

INHALT

Danke 10

Einleitung 11

CONNECT

So stark wirken Geschichten 15

Überzeugen, ohne zu überreden
Auf dem Holodeck des Gehirns 17

Cinde-f***ing-rella
Das Gehirn mag Mustervorlagen 21

Fakten plus Emotion
Unser Gedächtnis liebt Geschichten 27

Am Lagerfeuer
Wie Nachtgeschichten die Kultur entzünden 31

Wer wir sind
Geschichten, die wir unser Leben nennen 36

Von der Höhlenmalerei zum Hologramm
Storytelling und Technologie 41

Neurales Einschwingen
Gehirne aufgleicher Wellenlänge 46

Die Sprache des Blutes
Empathie, Trickbetrüger und ein Storyhormon 48

Dreieck, Schreibtischlampe, Claudia in der Bar
Alles wird Story 52

Goldfische

Bitte zackig, du hast 8 Sekunden 56

Hauptsache plausibel

Ein Nobelpreis für Storytelling 59

Umgeknickte Bäume

Was das Publikum hören will 63

100.000 Stimmen

Wie Lebensgeschichten verbinden 66

Weißt du schon?

Wie Klatsch und Tratsch verbinden 70

Märchenoma und Selbstdarsteller

Wie sich Geschichten verbreiten 73

Jenseits der Worte

Der Körper erzählt seine eigene Story 76

BREAK I

Die Kunst des Schweigens 83

COPY

So sehen die Baupläne erfolgreicher Geschichten aus 89

Ein Hai in Hollywood

Die ganze Geschichte in drei Worten 91

Nemo trifft einen Raben

Das Ende ist der Anfang 94

Emotionale Achterbahnfahrten
Ödipus, Budweiser und ein kleiner Labrador 97

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 1
Wie der Funke überspringt 104

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 2
Steve Jobs' Rede »Finde, was du liebst« 111

Lincoln und Obama
Auf den Punkt kommen 113

Wir sind Papst
Wann ist eine Story eine Story? 116

Stephen Kings fesselnde Ausgangssituation
Was wäre, wenn ...? 122

Reise zum Kern der Geschichte
Der Golden Circle 126

Von Zauberern und Entdeckern
Die Welt der Archetypen 130

Von Odysseus zu Star Wars
Helden auf Reisen 135

Die Bombe unter dem Tisch
So geht Suspense, sagt Alfred Hitchcock 147

Ich habe einen Traum
Martin Luther King und die Macht der Intuition 149

Fortsetzung folgt
1001 Cliffhanger 152

Füchse und Igel

Es geht genau um eine große Sache 155

Es war einmal

Ein einfaches Schema für Märchen und Marketing 158

Von Start-ups lernen

Geschichten agil entwickeln 162

Der Getty-Code

Prinzessin Diana und die Macht der Fotos 168

Gleis 9 $\frac{3}{4}$

Harry Potter und die Formel für Magie 172

BREAK II

Die Kunst des Zuhörens 177

CREATE

So entstehen gute Geschichten in der Praxis 185

Ach, Emmchen, weißt du, was die Karre wert ist?

Marken brauchen Storys 187

Alle fünf Jahre gönne ich mir eine Pause

Mit der eigenen Geschichte begeistern 198

Business Class, oder?

Warum Werte Storys brauchen 207

Luftmatratze und Frühstück

Erfolgreiches Start-up-Storytelling 216

Die 100-Millionen-Dollar-Wette
Storys und Daten **231**

Ein lebendiger Planet, für uns und unsere Kinder
Die Mission auf den Punkt bringen **243**

Ich lass mal das ganze BWL-Gelaber weg
Souverän vom Scheitern erzählen **250**

Ihr seid ein Haufen Idioten
Geschichten über den Kunden **261**

Träumen, springen, kämpfen
Die Magie der Change Storys **270**

Voodoo für Fortgeschrittene
Verkaufen, ohne zu verkaufen **280**

Zwölf verlockende Storytelling-Fehler ...
und wie man sie überwindet **288**

ANHANG

Canvases **295**

Index 299