



Wie Du mit Deiner Geschichte Vertrauen aufbaust & (Dich) besser verkaufst

von Thomas Friebe

Einführung: Persönliche Geschichte

Stell Dir folgende Situation vor: Morgens 4.55 Uhr. Ein junger Mann betritt das Studio eines Radiosenders. Er ist aufgeregt, denn gleich, wird er zum aller ersten Mal die Nachrichten vortragen. Live. Kurz zuvor hat er die aktuellen Meldungen aus dem Ticker gezogen und aus etwa fünfzehn relevanten, tagesaktuellen Neuigkeiten die fünf wichtigsten ausgewählt, redigiert und mit Markierungen für die Betonung versehen.

Jetzt sitzt er vor dem Mikrofon und zieht sich den Kopfhörer auf, der vor ihm auf dem Tisch liegt und das aktuelle Radioprogramm des Senders spielt. Er hört die Moderatorin, die - durch eine Scheibe von ihm getrennt, im Sendungsstudio nebenan - gutgelaunt das letzte Lied vor der vollen Stunde ankündigt. Er schaut zu ihr rüber, sieht, wie sich ihre Lippen synchron zur Stimme in seinem Kopfhörer bewegen. Ihm wird schwindelig. Eingelassen in den Mikrofontisch ist eine Uhr mit Digitalanzeige. Ihre Sekunden, rot auf schwarzem Grund, haben die gleiche Größe wie die Minuten und Stunden. Unerbittlich schreitet die Zeit voran: 04:59:00. Noch eine Minute. Der junge Mann atmet tief durch. Sein Herz rast - doppelt, vielleicht dreimal so schnell wie die Sekunden der Uhr. Als er die Blätter der Nachrichten in die Hand nimmt, zittern sie und rascheln. Schnell legt er sie wieder hin. Er fährt sich über die schweißnasse Stirn, reibt sich die feuchten Handrücken an seiner Jeans trocken. Die Buchstaben auf dem Blatt verschwimmen. Dann, dröhnend und erschreckend laut, kracht ein Jingle in seinem Kopfhörer und kündigt die Nachrichten an. In der Mitte des Tisches leuchtet eine große rote Lampe auf: ON AIR. Jetzt ist sein Einsatz. Er muss zunächst auf das ausklingende Musikbett seinen Namen sagen: „Am Mikrofon: Thomas Friebe“. Doch seine Stimme zittert, seine Knie auch. „Bonn. Der Bundes... gerundseits... register. Verzeihung, der Bundesgesundheitsvermister... äh, kanister.“ Räuspern. „Bonn. Der Bundesgesundheitsminister hat gesern, gestern in eier, äh.. einer Sondersitzung...“



Plötzlich ertönt im Kopfhörer des jungen Mannes erneut ein Jingle. Dieses Mal ist es die Ankündigung für die Wettervorhersage, die die Moderatorin mit leicht verstörtem Tonfall - aber sehr professionell - ankündigt. Die Kollegin hatte es nicht mehr ausgehalten und dem Desaster ein Ende bereitet. Tja, liebe Leser, das waren meine ersten Nachrichten. Ich litt unter extremer Mikrofonangst. Das „happy End“ der Geschichte: Ich habe diese Angst erfolgreich überwunden! Heute bin ich einer der meistgehörten Profisprecher im deutschen Sprachraum, meine Stimme ist einem Millionenpublikum vertraut und sicher bin auch Dir schon einmal stimmlich begegnet:

Als Stimme der erfolgreichsten Quizshow im deutschen Fernsehen: „Wer wird Millionär?“ mit Günther Jauch, aus der beliebten Samstagabendshow „Klein gegen Groß“ mit Kai Pflaume, oder der Eurovisionssendung „Spiel für Dein Land“ mit Jörg Pilawa, dem „ARD-Presseclub“, oder „Das große Backen“. Auch zahlreichen Computerspielhelden hauche ich mit meiner Stimme Leben ein (Desmond Miles aus Assassin's Creed; Feuergott Ragnaros in WOW; Edward Richtofen in COD).

Dir, möchte ich mit meiner Geschichte MUT machen, dass es gelingen kann, aus seiner scheinbar größten Schwäche, die größte Stärke zu formen - wenn man die eigene Angst überwindet. Und damit, sind wir mitten im Thema:

STORYTELLING

Es sind die persönlichen und authentischen Geschichten von Menschen, die uns faszinieren. Von Menschen, die straucheln, fallen und wieder aufstehen, die Hindernisse überwinden und ihre selbstgesteckten Ziele erreichen.

Geschichten zu erzählen und ihnen zu lauschen, ist ein menschliches Urbedürfnis. Es begann, lange bevor es die Möglichkeit der schriftlichen Aufzeichnung gab.



Ob am Lagerfeuer erzählt, an Höhlenwände gemalt, eingemeißelt in Steinsäulen oder verewigt in Teppichen, das Bedürfnis diese Geschichten festzuhalten hat eine lange Tradition. Alle großen Religionen stützen ihre Lehre auf Geschichten. Ob Juden, Muslime oder Christen. Die heiligen Schriften, als Religions- und Glaubensfundamente, sind voll von Heldengeschichten. Eine der kraftvollsten ist sicher die des kleinen Kindes, das in einem Stall geboren, in einer bescheidenen Krippe lag um schließlich zum Erlöser der Welt zu werden. Das entsprechende Fest, das weltweit gefeiert wird, steht schon wieder fast vor der Tür: Weihnachten.

Heute ist es ein Kosumfest und für den Einzelhandel der verkaufsstärkste Monat im Jahr. Apropos Verkauf: Für alle, die im Verkauf tätig sind, ist es wichtig zu wissen, welche Kriterien Menschen dazu bewegen, etwa zu kaufen.

Dies gilt ebenso für den Verkauf im Internet und auch wenn Du Dich, oder deine Dienstleistung vermarkten willst.

Menschen kaufen von Menschen

Und zwar, wenn diese drei Kriterien erfüllt sind, Wenn sie sie:

- Kennen
- Mögen
- und ihnen vertrauen

Dann springt der Funke über. Das beste, einfachste, wirksamste und effektivste Mittel, dass diese drei Kriterien erfüllt werden, ist eine gute Geschichte. Und die will gut erzählt sein. Alle wirkungsvollen Geschichten haben eine gemeinsame Erzählstruktur. Ob Hollywoodfilm, Roman, TV-Serie oder Werbespot. Die Kunst des Erzählens lässt sich lernen. Die Basis guter Geschichten erforschte der Mythologe Prof. Joseph Campbell, der „universelle Erfolgsmuster“ guter Geschichten ausmachte und den Begriff der Heldenreise formte. Nach Campbell sind es 17 Stationen, die der Held durchlebt. Diese Handlungseckpfeiler machen eine erfolgreiche Geschichte aus. In der Literatur zum Thema „Storytelling“ - die sich fast ausnahmslos auf das Werk Campbells bezieht - findet man mal zwölf Stationen (Christopher Vogler), mal auch nur sechs (Gilligan/Dilts). Die Grundstruktur ist immer gleich. Ich habe sie hier zusammengefasst. Sie soll als Checkliste dienen.



Checkliste für deine Story

- die Hauptfigur
- verfolgt ein Ziel (oder folgt einem Ruf), und
- trifft auf massiven Widerstand, auf ein unüberwindbares Hindernis (oder gerät in eine Zwangslage), doch...
- ...sie überwindet die Schwierigkeiten, befreit sich aus der misslichen Lage,
- siegt glorreich und kehrt als HELD / HELDIN zurück.

Die Entwicklung der Hauptfigur ist dabei immer ein Weg der Transformation, also der Verwandlung oder Veränderung, hin zum Helden. Sie gliedert sich in drei Phasen.

Die drei Phasen der Transformation

- Vorfreude
- Widerstand
- Meisterschaft

Diese drei Kernpunkte sind essentiell für gute Geschichten. Wir finden Sie überall und sie faszinieren uns. Der Grund: Wir übertragen ihre Aussage, also die Geschichte des Helden, auf unser eigenes Leben. Dabei suchen wir - das geschieht in der Regel unbewusst - nach Parallelen und haben insgeheim die Hoffnung, dass auch uns eine ähnlich positive Verwandlung widerfährt, dass auch wir uns aus unserer aktuellen Situation befreien und ein noch besseres, schöneres, erfolgreicher Leben führen können. Beispiele, die in uns in abgewandelter Form, immer wieder in den Medien begegnen, sind diese Geschichten:

- **Vom hässlichen Entlein zum stolzen Schwan** (alle „Make-over-Shows“ im TV nutzen dieses Muster z.B. Shopping-Queen, Germany's next Top-model etc.



- **Vom Tellerwäscher zum Millionär** (bei Unternehmen ist es die Geschichte vom StartUp, das - am besten in der Garage gegründet - zum Weltimperium wird):

Apple, Steve Jobs; Microsoft, Bill Gates; Amazon, Jeff Bezos; Facebook, Mark Zuckerberg uvm. Im Musikbusiness und der Schauspielerei haben alle bekannten Bands und Solokünstler diese Wandlung durchlebt. Unbekannt und mit wenig Mitteln gestartet, wurden sie zu Megastars: Madonna, Lady Gaga, Adele uva. Erfolgreiche Hollywoodfilme bedienen sich dieser Grundidee. So wird Sylvester Stallone als Rocky, vom Underdog zum strahlenden Sieger. Und in der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ versuchen Business-Newcomer mit Hilfe von erfolgreichen Geschäftsleuten durchzustarten. Dabei haben die Mentoren genau die Karrieren gemacht, von denen die Kandidaten träumen, wie Carsten Maschmeyer, der vom nebenberuflichen Vermögensberater zum milliardenschweren Finanzunternehmer wurde.

- **Vom Milliardär zum US-Präsidenten** - manche Geschichten, die das Leben schreibt, sind wirklich verrückt - ebenso wie ihre Protagonisten:-)

Der Weg zum Vertrauen:

- Geschichten erzeugen Bilder
- Bilder erzeugen Emotionen
- Emotionen erzeugen Authentizität
- Authentizität erzeugt Vertrauen

„Vertrauen muss man sich verdienen!“ Das stimmt. Das geht nur, wenn wir „unsere Geschichte“ ehrlich und authentisch erzählen.



Bilder, Emotionen und Geschichten

Noch kurz ein Wort zu Bildern, Emotionen und Geschichten. „Ein Bild“, heißt es so schön, „sagt mehr als tausend Worte“. Auch das stimmt.

Geschichten können wir visuell, in einem einzigen Bild erzählen. Je einfacher und prägnanter, desto stärker die Botschaft. In einer Werbung für Fleurop, sitzt eine schicke, grauhaarige, ältere Dame in einem typisch deutschen, eichenholzvertäfelten Wohnzimmer. Sie starrt auf eine Blumenvase, die auf dem Tisch vor ihr steht. Ihre Haltung ist gefasst, der Blick stur und die Enttäuschung, die ihr Gesicht widerspiegelt ist maßlos, denn die große gläserne Vase ist leer. Ein weiße Schrifteinblendung erklärt uns die Tragik: 15. Mai Muttertag.

Auch mit Worten können wir tragische, lustige oder dramatische Geschichten erzählen. Ein Meister, wem dies gelingt. Ernest Hemingway gehört sicher zu ihnen. Er fasste eine tragische Geschichte in 5 Worten zusammen. Nehmen Sie sich etwas Zeit, das Geschriebene auf sich wirken zu lassen.

Zu verkaufen: Babyschuhe. Nie getragen.

Stark, oder? Bei jedem aber, wird diese Geschichte eine andere Reaktion auslösen. Bei Betroffenen werden vielleicht Tränen fließen. Der Sarkast lacht. Andere bleiben nachdenklich.

Als Günther Wallraf sich für sein Buch über die Machenschaften der BILDzeitung „Der Aufmacher“ undercover als Hans Esser bewarb, zauberte er gekonnt mit einem einzigen Wort ein Bild in den Kopf desjenigen, der ihn einstellen sollte. Er sagte: „Mein Name ist Esser, - wie MESSER!“ . Er bekam die Stelle und schrieb, basierend auf seinen Erlebnissen, einen erschütternden Bestseller.



Authentizität erzeugt Vertrauen

Es gibt kein stärkeres Verkaufsargument als eine Empfehlung, von jemandem dem wir Vertrauen. Deshalb sind Testimonials, also echte Kundenmeinungen, bzw. Kundenempfehlungen so wichtig. Eines der ersten Unternehmen, die das erkannt und systematisch ausgebaut hat ist Amazon. Auch im Internetverkauf zählen Testimonials und werden erfolgreich eingesetzt.

Ohne Authentizität kein Vertrauen. Ohne Testimonials keine Authentizität und keine Glaubwürdigkeit. Ohne Glaubwürdigkeit kein Verkauf. So einfach ist die Rechnung.

Eine wunderbare Möglichkeit Testimonials in Bilder umzusetzen, sind „Vorher-Nachher-Fotos“, denn sie erzählen Bildgeschichten, Heldenreise inklusive.

Bildgeschichten für Internetprodukte

Beispiele für „Vorher-Nachher-Fotos“ sind typische Bildgeschichten in verschiedenen Märkten, die gerade auch im Partner- und Affiliatemarketing beliebt sind im Folgenden aufgeführt. Zunächst sieht man eine Person in ihrem ursprünglichen Zustand, dann die gleiche Person nach ihrer „Transformation“, durch das Produkt, das Training, den Kurs...

Geschäftsfeld: GESUNDHEIT / FITNESS / ABNEHMEN

1. Foto (vorher):
Dicker Mensch

2. Foto (nachher)
Dünnere Mensch



Geschäftsfeld: GELD VERDIENEN / ERFOLG / KARRIERE

1. Foto (vorher):

Armer Mann (arme Frau), z.B. in altem Auto sitzend

2. Foto (nachher)

reicher Mann (reiche Frau) z.B. in Luxusauto sitzend

Geschäftsfeld: LIEBE / PARTNERSCHAFT / SINGLEBÖRSEN

1. Foto (vorher):

trauriger Mann (traurige Frau), z.B. einsam auf Parkbank

2. Foto (nachher)

glückliches Paar z.B. gemeinsam, lachend auf Parkbank

Diese jeweils zwei Motive veranschaulichen auch wieder bestens das Prinzip der Heldenreisen.

So kommst Du an gute Testimonial- Geschichten

Wenn Du nicht die Möglichkeit von Fotos hast, oder das Produkt sich dafür nicht eignet (Was ich nicht glaube, denn wo ein Wille ist, ist ja bekanntlich auch ein Weg:), kannst Du eine Geschichte basierend auf den Erfahrungen von Kunden schreiben. Stelle deinen Kunden und auch deinem Partner dazu Fragen. Die wichtigsten drei sind - aus meiner Erfahrung - diese hier:



Drei Fragen an Kunden

1. Warum haben Sie das Produkt gekauft?

2. Was hat es Ihnen persönlich gebracht?

3. Was hat Ihnen nicht so gut gefallen?



Drei Fragen an den Hersteller

1. Warum haben Sie das Produkt gemacht?

2. Was war das beste Feedback eines Kunden?

3. Was sind die häufigsten Rückgabegründe / Beschwerden?



ABSCHLUSS

Zum Ende noch eine Warnung. Verspiele niemals das Vertrauen Deiner Partner und Kunden. Vermeide deshalb im (Selbst-)Marketing und Verkauf:

Die 7 Todsünden:

- lügen
- stehlen
- prahlen
- ausschweifen
- konstruieren
- langweilen
- irrelevant sein

Stattdessen:

- sei ehrlich & authentisch
- kreiere & zitiere
- sei bescheiden & dankbar
- fasse dich kurz
- halt es einfach & logisch
- unterhalte & begeistere
- gib Mehrwert & Nutzen

Dann klappt das auch mit dem Erfolg!

Viel Freude dabei.

Alles Liebe - Thomas Friebe



Mein Newsletter:

Hol Dir regelmäßig kostenlose Videos zum Thema Kommunikation, überzeugend auftreten, erfolgreich leben. Jetzt gleich hier anmelden:

<http://tinyurl.com/om8t2dv>

Meine Kontaktdaten:

Thomas Friebe
Sprecher & Coach
Richard-Wagner-Str. 12
50674 Köln

fon: +49-221-29211880

fax: +49-221-29211888

www.thomasfriebe.com

Verbinde Dich gerne mit mir über social media:

Facebook: www.facebook.com/SprecherThomasFriebe

XING: https://www.xing.com/profiles/Thomas_Friebe3

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/thomas-friebe-62653411/>

Instagram: https://www.instagram.com/thomas_friebe/

Twitter: [@tomfriebe](https://twitter.com/tomfriebe)