

# Brandtelling

Storytelling für die erfolgreiche Markenführung



[mattenberger.com](https://mattenberger.com)

# Aufbau



**Was ist Storytelling?  
Weshalb Storytelling?**



**Grundlagen  
Toolbox**



**Übungen &  
Kreation**

# Why

Was ist Storytelling und weshalb ist es wichtig?



## 3 Fragen

- Was ist Storytelling?
- Wo können Unternehmen Geschichten einsetzen?
- Weshalb macht Storytelling Sinn?





# Story vs history



# Unternehmensbaum

---

## Aussen (Persönlichkeit)

- Kunden
- Produkte
- Auftritt
- Werbung

---

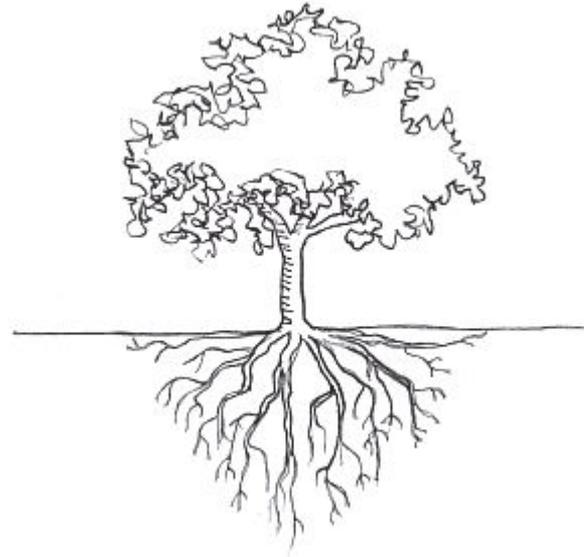
## Marke (DNA)

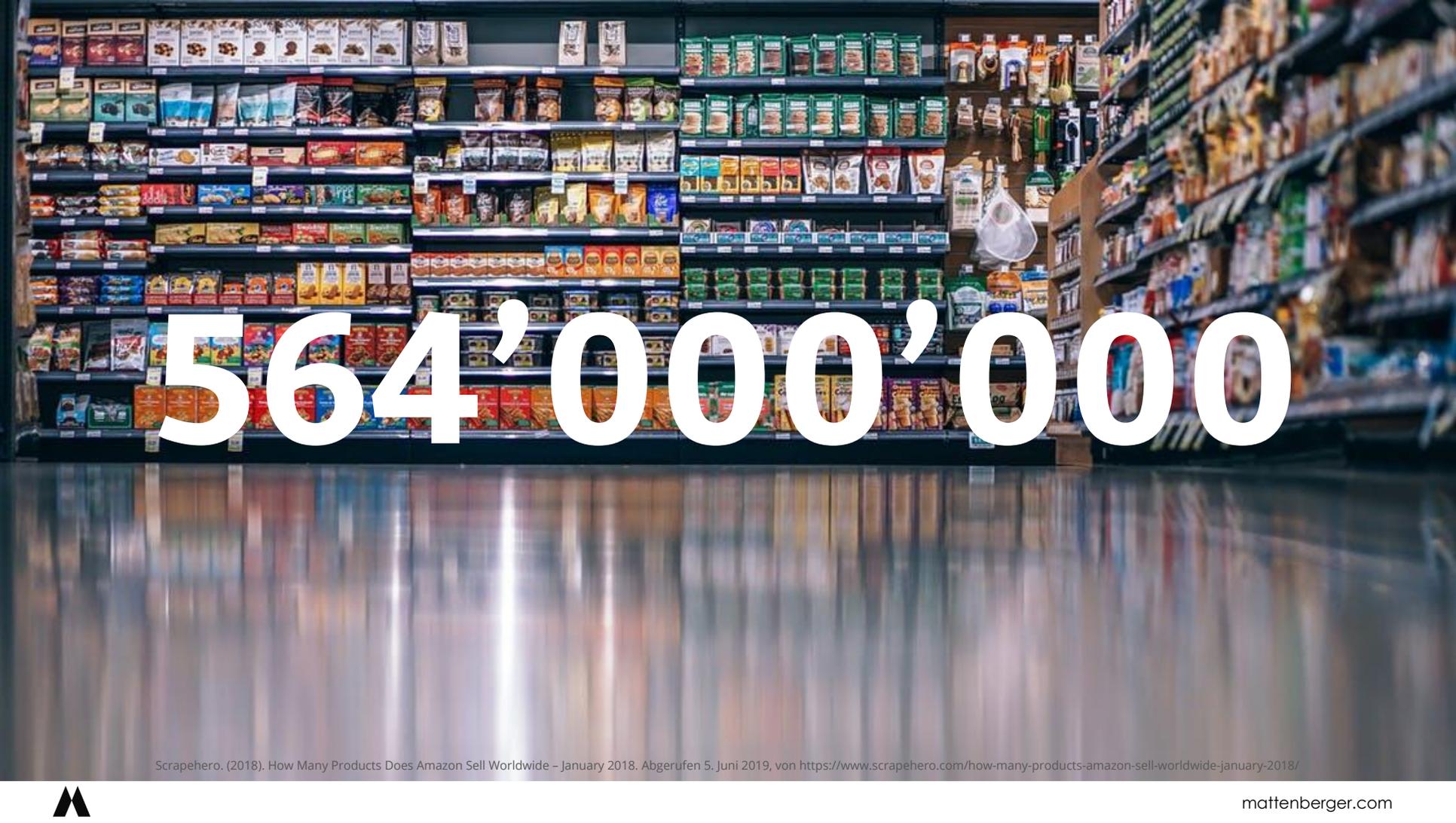
- Geschichte

---

## Innen (Charakter)

- Mitarbeiter
- Management
- Organisation
- Entwicklung
- Partner





# 564'000'000

Scrapehero. (2018). How Many Products Does Amazon Sell Worldwide – January 2018. Abgerufen 5. Juni 2019, von <https://www.scrapehero.com/how-many-products-amazon-sell-worldwide-january-2018/>





PRIRODNE AROME.  
BEZ DODATNIH KONZERVANSI.  
OD 1886.

Kalorije  
139  
74 kcal

0,33L

pepsi

0,33L  
330 ml



# Für was steht?



Sicherheit



America first



Finden



**DEINE  
MARKE**





**> 75% unbewusst**



### **Das Grosshirn**

Abstraktes Denken

→ Begründen



### **Das Zwischenhirn (Limbisch)**

Emotionen, Erinnerungen

→ Entscheiden

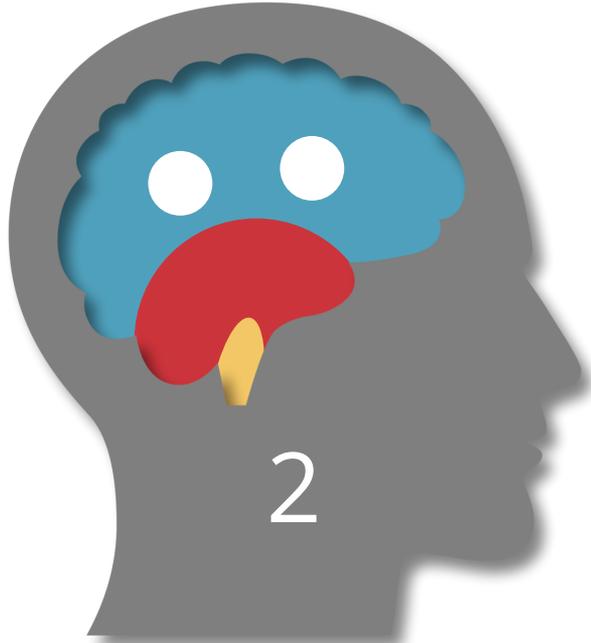


### **Das Stammhirn**

Kampf oder Flucht, Reflexe

→ Autopilot

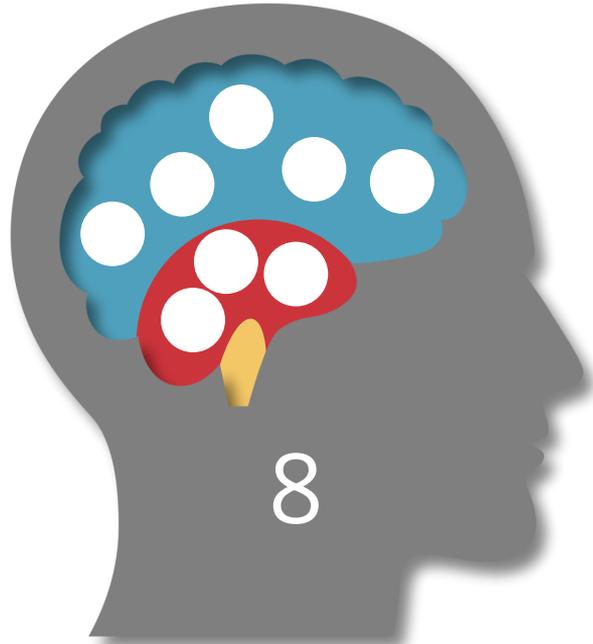
# Fakten



Sprachverstehen, Sprachverarbeitung.

- Das Grosshirn**  
Abstraktes Denken  
→ Begründen
- Das Zwischenhirn (Limbisch)**  
Emotionen, Erinnerungen  
→ Entscheiden
- Das Stammhirn**  
Kampf oder Flucht, Reflexe  
→ Autopilot

# Geschichten



Sprachverstehen, Sprachverarbeitung,  
Emotionskontrolle, willkürliche Bewegungen,  
Geruchsverarbeitung, Emotionsentstehung, visuelle  
Eindrücke, Erinnerungen.

- **Das Grosshirn**  
Abstraktes Denken  
→ Begründen
- **Das Zwischenhirn (Limbisch)**  
Emotionen, Erinnerungen  
→ Entscheiden
- **Das Stammhirn**  
Kampf oder Flucht, Reflexe  
→ Autopilot





Befragung von Shane Snow an 3'000 Personen. Quelle: Snow, S. & Lazauskas, J. (2018). The Storytelling Edge: How to Transform Your Business, Stop



Screaming into the Void, and Make People Love You. New Jersey: Wiley.



EXIT

THOSE WHO TELL  
THE *Stories*  
RULE THE WORLD

NATIVE AMERICAN PROVERB



THOSE WHO TELL  
THE *Stories* **SHAPEN**  
THE WORLD









Microsoft Kanada. (2015). Abgerufen 4. Januar 2019, von <http://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/>



# Mitnehmen

- Die Investition in die Marke und deren klare Differenzierung ist heute wichtiger denn je
- > 75% der (Kauf-)Entscheidungen werden unbewusst aus dem **limbischen System** getroffen.
- Geschichten werden **besonders gut erinnert**.
- **Spiegelneuronen** lassen uns empfinden, was Protagonisten einer Geschichte fühlen.



# Toolbox

Aufbau einer guten Geschichte.



# Frage

Was sind die Zutaten einer guten Geschichte?



Homeless  
I  
Need Help

Mom told us to  
wait Right Here  
That was 10 Years  
Ago...





60%



40%

Befragung von Shane Snow an 3'000 Personen. Quelle: Snow, S. & Lazauskas, J. (2018). The Storytelling Edge: How to Transform Your Business, Stop Screaming into the Void, and Make People Love You. New Jersey: Wiley.



# Zutaten einer guten Geschichte

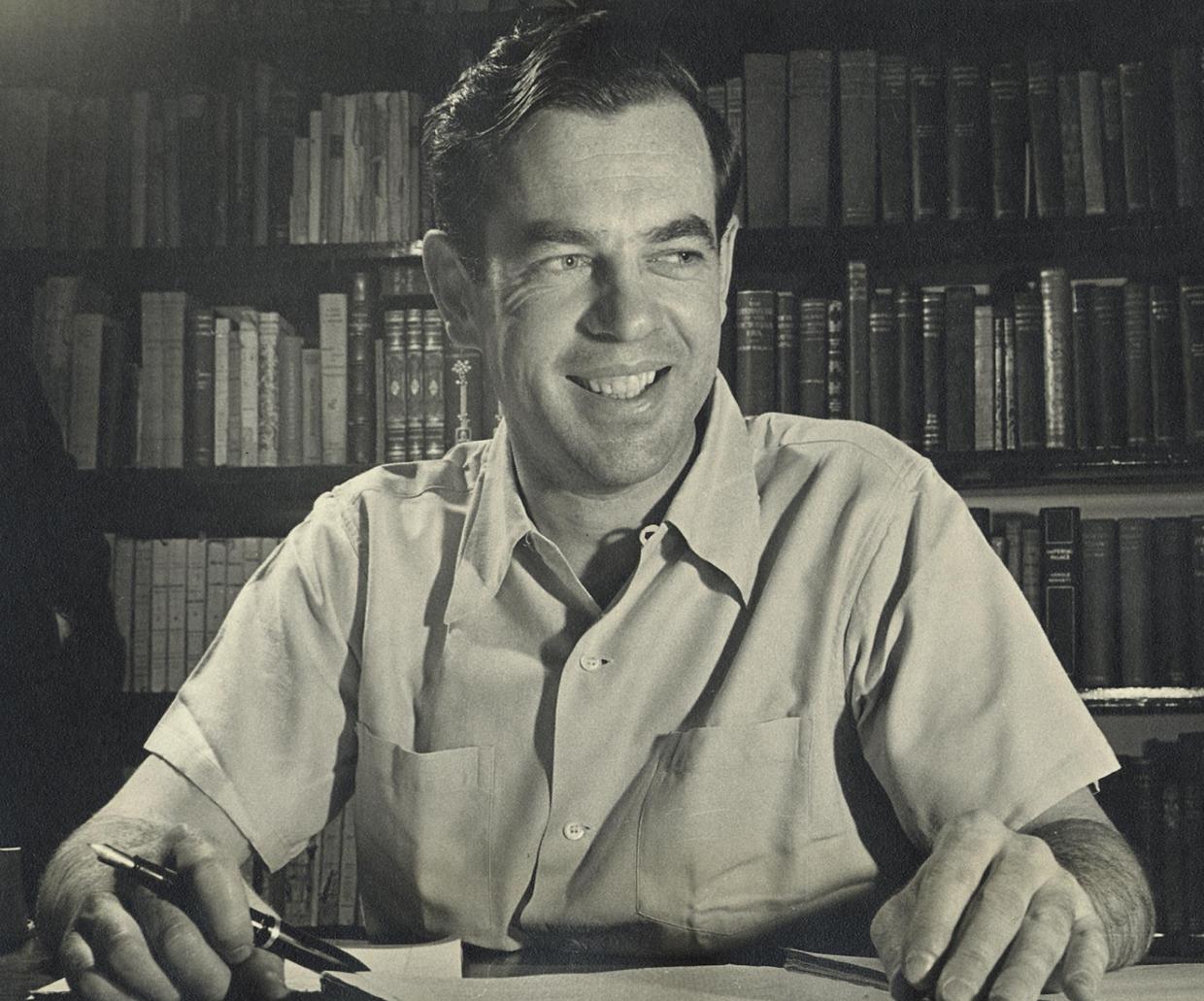
- Relevanz
- Glaubwürdigkeit
- Emotionen
- Differenzierung



# 108 Super Bowl Werbungen untersucht: Jene mit dramaturgischem Aufbau überzeugten.

Quesenberry, K. A., & Coolson, M. K. (2014). What makes a super bowl ad super? Five-act dramatic form affects consumer super bowl advertising ratings. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 22(4), 437-454.

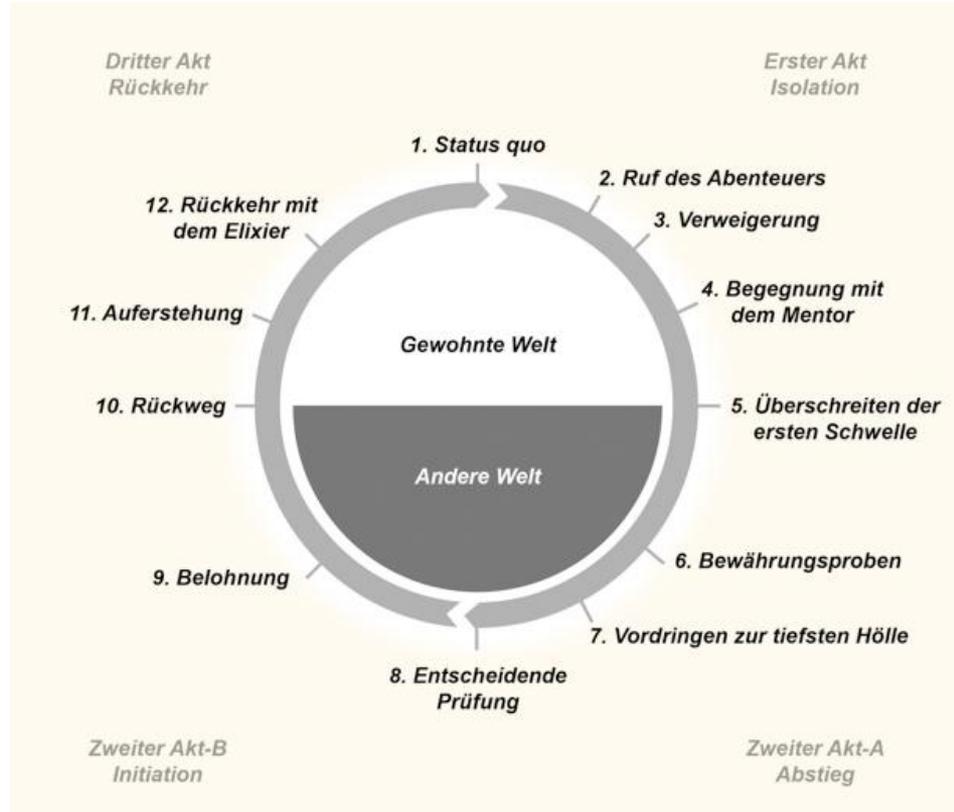




# Joseph Campbell



# Heldenreise



In Anlehnung an Vogler, C. (1992). Die Odyssee des Drehbuchschreibers: Über die mythologischen Grundmuster des amerikanischen Erfolgskinos. 12 Stationen nach Christopher Vogler (Monomythos), Original mit 17 Stationen von Joseph Campbell, 1949.



# Harry Potter and the Sorcerer's Stone

~~Star Wars~~

## Plot Synopsis

Harry Potter

~~Luke Skywalker~~ is an orphan living with his uncle and aunt on the remote wilderness

of ~~Tatooine~~. ~~Luke~~ is rescued from ~~aliens~~ by wise, bearded ~~Ben Kenobi~~, who turns out

to be a ~~Jedi Knight~~. ~~Ben~~ reveals to ~~Luke~~ that ~~Luke's~~ father was also a ~~Jedi knight~~, and

was the ~~best pilot~~ he had ever seen. ~~Luke~~ is instructed on how to use the ~~Jedi light~~

~~saber~~ as he trains to become a ~~Jedi Knight~~. ~~Luke~~ has many adventures in the ~~galaxy~~

and makes new friends such as ~~Hans Solo~~ and ~~Princess Leia~~. In the course of these

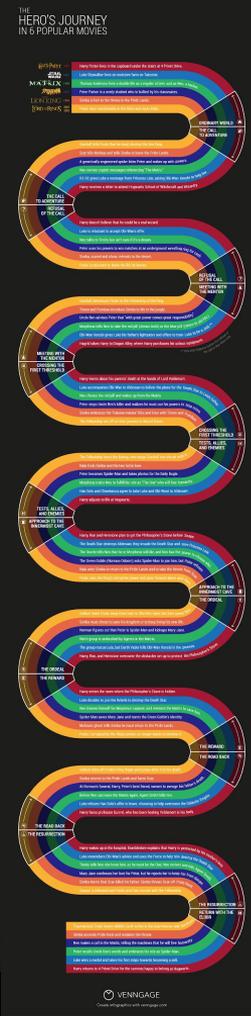
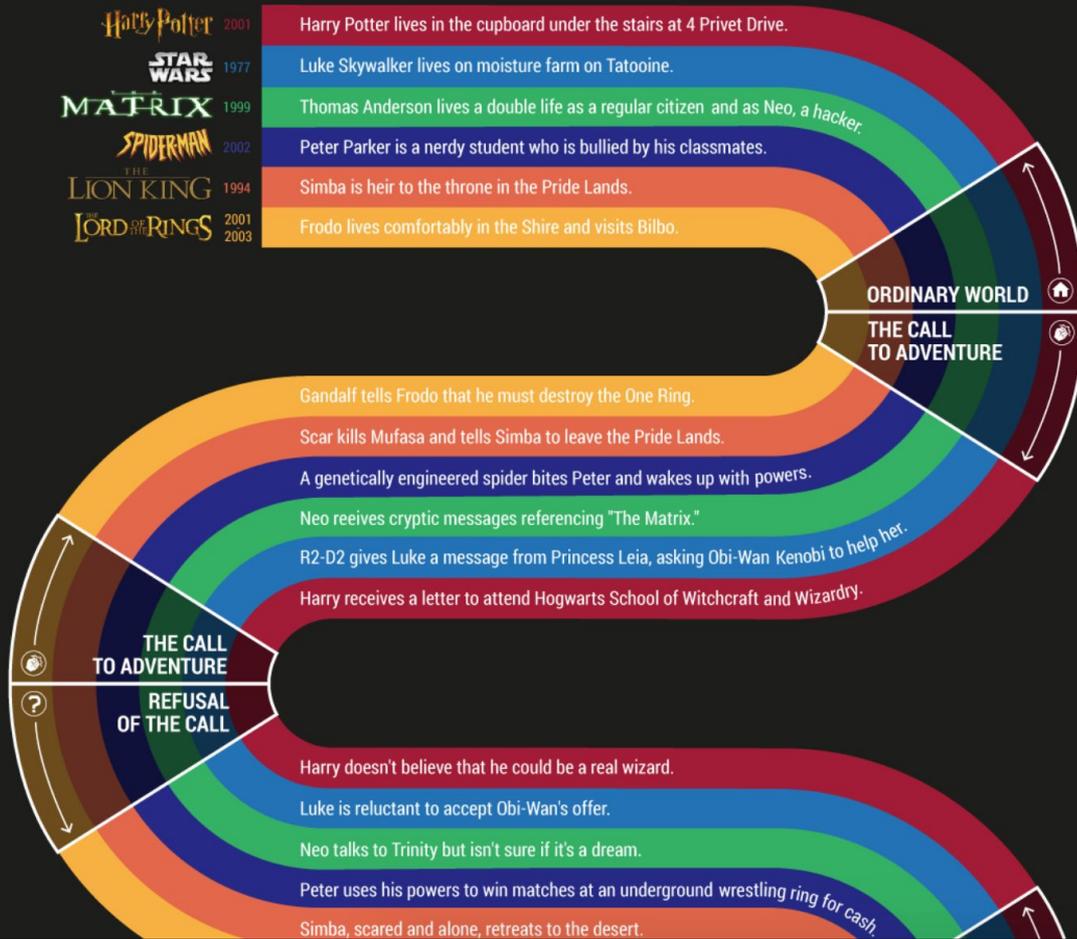
adventures he distinguishes himself as a top ~~X-wing pilot~~ in the battle of the ~~Death~~

~~star~~, making a direct hit that secures the rebels' victory against the forces of evil. ~~Luke~~

also sees off the threat of ~~Darth Vader~~, who we all know murdered his ~~uncle and aunt~~.

In the finale, ~~Luke~~ and his new friends receive ~~medals of valour~~.

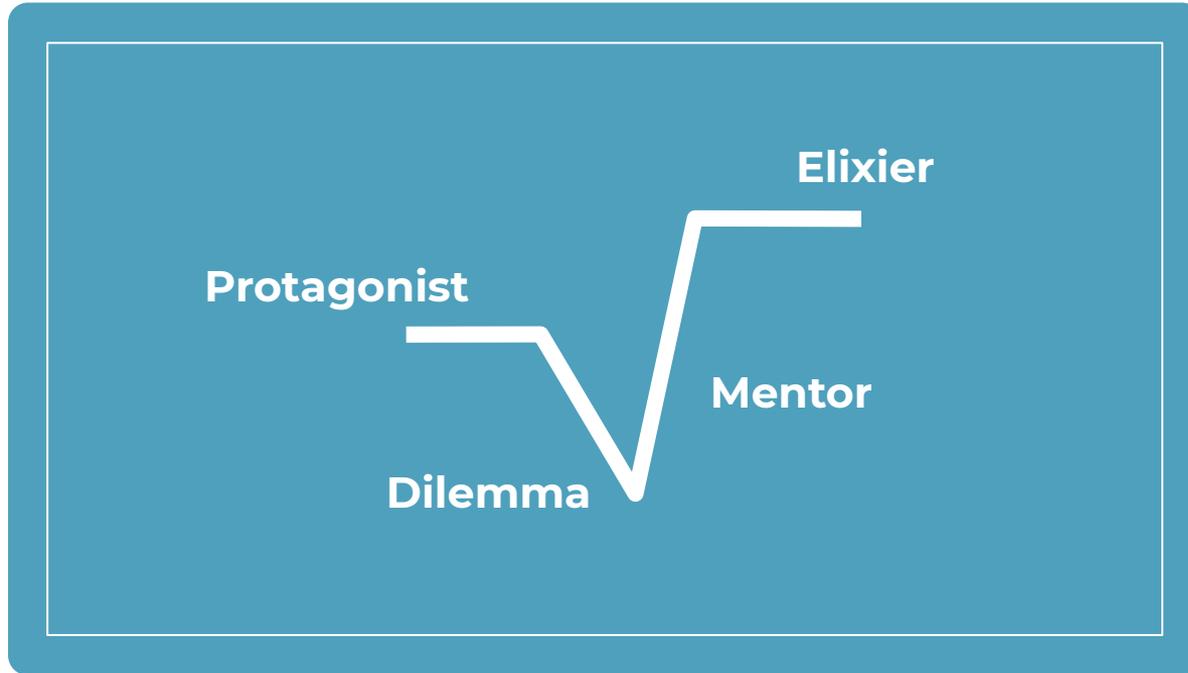




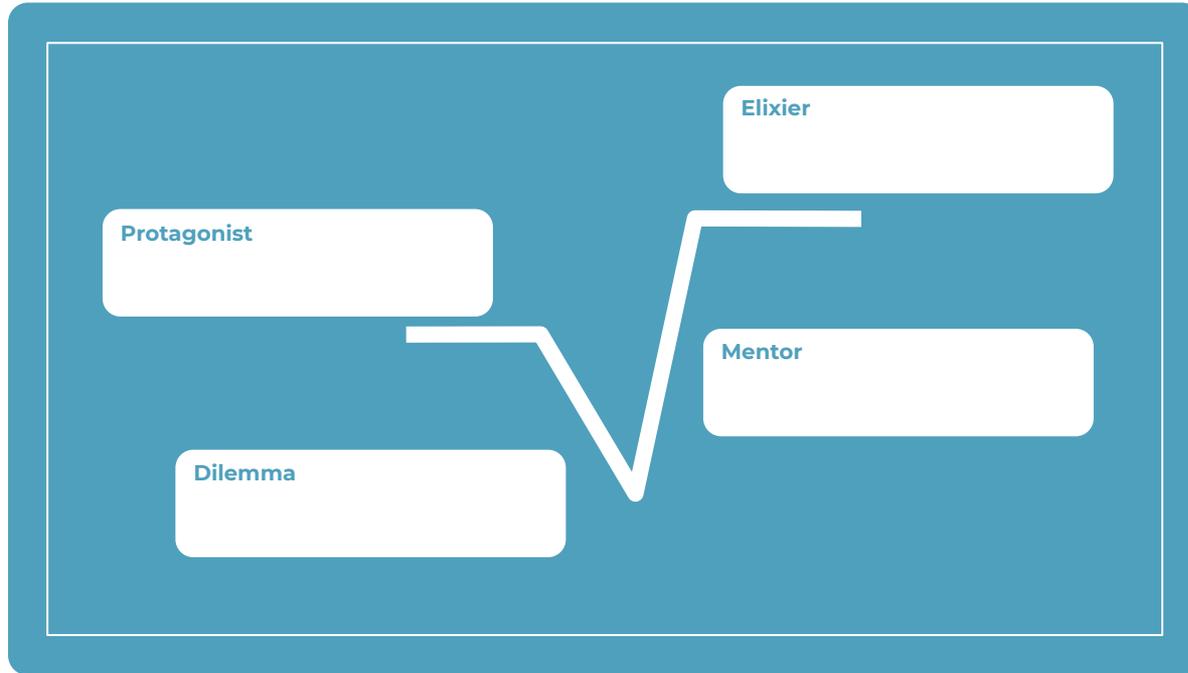
Quelle: <http://www.blogbusters.ch/inside-hollywood/die-reise-des-helden-so-funktionieren-blockbuster-filme-infografik>



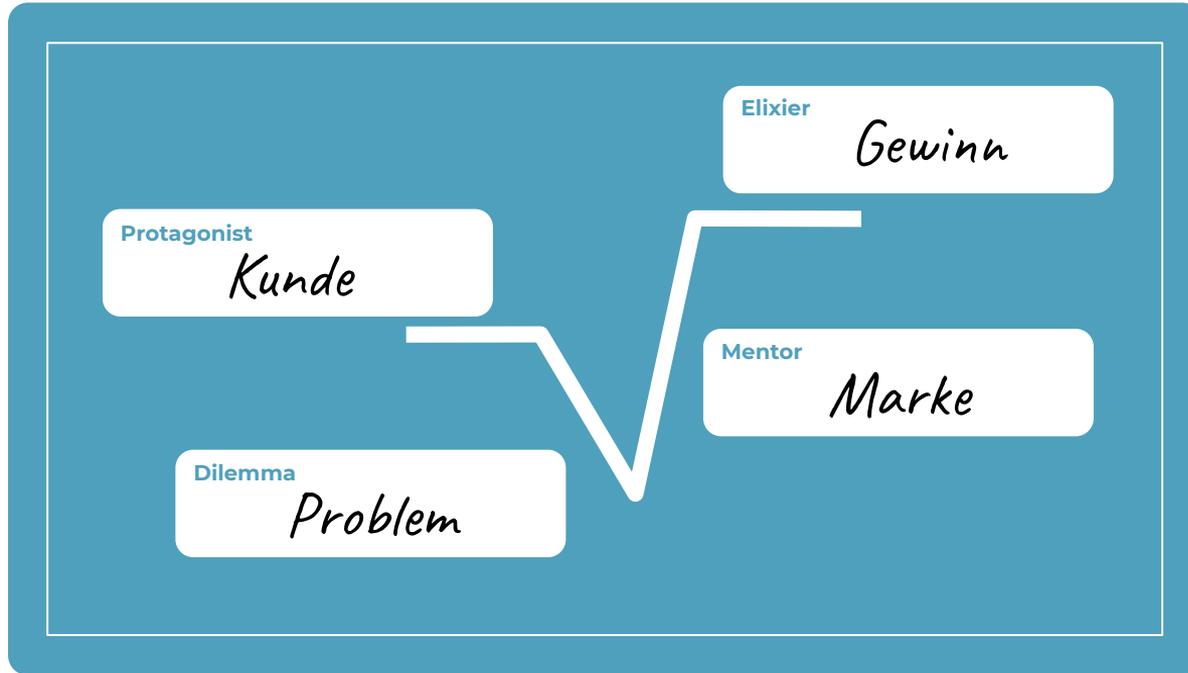
# Storywurzeln



# Storywurzeln



# Storywurzeln



# Sell Dreams

People don't buy products,  
they buy benefits that will  
improve their lives.

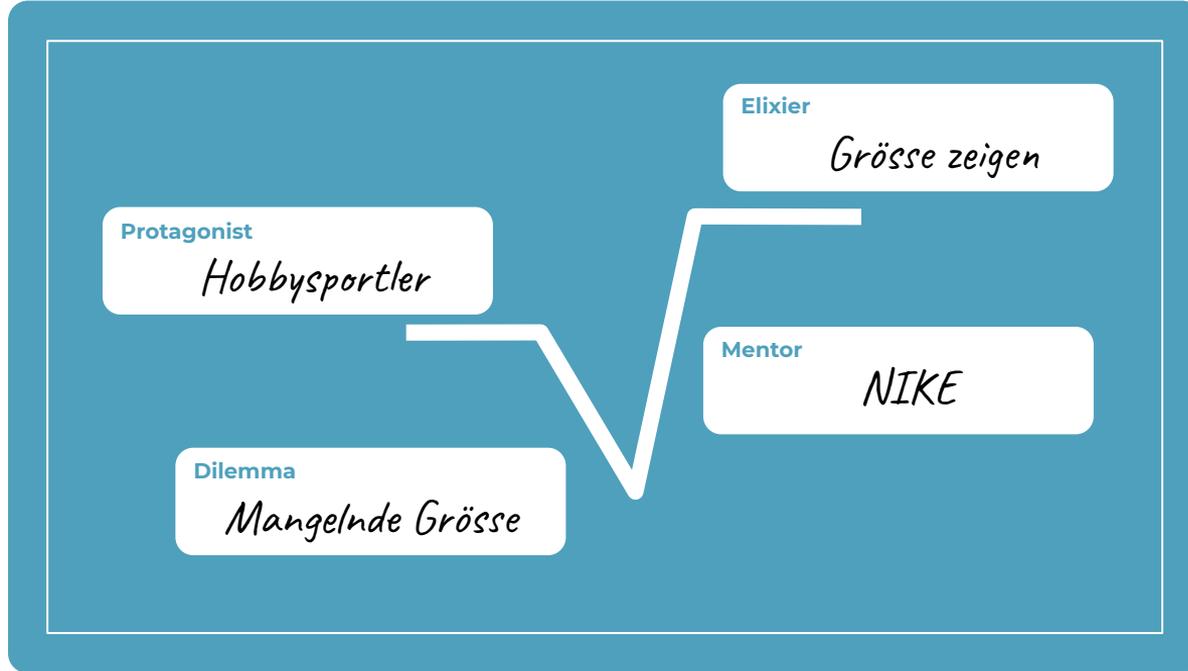
Steve Jobs





Quelle: <https://youtu.be/V6-0kYhqoRo>

# Storywurzel



**And the winner is:** Nike marketed itself better than official sponsor Adidas

	CAMPAIGN	ONLINE MENTIONS	TWEETS	FACEBOOK FOLLOWERS GROWTH	VIEWS ON YOUTUBE	% OF AMERICANS IDENTIFYING THE BRANDS AS A SPONSOR
	Find your greatness	59,000	16,000	11%	5m	37%
						
	Take the stage	26,000	9,000	4%	3.2m	27%

Bruzzone, R., Ciobanu, V., Chummun, M., & Fabbroni, F. (2013). Hijacker Brands win the Socialympics. Aufgerufen von <https://www.businesstoday.in/magazine/lbs-case-study/branding-strategies-at-london-olympics-2012/story/198423.html>

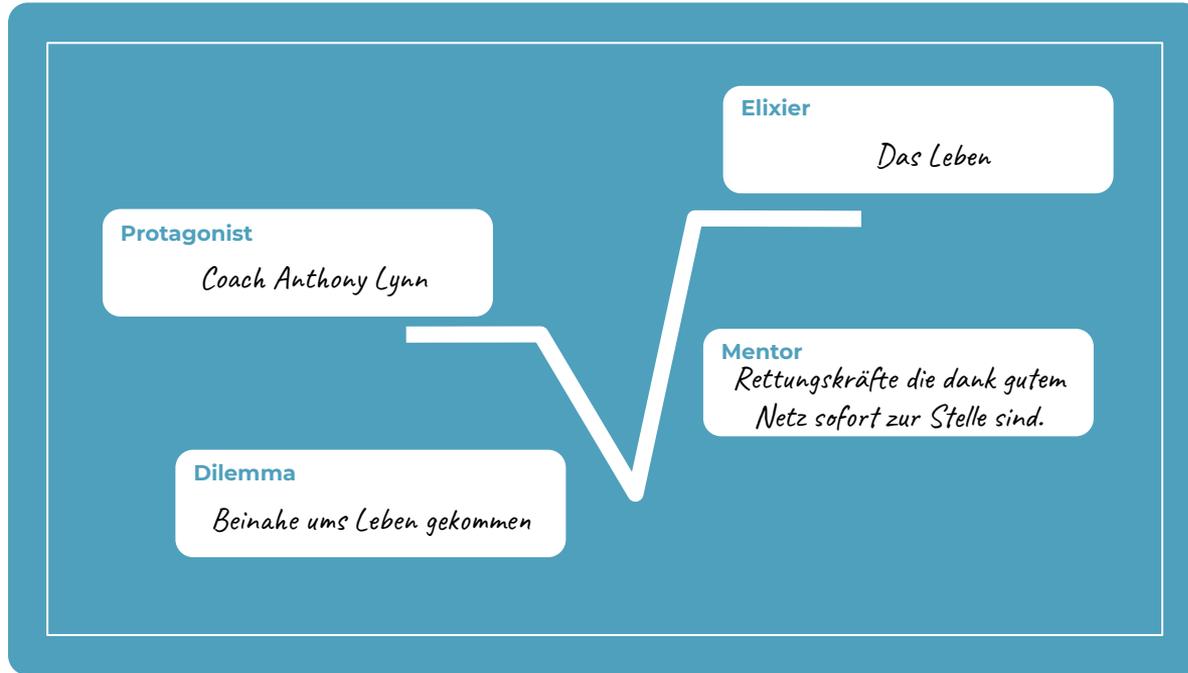




<https://youtu.be/02m05hW31Wo>



# Storywurzel



Share this page and we'll donate  
\$1 to first responders.



# The Team That Wouldn't Be Here

A series by Peter Berg

Twelve NFL stars owe their  
lives to first responders  
answering the call.



Watch the full documentary  
Tomorrow at 9PM EST on CBS Sports

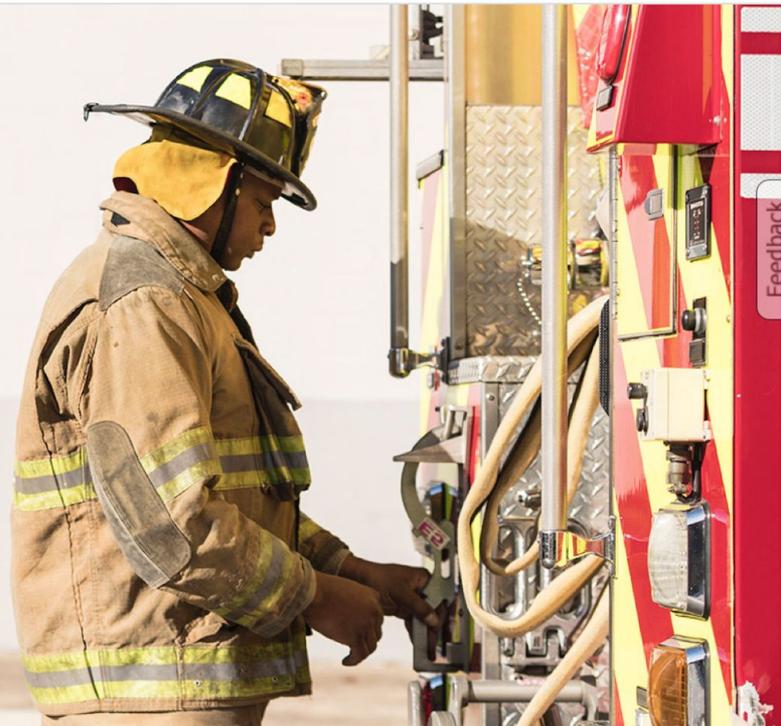
Quelle: [allourthanks.com](http://allourthanks.com)



# Our thanks to all who serve.

Now first responders get Go Unlimited for as low as \$30/line/mo with 4 lines. Plus taxes & fees. When you enroll in Auto Pay. Plus, get a \$100 prepaid card per line when you switch, buy or activate a new smartphone.

[Shop phones](#)



## Thanking all

Chat with us

Quelle: <https://www.verizonwireless.com/featured/first-responders>

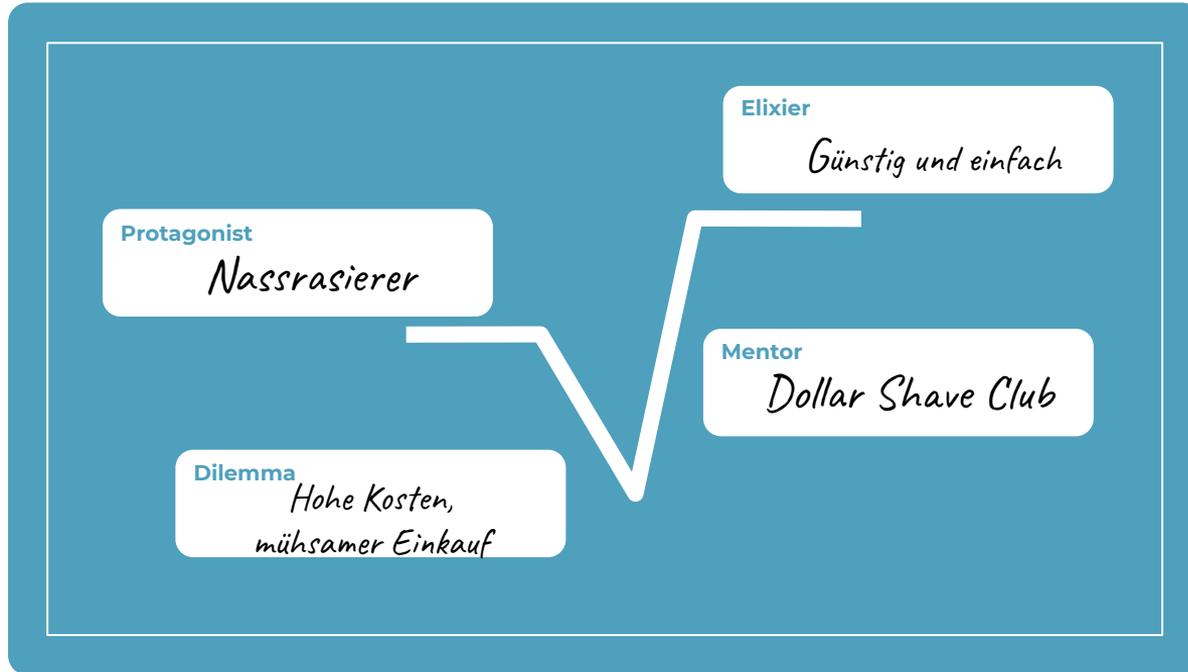




**DOLLAR SHAVE CLUB**  
SHAVE TIME. SHAVE MONEY.



# Storywurzel





Quelle: <https://youtu.be/ZUG9qYTJMsI>

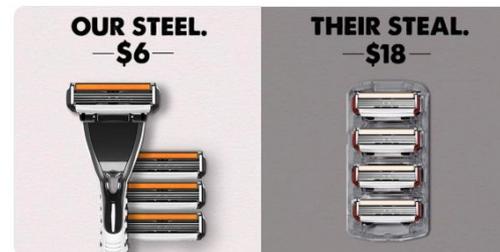
# Weiterführung



Dollar Shave Club delivers amazing razors for 1/3 the price of Big Razor Corp.

Try the Club → [dlrshv.es/bJpfLq](http://dlrshv.es/bJpfLq)

Tweet übersetzen



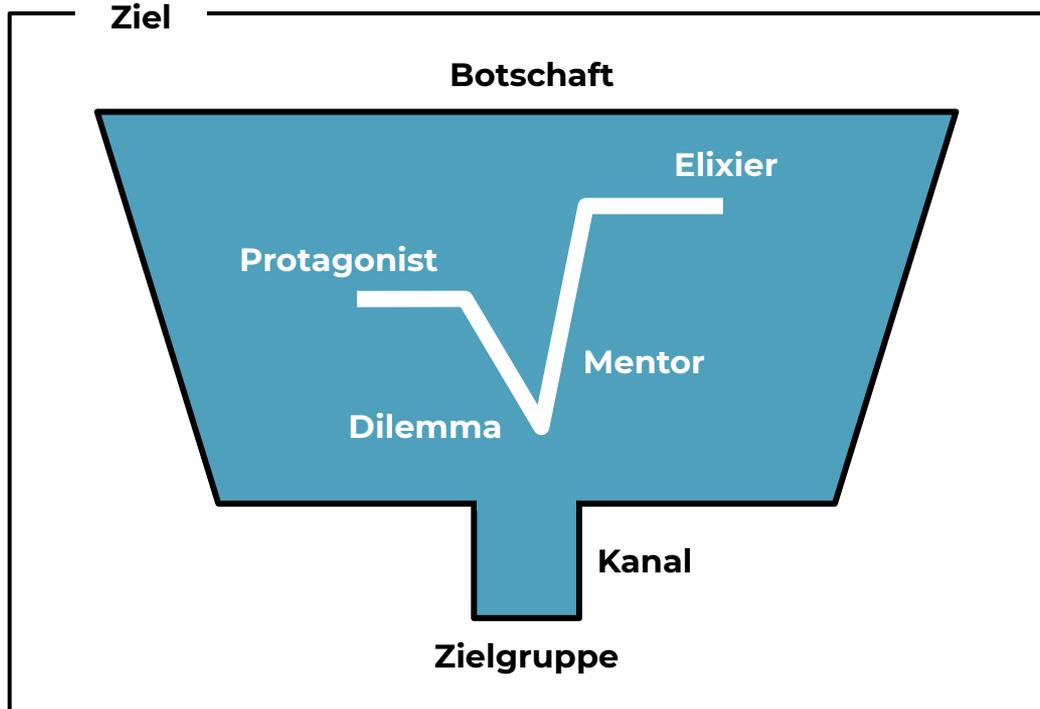
01:07 - 2. Juni 2015

57 Retweets 126 „Gefällt mir“-Angaben



26 57 126

# Brandtelling System (Trichter & Wurzel)



# Storytelling Canvas



Ziel 📌			
Botschaft 🗨️			
Protagonist 🧑	Dilemma ↘	Mentor ✎	Elixier 🍷
Kanal 📣			
Zielgruppe 👥			



# Mitnehmen

- Gute Geschichten sind **relevant, glaubwürdig, eigenständig** und **emotionalisieren**.
- Wir beginnen bei der Planung einer Geschichte mit: **Ziel, Botschaft, Kanal, Zielgruppe**.
- Gute Geschichten basieren auf dem Monomythos / der **Heldenreise**.
- Die Heldenreise lässt sich zu Marketingzwecken wie folgt kürzen: Ein **Protagonist** (Kunde) hat ein **Dilemma** (Problem). Dieses löst ihm der **Mentor** (Unternehmen) und verbessert dadurch sein Leben (**Elixier**).



# Übung

Eigene Geschichte kreieren.



# Storytelling Canvas



Ziel 📌 <i>Neukunden gewinnen und bestehende Kunden festigen.</i>			
Botschaft 🗨️ <i>Wir sind das verlässlichste Mobilfunk-Netz der USA.</i>			
Protagonist 😊 <i>NFL-Coach Anthony Lynn.</i>	Dilemma ↘ <i>Lynn hat in einem Autounfall fast sein Leben verloren.</i>	Mentor ✍️ <i>Rettungskräfte, die dank gutem Netz sofort zur Stelle sind.</i>	Elixier 🍷 <i>Lynn verdank dem schnellen zur Stelle sein der Retter sein Leben.</i>
Kanal 📺 <i>TV-Werbung und Begleitmassnahmen auf Landing-Pages.</i>			
Zielgruppe 👥 <i>Mobilfunknutzer, deren Anrufe wichtig sind.</i>			



## Aufgabe

Wählt in der Gruppe ein Unternehmen aus.

1. Definiert **Zielgruppe, Ziel, Kanal, Botschaft**.

→ Präsentation: Welches Unternehmen, ...

2. Definiert **Protagonist, Dilemma, Mentor, Elixier**. Allenfalls Begleitmassnahmen.

→ Präsentation: Unsere Geschichte ...

3. Prämierung

# Storytelling Canvas



Ziel 🚩	2. Welches Gefühl wollen wir auslösen?		
Botschaft 🗨️	4. Unsere Kernbotschaft / der eine Tennisball.		
Protagonist 😊 5. Für welchen Protagonisten interessiert sich die Zielgruppe / wer löst Sympathie aus?	Dilemma 📉 Welche Tatsache oder was steht dem Protagonisten vor dem Glück?	Mentor ✎ Wer oder was ist der Sinn- und Nutzenstifter der Geschichte?	Elixier 🍷 Der Nutzen, der dem Protagonisten das Leben verbessert?
Kanal 📣	3. Auf welchem Kanal erreichen wir die Zielgruppe?		
Zielgruppe 👥	1. Welche Zielgruppe wollen wir erreichen?		

## Start your story

Copy me

Copy me

Copy me



## 6. Prüfen

- Relevanz
- Glaubwürdigkeit
- Emotionen
- Differenzierung



Für Canvas, Folien, Literatur oder Fragen:  
**[mattenberger.com/hwz-cas](https://mattenberger.com/hwz-cas)**

Ich freue mich über Erwähnungen und Feedback  
[matthias@mattenberger.com](mailto:matthias@mattenberger.com)

