
Inhalt

Vorwort	IX
1 Her mit den Geschichten – Einleitung	1
So kann es nicht weitergehen	4
Zu viel Information	6
Zu wenig Zeit	7
Zu wenig Konzentration	8
Zu komplex	10
Zu wenig Vertrauen	11
Geschichten sind doch keine Lösung, oder?	12
Auf keinen Fall zum Märchenonkel werden	13
Wenn rationale Kommunikation nicht ausreicht	15
Neue Arbeitswelt braucht neue Kommunikation	16
Lagerfeuer statt Hierarchie: Storytelling als Führungsinstrument	17
Narrativ statt Instruktion: Storytelling als Teambuilder	19
Erzählraum statt Fixpunkt: Storytelling als Navigationssystem	21
Warum Führungskräfte mehr Geschichten erzählen sollten	22
2 Die Kraft der Story – Wie Geschichten wirken	25
Post-it fürs Gehirn	28
Das ganze Gehirn aktivieren	29
Bilder im Kopf produzieren	32

Erleben statt erzählen.	33
Hereinspaziert in den Erlebnispark.	35
Vorsicht: Memory Hacking.	36
Ersatzdroge Storytelling.	36
Aufgepasst!	37
Mit Vergnügen	38
Vollstes Vertrauen.	39
Lasso für die Gedanken.	40
Puzzleteile der Geschichte	41
Wir reimen uns was zusammen	42
Wir können nicht ohne	43
Leuchtfeuer und Lagerfeuer.	45
You'll never walk alone	47
Ein Angebot, das Sie nicht ablehnen können	50
3 Erzählen statt Präsentieren – Die pssst-Methode	53
pssst ... ein offenes Geheimnis.	54
p wie passioniert	55
s wie story	56
s wie strukturiert	57
s wie sinnlich	58
t wie technisch	59
4 pssst ... Werden Sie persönlich!	61
Was steht auf dem Spiel?	63
Von induktiver Logik zu kausaler Denke	64
Start with Why	66
Vier gewinnt	67
Make me care	70
Signature Story – Es geht um SIE.	71
Die Großzügigkeit des Storytellers	73
Startpunkte Ihrer Signature Story	74
Weniger ist mehr	75
Tief oder weit	76
Die Schnittmenge erweitern	78
Ihr Publikum – Es geht um DIE.	79
5 pssst ... Nutzen Sie die Kraft der Story!	81
Definieren Sie »Geschichte«.	86
Anekdote – das eingeschobene Nesthäkchen	87
Pabel – Schnittmenge aus Erzähltem und Gemeintem	87
Metastory – Struktur und Leitgedanke	89

Erzählmuster	93
Die Heldenreise (»Hero's Journey«)	94
Der Drachentöter (»Overcoming the Monster«)	95
Vom Tellerwäscher zum Millionär (»From Rags to Riches«)	95
Die Reifeprüfung (»The Quest«)	96
Phönix aus der Asche (»Rebirth«)	96
Reise und Wiederkehr (»Voyage and Return«)	97
Das Komödie (»Comedy«)	97
Die Tragödie (»Tragedy«)	98
Grundelemente einer guten Story	98
Sinnstiftende Idee	99
Held	100
Konflikt und Transformation	102
Emotion und Empathie	104
Viralität	105
6 pssst ... Kommen Sie auf den Punkt – mit Struktur!	109
Von Anfang bis Ende	113
Plot Point 1 – Hoffnungsschimmer	115
Plot Point 2 – Der Mentor tritt auf	115
Plot Point 3 – Neue Welten	116
Die Aufmerksamkeitskurve	117
Die Klassiker	118
Die Postmoderne	119
Emotionale Achterbahnen	121
Sparkline	122
Matroschka-Prinzip	123
Kaleidoskop	123
Rhetorische Überrumpelung	123
Falsche Fährte	124
In medias res	124
Immersion	125
Wie überraschend, der Schluss	127
7 pssst ... Werden Sie sinnlich!	131
Dem Glück auf der Spur – mit allen Sinnen	132
Gefühlsduselei? – Sehr gerne	134
Gänsehaut	136
Taschentücher raus!	138
Aus vollem Halse	139
Lernen – mit allen Sinnen	141

Die richtigen Worte finden	141
Laiensprache schlägt Fachsprache	143
Framing und Priming	144
Bilder im Kopf	146
Metaphern und Analogien	147
Narrative Bilder	148
8 pssst ... Auf die richtige Technik kommt es an!	151
Körpersprache: Bleiben Sie authentisch.	155
Stimme: Worauf Sie achten sollten	158
Die Bühne: Sie gehört Ihnen	162
PowerPoint: Hinter Ihrem Rücken.	163
Triple Delivery Problem	164
Simplifizierung	164
Entmenschlichung.	165
Video: Mehr Bewegung ins Bild.	166
Zu lang	167
Zu langweilig	168
No-Go: Was Sie als Storyteller auf keinen Fall tun sollten . . .	169
Das Publikum ignorieren	169
Eine Geschichte erzählen, die gar keine Geschichte ist.	170
Um Erlaubnis fragen	170
Ankündigen, dass man eine Geschichte erzählt	171
9 Ausblick – Geschichten, die die Welt verändern	173
Gehör verschaffen – dringend	174
Wirkungsdimensionen des Storytellings.	175
Gegenwind	176
Dem Heute einen Sinn geben.	177
Die Zukunft erzählen.	179
Kollektiver Pessimismus schlägt individuellen Optimismus.	180
Von vorne erzählen	182
Literaturübersicht	185
Index.	197