

# Storysteller: Wie Marken zu Bestsellern werden

Stieber

2023

ISBN 978-3-8006-6632-4

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei

[beck-shop.de](https://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](https://beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](https://beck-shop.de) für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

STORYSELLER

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**RALPH STIEBER**

# STORYSELLER

**Wie Marken zu Bestsellern werden**

beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG  
**STORYTELLING**

**Tools & Templates für Storyteller**

Verlag Franz Vahlen München

*Für all die, die verrückt genug sind ein Unternehmen zu gründen. Für die Marken und Start-ups,  
für die Künstler, Texter, Designer, Autoren, Speaker, Musiker, Kreative, Träumer und Visionäre,  
die etwas verändern wollen.*

*Für die nächste Generation von*

**Storytellern**

*Dieses Buch ist für euch.*

Leider war es nicht in allen Fällen möglich, die Inhaber der Bildrechte zu ermitteln. Wir bitten deshalb gegebenenfalls um Mitteilung. Der Verlag ist bereit, berechnete Ansprüche abzugelten.

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

ISBN Print: 978 3 8006 6632 4

ISBN E-Book (ePDF): 978 3 8006 6640 9

© 2023 Verlag Franz Vahlen GmbH, Wilhelmstr. 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck

Zweirkirchener Str. 7, 84036 Kumhausen

Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau GmbH

Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Umschlaggestaltung: Ralf Zimmermann – Bureau Paraplui

Bildnachweis: c1n3ma, pixabay: <https://pixabay.com/de/photos/schuhe-sneakers-nike-sneaker-3952048>

CO<sub>2</sub>  
neutral

[chbeck.de/nachhaltig](https://chbeck.de/nachhaltig)

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

# Inhaltsverzeichnis

#00 Vorwort .....	7
<b>Teil 1: Tools</b> .....	9
Tool #01: Empathie & Relevanz. ....	10
Tool #02: Narrative Neuausrichtung .....	14
Tool #03: 1-Satz-Narrativ .....	18
Tool #04: Shift & Change .....	21
Tool #05: No-Budget-Big Story. ....	27
Tool #06: Anti-Marketing .....	32
Tool #07: Stimme & Stil .....	38
Tool #08: Story-Value .....	43
Tool #09: Story-Punch .....	48
Tool #10: Copy-Working .....	53
Tool #11: Pleasure & Pain .....	58
Tool #12: Story-Pitch .....	64
Tool #13: Hemingway-Methode .....	71
Tool #14: Brand Attitude .....	75
Tool #15: Anti-Hero .....	79
Tool #16: Vision-driven Narrative .....	84
Tool #17: Die Cut-up-Methode .....	88
Tool #18: Personality-driven Storytelling .....	92
Tool #19: Storyselling .....	98
Tool #20: Revoluzzer-Story. ....	103
Tool #21: Neues Narrativ .....	107
Tool #22: Der Zeitgeist-Effekt .....	111
Tool #23: Überraschende Wendung .....	117
Tool #24: Humorvolle Provokation. ....	121
Tool #25: Authentizitätsanker .....	126
Tool #26: Story-Slogan .....	131



## INHALTSVERZEICHNIS

Tool #27: Community Building . . . . .	134
Tool #28: Warum jetzt? . . . . .	139
Tool #29: Narrativer Scheinwerfer . . . . .	145
Tool #30: Story-Anker . . . . .	149
Tool #31: Movement Marketing. . . . .	153
Tool #32: Mikro-Narrativ . . . . .	159
Tool #33: Die 3-Prozent-Regel. . . . .	163
Tool #34: Narrativer Hook. . . . .	167
Tool #35: Dein Monster . . . . .	172
Tool #36: Kategorie-Narrativ . . . . .	177
Tool #37: Poetische Resonanz. . . . .	181
<b>Teil 2: Templates</b> . . . . .	187
Template #01: Nike-Story-Framework . . . . .	188
Template #02: Impact-Narrative-Struktur . . . . .	194
Template #03: ABT-Formel . . . . .	199
#Nachwort. . . . .	208

beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG