

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

Weißt 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 $\frac{3}{4}$
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 <i>Storys und Daten</i>	257
Ein lebendiger Planet, für uns und unsere Kinder <i>Die Mission auf den Punkt bringen</i>	269
Ich lass mal das ganze BWL-Gelaber weg <i>Souverän vom Scheitern erzählen</i>	276
Ihr seid ein Haufen Idioten <i>Geschichten über den Kunden</i>	287
Greta Thunberg, Klimaaktivistin <i>Jeder Purpose braucht eine Story</i>	296
Augenhöhe und Augenmaß <i>Zwölf Tipps für die Krisenkommunikation</i>	304
Träumen, springen, kämpfen <i>Die Magie der Change Storys</i>	309
Ein bisschen wie Jazz <i>10 Tipps für Präsentationen</i>	319
Voodoo für Fortgeschrittene <i>Verkaufen, ohne zu verkaufen</i>	326
Zwölf verlockende Storytelling-Fehler ... <i>und wie man sie überwindet</i>	333

ANHANG

<i>Canvases</i>	341
-----------------	------------

Index	345
-------	------------