

Inhaltsverzeichnis

Vorspann	13
Einleitung: Ihr Crashkurs oder Der erste Tango	17
Crashkurse fürs Leben	17
Crashkurse beschleunigen das Lerntempo	19
An wen richtet sich dieses Buch?	20
1 Der Weg zum Meister – Handwerkszeug und Methoden	23
1.1 Beobachten – Grundlage für die Entwicklung guter Geschichten	24
1.2 Kopieren – Mustervorlagen entdecken und anwenden	26
1.3 Üben – Talent und Interesse allein reichen nicht	28
1.4 Variieren – Neuinszenieren von alten Vorlagen	31
1.5 Fremde Geschichten zu eigenen machen – die Osborn-Liste	32
1.6 Den eigenen Stil finden	34
1.7 Den eigenen Weg gehen	37
2 Was ist Storytelling?	39
2.1 Vier Dimensionen des Storytelling	39
2.1.1 Storytelling als Denkhaltung	39
2.1.2 Storytelling als Sichtweise	40
2.1.3 Storytelling als Methode	41
2.1.4 Storytelling und die Funktionsweise des menschlichen Gehirns	43
2.2 Was zeichnet eine gute Geschichte aus?	44
2.2.1 Mehrheitsentscheidung des Publikums	45
2.2.2 Möglichkeiten statt Moralin	46
2.2.3 Manipulieren ist menschlich	47
2.2.4 Wahrscheinlich, aber nicht wahr	48
2.3 Storytelling und die Wissenschaft	50
2.3.1 Was Menschen wollen	51
2.3.2 Was Menschen kaufen	54
2.3.3 Wie Menschen Informationen gewichten	56
2.3.4 Der wissenschaftliche Hintergrund des Story-Checks	59

10 häufige Missverständnisse beim Storytelling	61
3 Der Story-Check – eine Anleitung zum erfolgreichen Storytelling	69
3.1 Urthema, Plot, Problem	70
3.1.1 Kurzbeschreibung der 22 Masterplots	73
3.1.2 Masterplots als Polaritäten	111
3.1.3 Mit Masterplots arbeiten	112
3.2 Prägungsstärke – Garant für Aufmerksamkeit	115
3.2.1 Geschichten der Kindheit	116
3.2.2 Geschichten der Pubertät	117
3.2.3 Geschichten von Ersterlebnissen	120
3.3 Andockstellen für das Publikum	122
3.4 Titel	125
3.5 Konfliktpotenzial	129
3.6 Held	133
3.7 Helfer	138
3.8 Feind	141
3.9 Verzögerungen	145
3.10 Einfachheit	146
3.10.1 Konzept und Idee	147
3.10.2 Konzept und Aufbau	149
3.10.3 Durchführung	151
3.10.4 Überprüfung der Geschichte	152
3.10.5 Struktur einer Abenteuerreise – Geheimrezept oder Stolperfalle? ...	153
3.11 Kulissen	155
3.12 Requisiten	158
3.13 Anfang und Ende	161
Exkurs: Mit Archetypen arbeiten	167
4 Fundorte für gute Geschichten	173
4.1 Bei jedem Fund zu beachten	174
4.2 Lebenslauf – die eigene Biografie als Bibliothek	177
4.3 Alltag – die Geschichten liegen auf der Straße	177
4.4 Tipps für die Suche nach Geschichten im Internet	178
4.5 Printmedien und Fernsehen	179
4.6 Exotische Fundorte – Fachzeitschriften und Abzeitungen	179

4.7	Schwarze Bretter und Pinnwände	180
4.8	Leserbriefe – Quelle von engagierten Zeitgenossen	180
4.9	Lektüre von Witzsammlungen	181
4.10	Messen – Markthallen für Geschichten	181
4.11	Suche nach Mustervorlagen in Bestenlisten	182
4.12	Studien – Quelle für unterhaltsame und absurde Geschichten	183
4.13	Statistiken – Verführung zu neuen Geschichten	184
4.14	Zitate als Ideenlieferanten	184
4.15	Bilder, Fotografien und Kinderbücher	185
4.16	Meinungsumfragen – Blitzlichter des allgemein Menschlichen	186
5	Einsatzorte für Geschichten und ihre Besonderheiten	187
5.1	Drehbuch und Film	187
5.2	Social Media und digitales Erzählen	188
5.3	Podcast als »neues« Format	193
5.4	Verkauf und Vertrieb	195
5.5	Lehre und Lernen	196
5.6	Forschung und Wissenschaft	196
5.7	Journalismus und Medien	197
5.8	Marketing und Werbung	198
5.9	Branding und Identity	198
5.10	Gestaltung und Visual Storytelling	199
	Nachspann	201
	Literaturverzeichnis	203
	Stichwortverzeichnis	211
	Der Autor	215