

# Inhalt

<b>Die unheimliche Macht der Geschichte</b>	<b>5</b>
▪ Warum wir Geschichten brauchen	6
▪ Ursprünge der Erzählkunst	22
▪ Storytelling – was ist das?	27
 <b>Storytelling wirkt (fast) überall</b>	 <b>33</b>
▪ Marketing – Kunden gewinnen	34
▪ Präsentieren – überzeugen und begeistern	36
▪ Coaching – innehalten, um handlungsfähig zu bleiben	39
▪ Selbstmarketing – die anderen für sich gewinnen	40
▪ Das narrative Management – eine Idee für die Zukunft	42
 <b>Der Weg zur guten Geschichte</b>	 <b>47</b>
▪ Der Klassiker: die Heldenreise	48
▪ Ausbruch, Flucht, Befreiung	59
▪ Verwandlung und Veränderung	62
▪ Kampf, Rivalität, Wettbewerb	65
▪ Reifeprüfung	68
▪ Liebe	73
▪ Reise und Abenteuer	76
▪ Ermittlung	80

<b>Zutaten für das Storytelling</b>	<b>83</b>
▪ Geschichten aufspüren	84
▪ Protagonist mit Kernbotschaft	85
▪ Perspektive	93
▪ Spannung	96
▪ Humor	100
▪ Emotionen	103
 <b>Wie Sie Storytelling gezielt einsetzen</b>	 <b>107</b>
▪ Im Vorstellungsgespräch	108
▪ Beim Mitarbeitergespräch	109
▪ Wenn Sie präsentieren	115
▪ Beim Verkaufen	116
 ▪ Übungen zum Storytelling	 120
▪ Stichwortverzeichnis	126