

Storytelling Canvas

Allgemeines	Auftraggeber: Thema: Absicht: Zielsetzung:	Kernbotschaften: CTA:	Ansprechpartner: Quelle für Recherche:	X-Faktor (das „Besondere“): Style/Tone/Genre/Machart:
Personae	Publikum Werte, Interessen, Bedürfnisse, Erwartungen, Gemeinsamkeiten. Zuhören, was beschäftigt / wollen / brauchen sie? Welches Problem besteht? Warum sind sie es bisher noch nicht angegangen? Was können sie lernen?	Protagonist "Held", in dem sich das Publikum erkennt.	optional: Unternehmen Gemeinsamkeiten zwischen Unternehmen und Zuschauer schaffen (Werte, Interessen, etc.)	
Struktur	Anfang Aktuelle Situation (Stand heute / Was war bisher?) / Problembeschreibung. Was denkt, fühlt, weiß, will das Publikum, bevor es die Story kennt? Was ist die Ambition? Kontext / Was muss eingeführt/erklärt werden? Wer ist involviert? Backstory/Auslöser für Situation? Hemmnisse/Barrieren? Bad Guys? Intro bei Vorträgen / Erklärstücken: Agree, Promise, Preview.	Herausforderung Aktion des Protas, Reaktion, nächste Herausforderung.	Maßnahmen / Klimax Was ist das eine Ding, das uns die Herausforderung lösen lässt? Was ist dein Punkt (Aha-Moment für Publikum)? Klimax (Key Visual kreieren). Lösung / Einsicht / Möglichkeit.	Schluss Ende / Ergebnis. Was denkt, fühlt, weiß, will das Publikum, nachdem es die Story kennt?
Grundsätze	Stoffsammlung <ul style="list-style-type: none"> • Offenes und interessiertes Fragen • aktives Zuhören • Perspektivwechsel • journalistisches Fragen • Raus gehen 	Ein Plot beschreibt die Handlung, das was passiert. Plot stillt archetypische Bedürfnisse: Stark & Schwach, Leben & Tod, Gut & Böse, Suche, Jagd/Streben nach, Rettung, Flucht, Rache, Rätsel, Rivalität, Underdog, Versuchung, Wandlung/Verwandlung, Transformation, Reifen, Liebe, Verbotene Liebe, Opfer, Entdeckung, Auf- und Abstieg. Grund: Grundbedürfnisse der Menschen – „Sicherheit & Stabilität“, „Gemeinschaft & Liebe“, „Freiheit & Unabhängigkeit“ sowie „Selbstverwirklichung & Entfaltung“	Eine Story beschreibt die Geschichte, also das Warum und Wie. Dramaturgie erzeugen über Konflikte, Brüche, Perspektivwechsel. Emotionen: Was soll der Empfänger danach fühlen, denken, tun? Dann können gezielt Trigger eingebaut werden. Musik verstärkt, wirkt assoziativ und bindend. Worte erzeugen Bilder im Kopf, werden mit eigenen Erfahrungen abgeglichen. Bilder können emotional ansprechen und entsprechend komponiert werden.	Tipps: <ul style="list-style-type: none"> • show, don't tell • Key Visual kreieren • Music is Character • Innerer Konflikt des Protagonisten wichtiger als äußere Konflikte • Zuschauer Raum zum Denken und zur Fantasie lassen