

Thomas Pyczak

TELL ME!

*Wie Sie mit Storytelling
überzeugen*

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 26

Am Lagerfeuer
Wie Nachtgeschichten die Kultur entzünden 30

Wer wir sind
Geschichten, die wir unser Leben nennen 34

Von der Höhlenmalerei zum Hologramm
Storytelling und Technologie 39

Neurales Einschwingen
Gehirne aufgleicher Wellenlänge 43

Die Sprache des Blutes
Empathie, Trickbetrüger und ein Storyhormon 46

Dreieck, Schreibtischlampe, Claudia in der Bar
Alles wird Story 49

Goldfische
Bitte zackig, du hast 8 Sekunden 54

Hauptsache plausibel
Ein Nobelpreis für Storytelling 57

Umgeknickte Bäume
Was das Publikum hören will 60

100.000 Stimmen
Wie Lebensgeschichten verbinden 63

Weißt du schon?
Wie Klatsch und Tratsch verbinden 66

Märchenoma und Selbstdarsteller
Wie sich Geschichten verbreiten 70

Jenseits der Worte
Der Körper erzählt seine eigene Story 72

BREAK I

Die Kunst des Schweigens 79

COPY

So sehen die Baupläne erfolgreicher Geschichten aus 85

Ein Hai in Hollywood
Die ganze Geschichte in drei Worten 87

Nemo trifft einen Raben
Das Ende ist der Anfang 89

Emotionale Achterbahnfahrten
Ödipus, Budweiser und ein kleiner Labrador 92

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 1
Wie der Funke überspringt 99

Die Struktur überzeugender Vorträge, Teil 2
Steve Jobs' Rede »Finde, was du liebst« 105

Lincoln und Obama
Auf den Punkt kommen 107

Wir sind Papst
Wann ist eine Story eine Story? 110

Stephen Kings fesselnde Ausgangssituation
Was wäre, wenn ...? 114

Reise zum Kern der Geschichte
Der Golden Circle 117

Von Odysseus zu Star Wars
Helden auf Reisen 121

Die Bombe unter dem Tisch
So geht Suspense, sagt Alfred Hitchcock 132

Ich habe einen Traum
Martin Luther King und die Macht der Intuition 134

Fortsetzung folgt
1001 Cliffhanger 137

Füchse und Igel
Es geht genau um eine große Sache 140

Es war einmal
Ein einfaches Schema für Märchen und Marketing 143

Von Start-ups lernen
Geschichten agil entwickeln 147

Der Getty-Code
Prinzessin Diana und die Macht der Fotos 152

Gleis 9 ¾
Harry Potter und die Formel für Magie 156

BREAK II

Die Kunst des Zuhörens 161

CREATE

So entstehen gute Geschichten in der Praxis 169

Ach, Emmchen, weißt du, was die Karre wert ist?
Marken brauchen Storys 171

Alle fünf Jahre gönne ich mir eine Pause
Mit der eigenen Geschichte begeistern 182

Business Class, oder?
Warum Werte Storys brauchen 190

Luftmatratze und Frühstück
Erfolgreiches Start-up-Storytelling 198

Die 100-Millionen-Dollar-Wette
Storys und Daten 213

Ein lebendiger Planet, für uns und unsere Kinder
Die Mission auf den Punkt bringen 224

Ich lass mal das ganze BWL-Gelaber weg
Souverän vom Scheitern erzählen 232

Ihr seid ein Haufen Idioten
Geschichten über den Kunden 241

Träumen, springen, kämpfen
Die Magie der Change Storys 251

Voodoo für Fortgeschrittene
Verkaufen, ohne zu verkaufen 259

ANHANG

Canvases 269

Index 273