

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 auf gleicher 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**

Weiße 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 Welt des WOW
Bewegende Metaphern entwickeln **104**

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 1

Wie der Funke überspringt **114**

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 2

Steve Jobs' Rede »Finde, was du liebst« **120**

Lincoln und Obama

Auf den Punkt kommen **122**

Wir sind Papst

Wann ist eine Story eine Story? **126**

Stephen Kings fesselnde Ausgangssituation

Was wäre, wenn ...? **131**

Reise zum Kern der Geschichte

Der Golden Circle **135**

Von Zauberern und Entdeckern

Die Welt der Archetypen **139**

Von Odysseus zu Star Wars

Helden auf Reisen **144**

Die Bombe unter dem Tisch

So geht Suspense, sagt Alfred Hitchcock **158**

Ich habe einen Traum

Martin Luther King und die Macht der Intuition **160**

Fortsetzung folgt

1001 Cliffhanger **163**

Füchse und Igel

Es geht genau um eine große Sache **166**

Es war einmal

Ein einfaches Schema für Märchen und Marketing **169**

Sprichst du mit mir?

Authentische Figuren zeichnen **173**

Mit einem Kopfsprung beginnen

Fesselnder Einstieg für Vorträge und Präsentationen **176**

Von Start-ups lernen

Geschichten agil entwickeln **178**

Der Getty Code

Prinzessin Diana und die Macht der Fotos **184**

Ich. Wir. Jetzt.

Menschen mitnehmen mit der Obama-Methode **188**

Gleis 9 ¾

Harry Potter und die Formel für Magie **198**

BREAK II

Die Kunst des Zuhörens **203**

CREATE

So entstehen gute Geschichten in der Praxis **211**

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

Marken brauchen Storys **213**

Alle fünf Jahre gönne ich mir eine Pause

Mit der eigenen Geschichte begeistern **224**

Business Class, oder?

Warum Werte Storys brauchen **233**

Luftmatratze und Frühstück

Erfolgreiches Start-up-Storytelling **242**

Die 100-Millionen-Dollar-Wette
Storys und Daten **257**

Ein lebendiger Planet, für uns und unsere Kinder
Die Mission auf den Punkt bringen **269**

Ich lass mal das ganze BWL-Gelaber weg
Souverän vom Scheitern erzählen **276**

Ihr seid ein Haufen Idioten
Geschichten über den Kunden **287**

Greta Thunberg, Klimaaktivistin
Jeder Purpose braucht eine Story **296**

Augenhöhe und Augenmaß
Zwölf Tipps für die Krisenkommunikation **304**

Träumen, springen, kämpfen
Die Magie der Change Storys **309**

Ein bisschen wie Jazz
10 Tipps für Präsentationen **319**

Voodoo für Fortgeschrittene
Verkaufen, ohne zu verkaufen **326**

Zwölf verlockende Storytelling-Fehler ...
und wie man sie überwindet **333**

ANHANG

Canvases **341**

Index **345**