

Storytelling: Sein statt Schwein 😊

Was ist schöner? Ein Geschenk ohne Papier und Schleife oder eines, das du auspacken darfst? Ganz ähnlich ist es mit Texten. Nicht nur Kinder lieben es, Geschichten erzählt zu bekommen, sondern auch Erwachsene. Die meiste Zeit sind sie mit komplexen Dingen und dem „Ernst des Lebens“ konfrontiert. Daher genießen sie es, wenn es einmal leicht sein darf.

Das gute alte Gehirn

Beim Lesen oder Zuhören entstehen innere Bilder und damit verbundene Gefühle. Es spricht weit ältere Areale im Gehirn an als Faktisches. Das macht es umso kraftvoller.

Ein Beispiel für Storytelling ist mein [Artikel über SEO](#). Natürlich hat auch rein Faktisches seine Funktion und Daseinsberechtigung. Aber Fakten sind kühl. Geschichten hingegen eröffnen uns einen spielerischen Zugang zum Thema, für den wir uns nicht anstrengen müssen.

Als zentral für erfolgreiches Storytelling erachte ich entgegen dem aktuellen Hype Folgendes: Erzähle deine Geschichten selbst, statt sie ausgehend von ein paar Eckpunkten von KI erstellen zu lassen! Außerdem sollten sie wahr sein statt erfunden.

Künstliche Identität

Von KI kannst du dir zusätzliche Varianten erstellen lassen. Nutze diese aber nur als Inspiration, um vielleicht das eine oder andere Element noch in dein Original einfließen zu lassen, nicht aber als Ersatz für deine Echtheit als Mensch. Diese ist spürbar und spricht weit mehr zu anderen als KI-generierte Perfektion. Lass dir nicht das Gegenteil einreden!

Ich rate dir sogar, deine Website-Texte selbst zu verfassen, auch wenn das mehr Arbeit und Hirnschmalz erfordert. Du bist dein Unternehmen. Keine Maschine der Welt und kein noch so geschulter Mitarbeiter kann deine Persönlichkeit einbringen. Wie sollte das möglich sein? Es wird immer ein Stück Seele darin fehlen.

Ich schreibe meine Texte selbst. Die KI nutze ich dafür, die Kernpunkte herauszuziehen und mir Vorschläge für Posts zu unterbreiten. Sie liefert mir vielfach Formulierungen, auf die ich nicht gekommen wäre, und diese stellen eine Bereicherung dar.

Das Sandmännchen-Prinzip

Ein Tipp aus meiner langjährigen Erfahrung im Texten: Beim Verfassen des Erstentwurfs schreib einfach drauflos! Achte nicht auf einen ausgefeilten Stil, auf Keywords oder was man dir sonst noch beigebracht hat! Lass es fließen, direkt von innen auf die Tastatur! Dann schläfst du eine Nacht darüber und erst dann verbesserst du ihn in Ausdruck und Klarheit, bringt das eine oder andere Keyword hinein, wo es sich anbietet, und lässt für alle Fälle die Rechtschreibprüfung drüberlaufen.

Viel mehr gibt es zu Storytelling nicht zu sagen. Natürlich kannst du alle möglichen Techniken dazu erlernen. Aber wenn du zu verkopft an die Sache herangeht, verkrampft dich das nur blockiert das, was Storytelling eigentlich ausmacht.

Geh es also entspannt an und sei du! Das ist aus meiner Sicht und Erfahrung das Geheimrezept für Texte, die beim Gegenüber ankommen.

Blutsauger

Witzig ist: Ich betreibe selbst eine Marketingfirma, bin aber allergisch gegen sogenannte Verkaufstexte. Zu viele davon zielen fast schon missbräuchlich auf Emotionen aller Art ab und entspringen bloßer Berechnung. Die Adressanten werden zu Marionetten gemacht, deren Sehnsüchte und Ängste für Sales benutzt werden, dass es schon zum Himmel schreit!

Schalte etwa bei einer Fernsehwerbung den Ton weg und achte darauf, was die Bilder auszulösen versuchen: Du hast ein perfektes Familien- und Liebesleben, wenn du das Produkt kaufst. Oder du schützt dich vor (bedrohlich groß dargestellten) Bakterien und Schädlingen, wenn du das Produkt kaufst.

Dein Storytelling sollte nicht dem Zweck dienen, die Sehnsüchte und Ängste der Menschen dermaßen zu instrumentalisieren. Setze es dazu ein, deiner Zielgruppe leichteren Zugang deinem Produkt zu geben und Lösungen anzubieten.

Die allseits strapazierten Phrasen wie „Sicher kennst du das auch: ...“, ich kann sie nicht mehr hören! Du?

#marketingtipp #storytelling #ki #authentischerzählen

© 2024 Upfox Marketing