

Inhalt

**Vorwort: Was du nicht verkaufst,
verkaufen die anderen 11**

1 Warum du dieses Buch unbedingt lesen solltest 13

- #001 Meine Story: Wie alles begann 14**
- #002 Meine Reise und meine Begleitung 15**
- #003 Als alles noch viel leichter war 16**
- #004 Nichts zu verschenken 17**
- #005 Vom Bedarf zur Sättigung 18**
- #006 Das beste Produkt ist nicht das beste Produkt 19**
- #007 Wir kennen unsere Kundschaft 20**
- #008 Einfach anders sein 21**

2 Warum gute Storys wirken 23

- #009 Warum es Geschichten braucht 24**
- #010 Menschen suchen keine Werbung 25**
- #011 Warum du stets mit Erzählungen beginnen solltest 26**
- #012 Überliste dein Gehirn 27**
- #013 Herzlich willkommen bei ... 28**
- #014 Beste Qualität, innovatives Unternehmen,
ausgezeichnet ... 29**
- #015 Ist mehr wirklich mehr? 30**
- #016 Mit »George Clooney« im Zug 31**
- #017 Der rote Ferrari – oder »die große Idee« 32**
- #018 Wie Worte wahr werden 33**
- #019 Verstanden werden: Von Biergärten
und Schweinshaxen 34**
- #020 Beste Kommunikation umfasst fünf Punkte 36**

3 Warum wir uns schon immer gute Geschichten erzählen 39

- #021 »Storytelling im Business«: Wie alles begann **40**
- #022 Der Schmied und sein Pflug **41**
- #023 Der doppelte Michelin **42**
- #024 Wer will guten Kuchen backen,
der muss haben sieben Sachen **43**
- #025 Von Seifenopern und Seifen-
und Waschmittelherstellern **44**
- #026 Storytelling – mehr als nur
ein Glühwürmchen **45**
- #027 Vom Sehen, Hören und Fühlen **47**
- #028 Nur mal angenommen ... **48**
- #029 Das Aneinandervorbeireden möglichst
verhindern **50**
- #030 Vorbereitet sein **53**
- #031 Mit Storytelling zum Nobelpreis **54**
- #032 Rot – Gelb – Grün: die Dreierstruktur **56**
- #033 Gestern, heute, morgen **57**
- #034 Just do It **60**
- #035 Wir sind Papst! **61**
- #036 Per Autostopp unterwegs **62**
- #037 Warum überhaupt WARUM? **63**
- #038 Woher nur kenne ich diese Person? **64**
- #039 Glück, Talent, Kunst oder Können – gern auch
mit Unterstützung **65**
- #040 Schlechte Storys? Nimmermehr! **67**
- #041 Die nackten Redner:innen **70**
- #042 Denken lassen **71**
- #043 Die einfache Erdbeere **72**
- #044 Die Muse könnte sich verspäten! **74**
- #045 Die Wahrheit über die Wahrheit **78**

4 Warum Werbung so gut wie immer wirkt 79

- #046 Du hast zwei Ohren **80**
- #047 Heldinnen und Helden aus Hollywood **81**
- #048 Im Geheimdienst Ihrer Majestät **82**
- #049 Ich bin nicht James Bond **84**
- #050 Die glorreichen Sieben **85**
- #051 Die Figur, das Problem und der Mentor **86**
- #052 Der Plan **87**
- #053 Die Aufforderung **88**
- #054 Der Gewinn **89**
- #055 Der Erfolg **89**
- #056 Fehler vermeiden **91**
- #057 Spannung erhöhen, wie es weitergeht **92**
- #058 Geschichten zählen sich aus **93**
- #059 Worte statt Bilder **93**

5 Warum du in der überladenen Medienwelt auffallen musst, oder: Die Bausteine zum Erfolg einer Story 95

- #060 Die glorreichen Sieben – Reloaded **96**
- #061 Die Entscheidung: »schlechter« Content oder Storytelling **97**
- #062 Was die da draußen wollen: Expertenstatus aufbauen **98**
- #063 Online, offline – what line? **99**
- #064 Menschen in den Vordergrund stellen **100**
- #065 Storytelling statt Faktenporno **101**
- #066 Der perfekte Kanal **102**
- #067 Aufmerksamkeit ist nicht immer gut **103**
- #068 Schlauer Fuchs oder einfacher Igel? **104**
- #069 Damit was hängen bleibt **105**

6 Warum einfach einfach einfacher ist 107

- #070 Die 21-Tage-Regel **108**
- #071 66 Tage sind besser, ist doch logisch! **109**
- #072 Jeden Tag 10.000 Schritte **110**
- #073 Gedrucktes kann man nicht einfach »löschen« **111**
- #074 Reputation ist ein Verb **113**
- #075 Weil es wirkt, wie es wirkt **114**
- #076 Wirkungskompetenz überholt Sachkompetenz **115**
- #077 Die rosarote Brille **116**
- #078 Der Tag ist schön **117**
- #079 Der Sonne entgegen **118**
- #080 Die Blumenwiese **119**
- #081 Freude gewinnen, Schmerz vermeiden **120**
- #082 Freude bereiten **121**
- #083 Nur nicht(s) verlieren **122**
- #084 Gutes gegen Neues tauschen **123**
- #085 Kundentypen: von negativ bis anspruchsvoll **124**
- #086 Interessentenfreundlich, aber kundenfeindlich **125**
- #087 Einfach nett und sympathisch **126**
- #088 Das habe ich selbst gemacht! **127**
- #089 Der etwas andere IKEA-Effekt **128**
- #090 Die Illusion des Zusammenhangs **129**
- #091 Wenn aus Kaputtem Neues entsteht **130**

7 Warum Menschen von Menschen kaufen: Die Welt der Kunden 133

- #092 Schreiben ist das neue Reden **134**
- #093 Wir reiten in die Stadt, der Rest ergibt sich **135**
- #094 Lieber selten und gut als permanent und schlecht **136**
- #095 Professionelle Oberflächlichkeit **137**
- #096 Same procedure as every year **138**
- #097 Die Zielgruppe ist nicht statisch und starr **139**
- #098 Gemeinsamkeit verbindet **140**
- #099 99 Luftballons **141**
- #100 Und jetzt? **142**

- #101 Ist Wissen noch Macht? 143
- #102 Niemand liebt Werbung 144
- #103 Die Beta-Version der Kommunikation 145
- #104 Sich selbst verstehen 146
- #105 Wo kämen wir denn da hin? 147
- #106 Was bin ich? 148
- #107 Ich habe nie was anderes gemacht 149
- #108 Wir leben in verschiedenen Welten 150
- #109 Wie heißt der Hund? 152
- #110 Frodo Beutlin, Katniss Everdeen und Co 153
- #111 Der Sumoringer und das Baby 154
- #112 Der Besuch in der Apotheke 156
- #113 Da werden Sie geholfen 157
- #114 Schneiden und Wachsen 158
- #115 Ja, aber ... 159
- #116 Denke nicht für andere Menschen 160

8 Warum nicht einfach mal machen! Das richtige Mindset für Erfolg im Business 161

- #117 Das Mondschwein 162
- #118 Sortenrein und handverlesen:
Preise anders aussehen lassen 163
- #119 Weniger ist mehr 165
- #120 Die Mitte ist der beste Deal 166
- #121 Wie viele Wochen hat ein Monat? 167
- #122 Von »Dumm und faul« bis »Klug und fleißig« 168
- #123 Interessant ist, was du nicht siehst:
die Bikini-Strategie 169
- #124 Wie sage ich es nur? Das Kontrast-Prinzip 170
- #125 Als Kind warst du eine Spitzenverkaufskraft:
Werde wieder zum Kind 171
- #126 Was du von Columbo lernen kannst 176
- #127 Wenn du es nicht verkaufst ... 177
- #128 Einfach dranbleiben 178
- #129 Hühner sind auch nur Menschen 179
- #130 Billiger geht (leider) immer! 180

- #131 Kennen, können und tun 181
- #132 Stifte Identität 182
- #133 Wenn der Boss spricht 183
- #134 Erkenne die Chancen 184
- #135 30 Cent pro Lacher 185
- #136 Seife, Backpulver und Kaugummi 186
- #137 Mit Gackern zum Weltmarktführer 187
- #138 Nichts zu verschenken? 188
- #139 Autorität kommt von Autor 189
- #140 Das wird nie im Leben fertig 190
- #141 Du musst nicht allen gefallen 191
- #142 Ab heute wird es nicht leichter, aber anders 192
- #143 Jetzt werden Marktführer geboren 193
- #144 Bitte um Vergebung 194
- #145 Jedermann, Jemand, Irgendwer und Niemand 195
- #146 Früher war alles besser 196
- #147 Das Geheimnis des Könnens liegt im Können 198
- #148 Der Dümmste im Meeting 199
- #149 Die Not-to-do-Liste 200
- #150 Aufstehen! Aber wofür? 201
- #151 Statt eines Schlusswortes:
Worauf bist du die Antwort? 201

Über den Autor 203

Literaturverzeichnis 204

Anmerkungen 206

Die letzte Seite 208