritt 2 - Transformation:** Beschreibe dein Produkt oder deinen Service als optimale Lösung.

**Schritt 3 - Happy End:** Führe vor Augen, um wie viel leichter ihr Leben ist, nachdem das Problem mit deiner Hilfe überwunden ist.

Greif eine konkrete Situation aus dem Alltag deiner Zielgruppe auf. Wie fühlt es sich an, sich mit dem Problem herumzuschlagen, und danach, den erreichten Wunschzustand zu genießen? Verwende Präsens und sprich alle Sinne an, um beides greifbar zu machen.

**Beispiele für die klassische Heldenreise:** zahlreiche Hollywood-Filme, z.B. *Matrix* oder wenn Bruce Willis fünfmal angeschossen noch immer die Welt rettet 😊

### 9. Technik 2: Reise durch die Zukunft

**Visualisierung:** Male eine ideale Zukunft auf die innere Leinwand deiner Leser, die mit deiner Hilfe Realität wird.

**Imagination:** Unser Unterbewusstsein differenziert nicht zwischen Realem und Vorgestelltem. Deswegen gehen Stalomfahrer die Strecke mehrmals im Geiste durch, bevor das Rennen startet.

Was man sich vorstellen kann, suggeriert dem Gehirn außerdem, dass es erreichbar ist. "Whatever your mind can conceive and believe, it can achieve.", brachte es Napoleon Hill auf den Punkt, und schon in der Bibel steht: „Euch geschehe nach eurem Glauben!“

**Präsens:** Um diesen Effekt zu erzielen und der Botschaft zusätzlich Kraft zu verleihen, verwende die Gegenwartsform und streiche Modalverben wie „kann“, „könnte“ und „sollte“, usw. aus deinem Vokabular!

**Sinnlichkeit:** Bediene dich sensorischer Sprache, die das Ziel fühlbar macht. Inkludiere haptisches Erleben, wie das Streichen mit der Hand über die herrlich glatte (im Sommer: angenehm kühle) Arbeitsplatte aus Marmor, wenn du Küchen verkaufst. Sprich auch Geräusche und Gerüche an. Supermarktmusik und der Duft nach Teelichtern im schwedischen Möbelhaus sind kein Zufall, und eines der Hauptmotive für den Kauf fabrikneuer Autos ist neben dem Sound des Motors der spezielle Neuwagen-Geruch.

**Beispiele für die Reise durch die Zukunft:** Martin Luther Kings Rede „I have a dream“ und Wahlreden von Barack Obama

## 10. Technik 3: Irrweg und Ausweg

**Schritt 1 – Gescheiterte Alternativen:** Beginne mit der Beschreibung hoher Erwartungen bei früheren Versuchen deiner Zielgruppe, ihr Problem zu lösen, gefolgt von Enttäuschung.

**Schritt 2 – Der Weg zum Erfolg:** Biete deine Lösung an und erkläre, wie sich dein Produkt oder deine Dienstleistung klar unterscheidet und die Situation tatsächlich verbessert.

**Schritt 3 – Untermauerung:** Erzähle wahre Begebenheiten, die belegen, dass deine Lösung wirkt.

Mit diesem Schritt kannst du aber auch beginnen, wenn es im Einzelfall besser passt.

**Beispiel für Irrweg und Ausweg:** der Jojo-Effekt nach Crash-Diäten im Gegensatz zu einer gesunden und nachhaltigen Methode

Die Crash-Diät ist quasi der „gemeinsame Feind“. (Dieses Prinzip machen sich leider auch Populisten und Volksverhetzer zunutze.)

## 11. Technik 4: Lücke und Brücke

**Schritt 1 – Ist und Soll darlegen:** Kontrastiere den aktuellen und den gewünschten Zustand im Leben deiner Zielgruppe.

**Schritt 2 – Lösung präsentieren:** Beschreibe, wie deine Lösung diese Lücke schließt, und gib der Zielgruppe das Gefühl, verstanden und abgeholt zu werden.

**Beispiele:** Werbungen für Hautcremes, Wimperntusche und andere Kosmetika

#marketingtipp #storytelling #verkaufstexte #erzähltechniken