
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	27
1.3 Üben – Talent und Interesse allein reichen nicht	29
1.4 Variieren – Neuinszenieren von alten Vorlagen	31
1.5 Fremde Geschichten zu eigenen machen – die Osborne-Liste	33
1.6 Den eigenen Stil finden	35
1.7 Den eigenen Weg gehen	38
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	42
2.1.4 Storytelling und die Funktionsweise des menschlichen Gehirns	43
2.2 Was zeichnet eine gute Geschichte aus?	45
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	49
2.3 Storytelling und die Wissenschaft	51
2.3.1 Was Menschen wollen	52
2.3.2 Was Menschen kaufen	54
2.3.3 Wie Menschen Informationen gewichten	57
2.3.4 Der wissenschaftliche Hintergrund des Story-Checks	60

10 häufige Missverständnisse beim Storytelling	61
3 Der Story-Check – eine Anleitung zum erfolgreichen Storytelling ..	71
3.1 Urthema, Plot, Problem	73
3.1.1 Kurzbeschreibung der 22 Masterplots	75
3.1.2 Masterplots als Polaritäten	116
3.1.3 Mit Masterplots arbeiten	118
3.2 Prägungsstärke – Garant für Aufmerksamkeit	121
3.2.1 Geschichten der Kindheit	122
3.2.2 Geschichten der Pubertät	124
3.2.3 Geschichten von Ersterlebnissen	126
3.3 Andockstellen für das Publikum	129
3.4 Titel	132
3.5 Konfliktpotenzial	136
3.6 Held	140
3.7 Helfer	146
3.8 Feind	149
3.9 Verzögerungen	152
3.10 Einfachheit	155
3.10.1 Konzept und Idee	156
3.10.2 Konzept und Aufbau	157
3.10.3 Durchführung	159
3.10.4 Überprüfung der Geschichte	160
3.10.5 Struktur einer Abenteuerreise – Geheimrezept oder Stolperfalle?	161
3.11 Kulissen	164
3.12 Requisiten	167
3.13 Anfang und Ende	169
Exkurs: Mit Archetypen arbeiten	177
4 Fundorte für gute Geschichten	183
4.1 Lebenslauf – die eigene Biografie als Bibliothek	185
4.2 Alltag – die Geschichten liegen auf der Straße	185
4.3 Tipps für die Suche nach Geschichten im Internet	186
4.4 Printmedien und Fernsehen	187
4.5 Exotische Fundorte – Fachzeitschriften und Abizeitungen	188

4.6	Schwarze Bretter und Pinnwände	188
4.7	Leserbriefe – Quelle von engagierten Zeitgenossen	189
4.8	Lektüre von Witzsammlungen	189
4.9	Messen – Markthallen für Geschichten	190
4.10	Suche nach Mustervorlagen in Bestenlisten	191
4.11	Studien – Quelle für unterhaltsame und absurde Geschichten	191
4.12	Statistiken – Verführung zu neuen Geschichten	192
4.13	Zitate als Ideenlieferanten	193
4.14	Bilder, Fotografien und Kinderbücher	194
4.15	Meinungsumfragen – Blitzlichter des allgemein Menschlichen	194
5	Einsatzorte für Geschichten und ihre Besonderheiten	197
5.1	Drehbuch und Film	197
5.2	Social Media und digitales Erzählen	198
5.3	Verkauf und Vertrieb	203
5.4	Lehre und Lernen	204
5.5	Forschung und Wissenschaft	205
5.6	Journalismus und Medien	205
5.7	Marketing und Werbung	206
5.8	Branding und Identity	207
5.9	Gestaltung und Visual Storytelling	207
	Nachspann	209
	Literaturverzeichnis	211
	Stichwortverzeichnis	219
	Der Autor	223