



MODUL 5

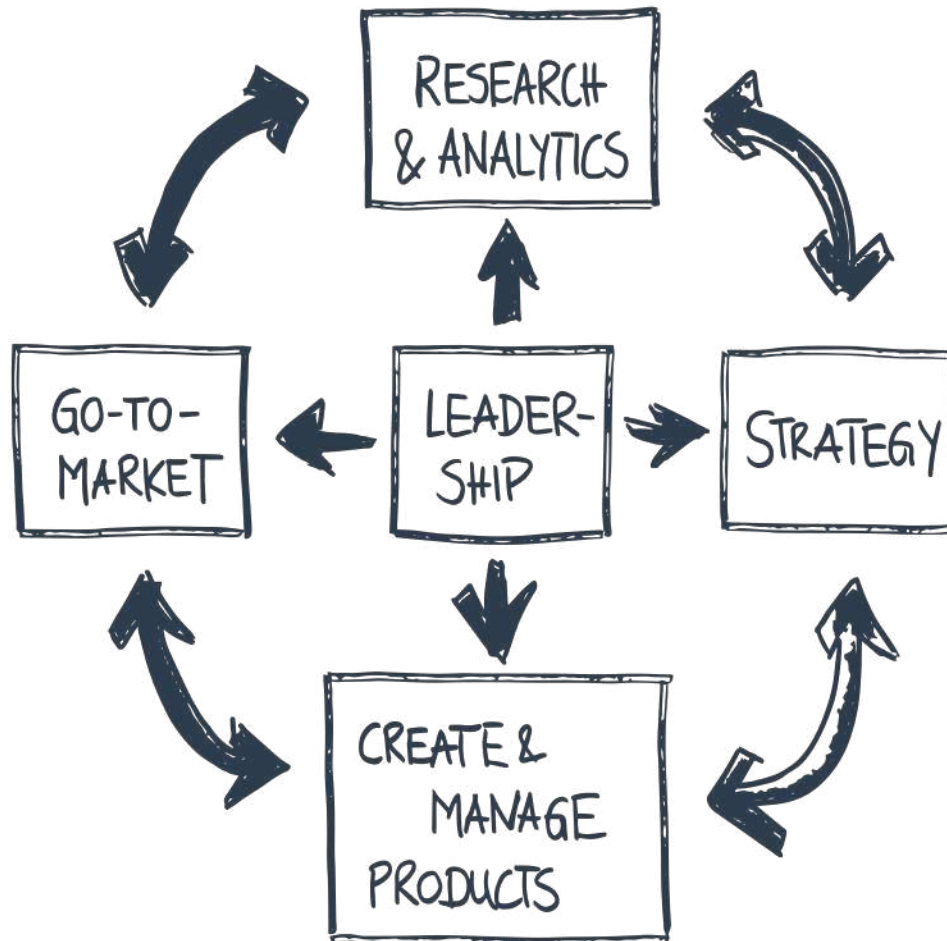
GO TO MARKET

Storytelling

Präsentator

Kommunikator

Moderator



Geschichten bleiben besser im Kopf als nackte Fakten

Geschichten-Strukturen

Episodisch

Erlebnisse
Ereignisse
Erfahrungen
Veränderungen
Biographisches

Kognitive Leichtigkeit

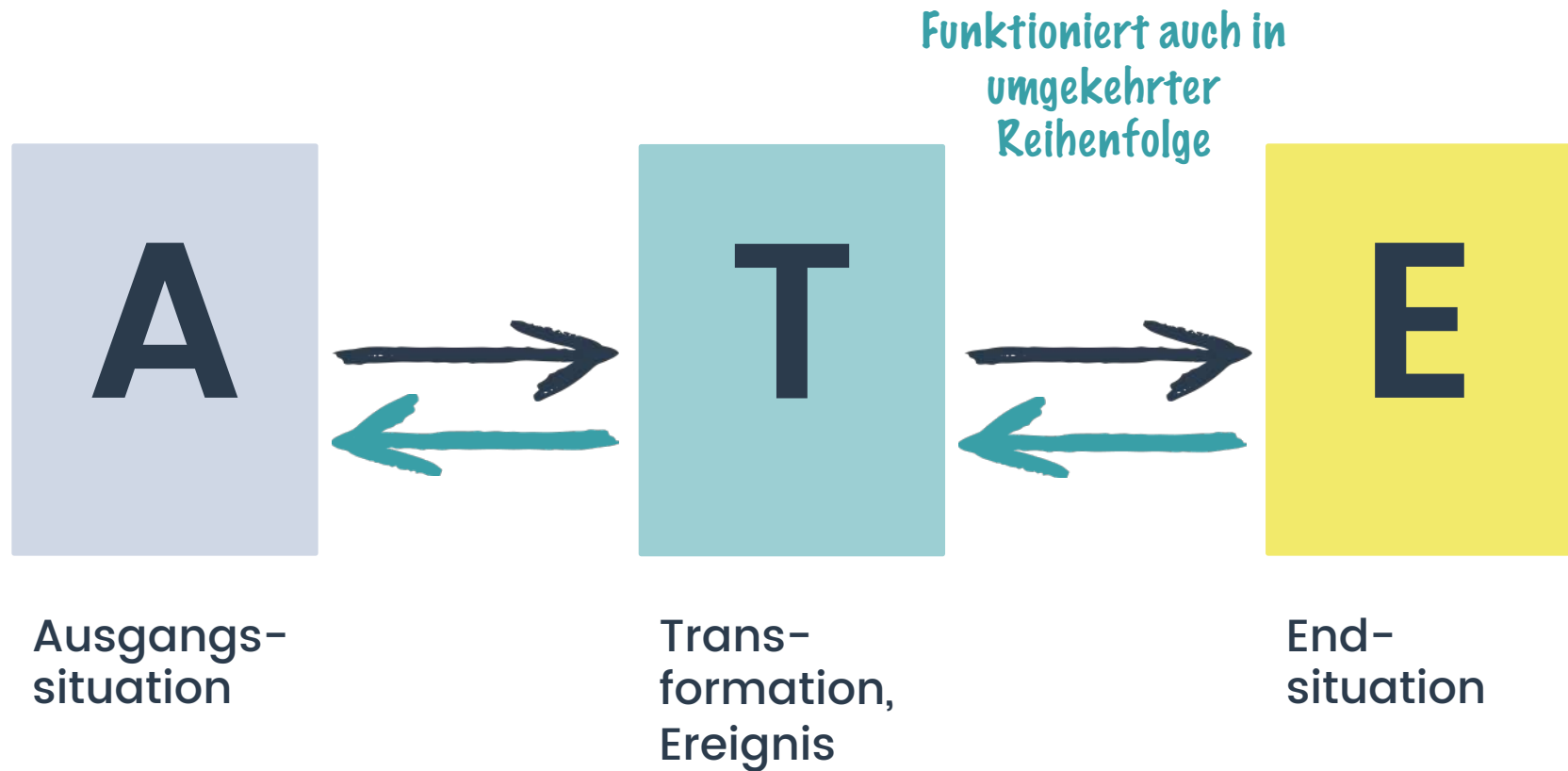
Formale Strukturen und Daten

Faktenwissen

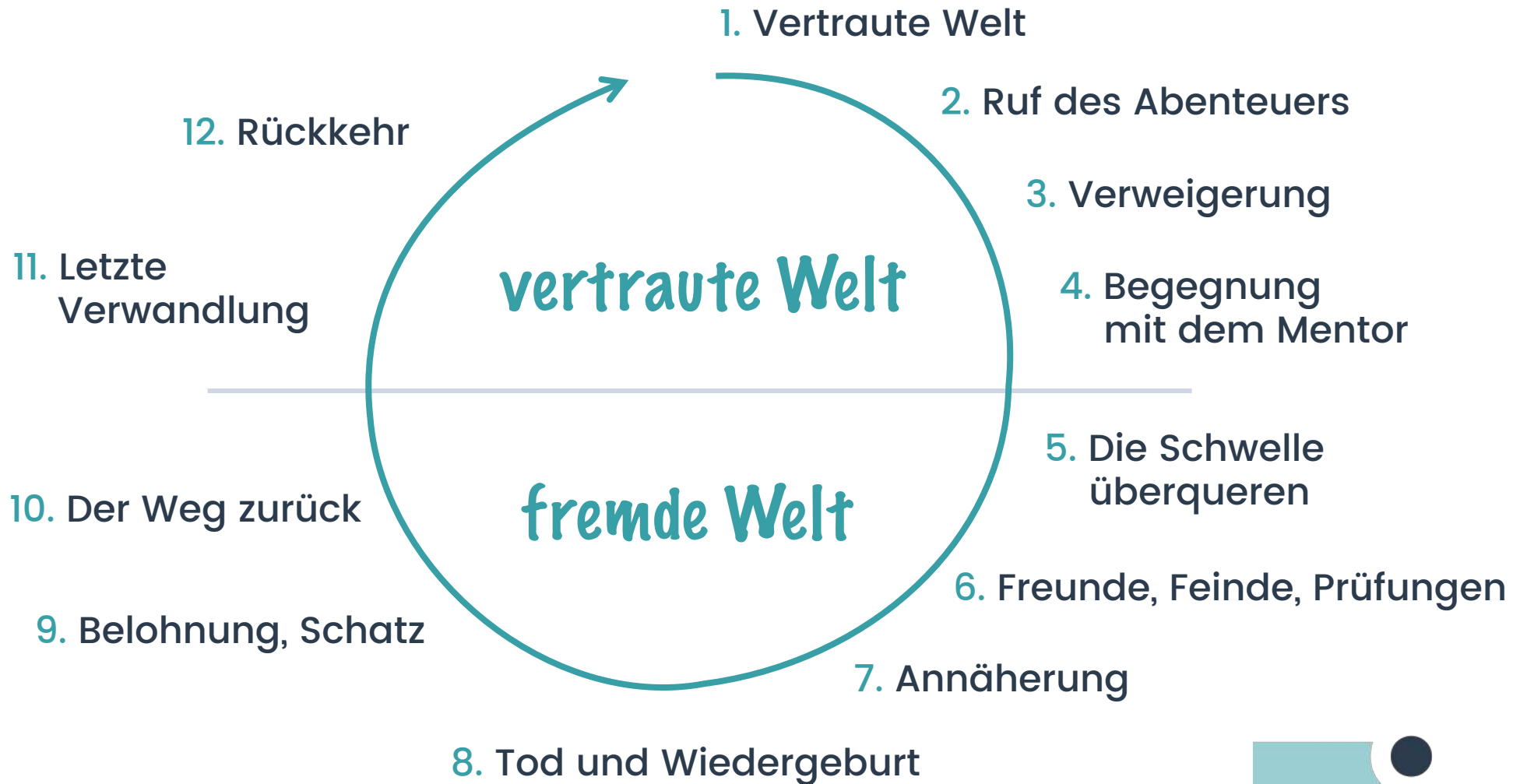
Fakten
Einzelheiten
Listen
Eigenschaften
Funktionalität

Kognitive Anstrengung

Grundstruktur jeder Geschichte



Heldenreise (Joseph Campbell)



Die Heldenreise des Post-it (1)

1. Vertraute Welt: Die Labors von 3M. Es wird an neuen Klebern geforscht.

2. Ruf des Abenteuers: Der 3M Wissenschaftler Dr. Spencer Silver entdeckt bei seinen Laboruntersuchungen einen Klebstoff, der zwar sicher auf Oberflächen anhaftet, sich aber auch leicht wieder lösen lässt. Was soll er damit tun? Damals ging es darum, einen besonders starken Superkleber zu entwickeln. Sein neuer Klebstoff entspricht so ganz und gar nicht der Anforderung.

3. Verweigerung: Silver verweigert sich nicht. Im Gegenteil: Er sucht einige Jahre nach einem Verwendungszweck für seinen Kleber. Vergeblich. Er findet keinen.

4. Begegnung mit dem Mentor: Die Post-it-Idee entsteht im Kopf eines weiteren Wissenschaftler, der in Laboren von 3M arbeitet. Er markierte während der Proben im Kirchenchor mit Papierstreifen die Lieder im Gesangbuch, die beim nächsten Gottesdienst gesungen werden sollten. Doch die Papierstreifen taugen nicht als Lesezeichen, sie fallen immer wieder heraus. Er sieht als erster eine praktische Verwendung für den neuen Klebstoff.

5. Die Schwelle überqueren: Die beiden Wissenschaftler beginnen, an haftenden Lesezeichen zu arbeiten, dem Vorläufer des Post it.

6. Freunde, Feinde, Prüfungen: Die beiden Männer arbeiten gemeinsam weiter. Feinde gibt es nicht, nur die Vorgabe des Unternehmens, starke Kleber zu entwickeln. Die größte Prüfung besteht darin, einen praktischen Nutzen über die Gesangsbuchlesezeichen hinaus zu erkennen.

7. Annäherung: Fry ahnt, dass es sich nicht nur um ein Lesezeichen handelt, sondern ein neue Art der Kommunikation.

8. Tod und Wiedergeburt: Das Lesezeichen stirbt und wird als Press 'n Pell wiedergeboren.

Die Heldenreise des Post-it (2)

9. Belohnung, Schatz: Das Testfeld des Vorläufers des Post-it ist das gesamte Unternehmen. Die Mitarbeiter von 3M lieben die Haftnotizen.

10. Der Weg zurück: In der Heldenreise von 3M gibt es keinen Weg zurück, der Weg geht nach vorn, in die Welt! Das ist die nächste Schwelle, die der kleine Klebezettel überschreitet. Die Haftnotizen werden in Testmärkten probiert. Kein Erfolg auf Anhieb. 3M entscheidet, die Klebezettel massenhaft zu verschenken, damit die Menschen das neue Produkt ausprobieren können.

11. Letzte Verwandlung: Jetzt geht der Post-it viral. Fry erinnert sich: "Es war ein Produkt mit eingebauter Werbung, da Käufer, die ihre Notizen auf Dokumenten anbrachten und dann an andere versendeten, auch bei den Empfängern für Neugier sorgten." Aber noch ist der Klebezettel im Teststadium. Nur hat er jetzt bewiesen, dass er funktioniert. Ein völlig neues Produkt, das sich niemand gewünscht hat, aber alle brauchen.

12. Rückkehr: 1980 kommen die Post-it schließlich auf den Markt. Der Klebezettel ist kanariengelb 76 × 76 mm groß. Ein Riesenerfolg. Das amerikanische Magazin Fortune erklärte den Post-it zu einer der wichtigsten Erfindungen des 20. Jahrhunderts – zusammen mit dem Kühlschrank, der Boeing 707 und der CD.

Storytelling in einem Bild



Geschichten ausschmücken und lebendig gestalten

Szenerie und Sinne

- ✓ Was kann man sehen?
- ✓ Was kann man hören?
- ✓ Was kann man riechen?
- ✓ Was kann man spüren, fühlen?
- ✓ Was kann man schmecken?

Emotionen und Gefühle

- ✓ Welche Emotionen kommen in der Geschichte vor?
- ✓ Welche Emotionen kannst du gut nachempfinden?
- ✓ Welche Emotionen möchtest du hervorheben?

create products that matter.
make a difference.
together.

www.productlounge.net

