



PRESSEMITTEILUNG

Storytelling – eine ganz persönliche Spurensuche

Karlsruhe, 5. Dezember 2018 Alle reden vom *Storytelling*. Es ist das heiße Ding in der Medien- und Marketingbranche. Ist es bloß ein Hype, viel heiße Luft? Oder steckt doch mehr dahinter als Geschichtenerzählen, das über Wert verkauft wird? Der Inhaber der Medien- und Werbeagentur MARTES NEW MEDIA, Manuel Laufer, wollte es selbst herausfinden.

Zunächst traf er viele wohlmeinende Leute, die ihm alles Mögliche über das Storytelling erzählten: Kollegen, Schriftsteller, Werbefachleute. Sie gaben ihm allerhand Interessantes weiter: Menschen haben sich schon immer Geschichten erzählt, das zeigen jahrtausendealte Werke wie die Bibel oder die Ilias von Homer. Ob Shakespeare, Goethe oder Joanne K. Rowling: Eine gute Story fesselt einfach, weil sie die Fantasie anregt und alle Sinne anspricht. Eine Geschichte ist ein guter Text mit Dramaturgie, Seele und Herz.

Er sprach mit Hirnforschern, die ihm den wissenschaftlichen Hintergrund erläuterten: Das Gehirn besteht aus unzähligen Verknüpfungen. Bei jedem Lernprozess entstehen neue neuronale Muster und festigen sich. Je stärker das Gehirn Dinge mit bereits Vorhandenem verknüpft, desto eher merkt es sich etwas. Menschen denken sehr gerne in Bildern, weil sie neben Erkenntnissen immer auch Gefühle transportieren. Und die sprachliche Entsprechung eines Bildes ist die Geschichte. Deshalb erzählen wir uns auch so gerne Geschichten – sie helfen uns, Bilder in unserem Hirn zu erzeugen.

Okay, das war interessant. Andererseits war es aber immer noch sehr technisch. So richtig hatte es ihn noch nicht gepackt. Warum sollte er in seiner eigenen Arbeit, bei Imagekampagnen, Websites oder Plakaten, ganz auf das Storytelling setzen? In dieser Phase lernte er einen mittelständischen Unternehmer kennen. Ein Matratzenhersteller aus Schleswig-Holstein, der aus kleinsten Anfängen eine inzwischen international erfolgreiche Firma aufgebaut hat. Das Produkt: hochwertige Matratzen für



Krankenhäuser und anspruchsvolle Privatleute. Was auffiel: Die Marke lebte stark von den Werten und Haltungen des Gründers, seine Geschichte sprach für sich.

So entschloss sich Manuel Laufer kurzerhand dazu, das Thema *Storytelling* offensiv anzugehen. Selber machen ist immer besser als nur im stillen Kämmerlein zu brüten. Er trommelte ein Team aus Fachleuten für Recherche und Redaktion, Fotografie und Design zusammen und brachte selbst seine Expertise in der Projektleitung und strategischen Planung ein. Das Ziel: Ein Marketingpaket bestehend aus einer hochwertigen Firmenchronik für ausgewählte Kunden und Geschäftspartner sowie eine sechsseitige Broschüre mit der Firmengeschichte für den täglichen Vertrieb.

Laufer lernte in den folgenden Monaten viel über das Storytelling: den dramaturgischen Aufbau einer guten Geschichte, der dem klassischen Drama erstaunlich ähnelt. Den Weg einer Hauptperson, die *Heldenreise*: Ein Protagonist muss eine Aufgabe bewältigen, einen Kampf bestehen, eine Herausforderung meistern – nur das lässt seine Leser dranbleiben. Und schließlich die Identifikation der Hörer und Leser mit den handelnden Personen. Nur wenn sie ihre Schwächen zeigen und nahbar sind, entsteht eine Beziehung.

Broschüre und Buch kamen super an. Der Firmeninhaber Hinrich Wulff war begeistert – und sein Vertriebsteam und seine Kunden ebenso. Manuel Laufer lernte in dem Projekt mehr über das Storytelling als zuvor am Schreibtisch. Und integriert es seitdem ganz bewusst in all seine Projekte. Ob es um ein Corporate Design, eine Homepage oder eben eine ausgewachsene Firmenchronik geht: Die Geschichte dahinter ist das Herz und die Seele einer Kampagne. Die *Story* eben.

512 Wörter | 3607 Zeichen

Als Spezialist für Identität und Strategie ist Martes New Media seit 20 Jahren in der Technologieregion Karlsruhe und darüber hinaus für mittelständische Unternehmen



tätig. Bevor wir Kreativität, Kommunikation und Strategie für unsere Kunden nutzbar machen, fragen wir nach Story, Zielen und Identität. Wir bieten Beratung, die Puls und Herz eines Unternehmens sucht und findet.