

Marken und Menschen mit Storytelling verbinden

8. April 2021 Stephan Lamprecht Businesspraxis, Marketing und Verkaufen 0

Im Marketing ist inzwischen hinlänglich bekannt, dass Menschen weniger an Marken interessiert sind, sondern sich für andere Menschen interessieren. Allein die Zahl der Follower in sozialen Netzwerken sprechen hier eine eindeutige Sprache. So übertrumpfen Bill Gates und Tim Cook in dieser Hinsicht ihre Unternehmen Microsoft und Apple deutlich. Die Entwicklung von Geschichten rund um eine Marke oder ein Unternehmen wird „Storytelling“ genannt. Die Vorteile des Storytellings sind inzwischen auch Selbstständigen und kleineren Unternehmen bekannt, die aber in der Regel kein Budget haben, um solche Geschichten von Werbeagenturen entwickeln zu lassen.

Brandtelling – einfach selbst zu Unternehmensgeschichten

Matthias Mattenberger springt in die Bresche und legt mit „Brandtelling“ einen Leitfaden vor, der den Leserinnen und Lesern einen einfachen Weg zu ihren eigenen Unternehmensgeschichten aufzeigen will.

Und sein Buch ist auch gleich in mehrfacher Hinsicht aufsehenerregend: Es liegt im eher seltenen Querformat vor und ist durchgängig vierfarbig mit vielen einprägsamen und liebevollen Zeichnungen, Diagrammen und Symbolen illustriert. So macht bereits das erste Durchblättern viel Spaß.

Von den Grundlagen bis zu Beispielen für Praxis des Storytelling

Der Autor hält sich nicht lange mit Vorreden auf. Nach einer kurzen Vorstellung des Markenbegriffs und des Storytellings, stellt er zunächst seinen Werkzeugkasten vor. Mit dieser Toolbox können die Leserinnen und Leser später ihre eigenen Geschichten entwickeln.

Jeder Schritt wird ausführlich, sprachlich aber locker und allgemeinverständlich erklärt, bevor es dann zu konkreten Beispielen geht. Darunter so bekannte Marken wie Red Bull, UBS oder Edeka. Der wohl wichtigste Teil steht dann am Ende, denn dort geht es Schritt für Schritt zu einer ersten eigenen Geschichte. Egal, ob für die nächste Powerpoint-Präsentation, einen Flyer oder die Internetseite.

Management-Journal-Fazit: „Brandtelling“ vermittelt leicht und eingängig das notwendige Wissen, um in die Welt des Storytellings einzusteigen. Kein theorielastiges Buch, das sich lange mit der Psychologie des Menschen aufhält, sondern gleich auf den Punkt kommt. Und beim Lesen auch noch viel Freude macht.

Stephan Lamprecht

Brandtelling		
		PROS <ul style="list-style-type: none">- Eingängig- Unterhaltsam- Praxisnah
<i>LESBARKEIT</i>	10.0/10	
<i>NUTZWERT</i>	10.0/10	
<i>ANSPRUCH</i>	10.0/10	

Quelle:

<https://www.management-journal.de/2021/04/08/marken-und-menschen-mit-storytelling-verbinden/> (abgerufen am 18.04.2021)