

CHECKLISTE

Wie Sie eine Geschichte aufbauen

Es war einmal ... Jeden Tag ... Aber, eines Tages ...Daraufhin ... Und dann ... bis schlussendlich ... – So einfach kann eine Geschichte sein. Was sich fast wie ein Märchen anhört, kann die Blaupause Ihrer Markenstory sein. Versuchen Sie es, und füllen Sie folgenden Lückentext aus:

1. Es war einmal ein _____

Setzen Sie hier den Helden Ihrer Geschichte ein: die Hauptfigur, mit der sich Ihr Publikum identifizieren soll.

2. Jeden Tag _____

Noch nimmt die Geschichte nicht Fahrt auf, denn zunächst beschreiben Sie die gewohnte Welt Ihres Helden und machen Ihr Publikum mit der normalen Umgebung und Routine des Helden vertraut.

3. Aber, eines Tages _____

Jetzt gewinnt die Geschichte an Dramatik. Plötzlich verändert sich die Welt des Helden. Die Routine, in der Ihr Held lebt, wird durch ein Ereignis durchbrochen. Drehbuchautoren nennen dies den »auslösenden Vorfall« (»Inciting Incident«). Dieses plötzliche Ereignis bringt den Helden in ein Dilemma und zeigt ihm einen Konflikt auf. Beschreiben Sie diesen Vorfall und den daraus entstehenden Konflikt ausführlich, damit Ihr Publikum die Dramatik nachvollziehen kann.

4. Daraufhin _____

Der Held beginnt sich mit dem Konflikt und seinem Dilemma auseinanderzusetzen und besteht erste Abenteuer.

5. Und dann _____

Die »Reise des Helden« ist keine belanglose, kurzfristige Unterbrechung der Routine, sondern eine grundlegende Veränderung. Sie soll letztendlich die Moral der Geschichte unterstreichen. Beschreiben Sie daher ausführlicher, wie sich der Held verändert. Ihr Publikum findet vor allem am Spannungsbogen der Geschichte Gefallen.

6. Bis schlussendlich _____

Finale: Das Ende der Geschichte bringt die Auflösung und Erlösung für Ihren Helden. Entweder konnte er seinen Konflikt allein lösen oder aber mit der Hilfe eines Freunds und Wegbereiters – zum Beispiel mit der Hilfe Ihres Unternehmens und Ihrer Marke.

Zugegeben, es ist eine grobe Skizze. Doch damit Sie sind auf dem besten Wege, ein Storyteller zu werden.