

# Storytelling



### Volker Höinghaus story:impuls Prechtsweg 21 22309 Hamburg +49-40-52 67 85 02 +49-176-40 555 301 vh@storyimpuls.de www.storyimpuls.de

Projekte im Auftrag von Agenturen und im direkten Unternehmens-Kontakt.

#### Eine Auswahl:

Antwerpes & Partner
BBDO Interactive
Dorland PR
KohtesKlewes
KPMG Creative Services
Landor Associates
Proximity

**ALBA** 

**APSys Advanced Particle Systems** 

**BIOTRONIK** 

Bundesversicherungsanstalt für Angestellte

**DeTeWe** 

Deutsche Post

Die gesetzlichen Krankenkassen

DZ Bank (axica)

Estrel Festival Center

GASAG Berliner Gaswerke AG

Gewerbesiedlungs-Gesellschaft (GSG)

GEWOBAG Wohnungsbau-Gesellschaft

Internationales Handelszentrum (IHZ)

Kempinski Hotel Bristol Berlin

Kirchner + Robrecht management consultants

KPMG

KPMG Treuhand & Goerdeler

Landesbank Berlin

Postbank

Siemens Business Services

Tishman Speyer Properties (Sony Center)

Unimatic

Väter e.V.

Volkswagen

wellcome gGmbH

Xion Medizintechnik

Xx-well.com

Ganz gleich, ob digital oder analog: Wer von sich erzählt, wird gesehen - die Voraussetzung für Erfolg.

Storytelling bedeutet: Das dokumentarische Erzählen über Unternehmen, deren kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, über Produkte und deren Nutzen, ausgefuchste Dienstleistungen und was die spannende Welt Ihres Unternehmens sonst noch zu bieten hat.

<u>Authentische</u> Business-Stories sind emotional. Deshalb liebt unser Gehirn solche Geschichten.

Das ist alles nichts Neues für Sie. Sales-Profis leben von Geschichten. Doch je strukturierter Business-Stories entwickelt werden, desto effektiver sind sie.

Bei diesem Entwicklungsprozess möchte ich Sie dank meiner langjährigen Erfahrung inspirieren.

#### Denn...

- ...Business-Stories auf Ihrer Website locken spannende Kunden an sie kommen von allein.
- ...Business-Stories im Kunden-Kontakt schaffen Nähe - der Abschluss rückt näher.
- ...Business-Stories beweisen Bestands-Kunden, beim besten Anbieter zu sein das bindet. Dauerhaft.

#### Willkommener Nebeneffekt:

Business-Stories begeistern Fachkräfte - die sich daher initiativ bei Ihnen bewerben.

Zeigen Sie **Selbstbewusstsein**, ohne laut zu werden **- das ist sympathisch**.

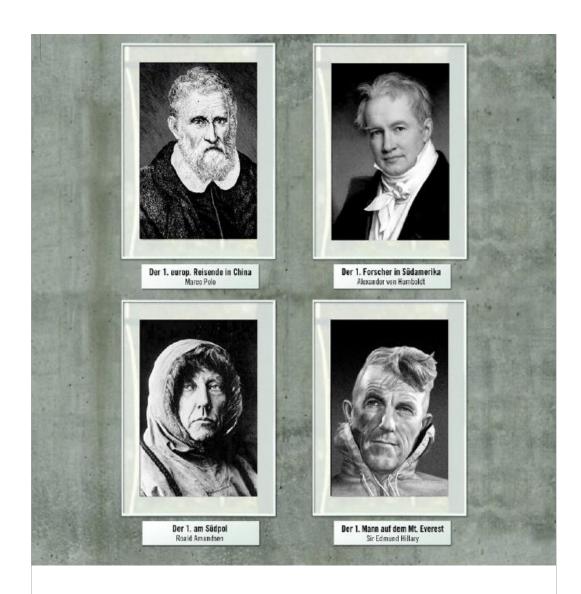
Beispiel "BIOTRONIK":

Die eigene **Pionier-Leistung** mit einer smarten Story in einen **größeren kulturellen Zusammenhang** stellen.

Helden-Story: Spuren hinterlassen.

Die Storytelling-Kampagne "Pioniere" für BIOTRONIK wurde ebenfalls sehr erfolgreich für Messestände und -Aktionen adaptiert.

Grafik: stoffers/steinicke



#### Der 1. hinterlässt die Spuren.

Sechs Jahre klinische Erfahrung garantieren Ihnen eine anspruchsvolle, sichere und vollkommen zuverlässige Technologie für ICDs, CRT-Geräte und Herzschrittmacher. Mehr als 30.000 Patienten fühlen sich rund um den Globus bestens geschützt.

BIOTRONIK Home Monitoring®. Advanced Patient Management. Automatisch. Mobil. Sicher.

www.biotronik.de



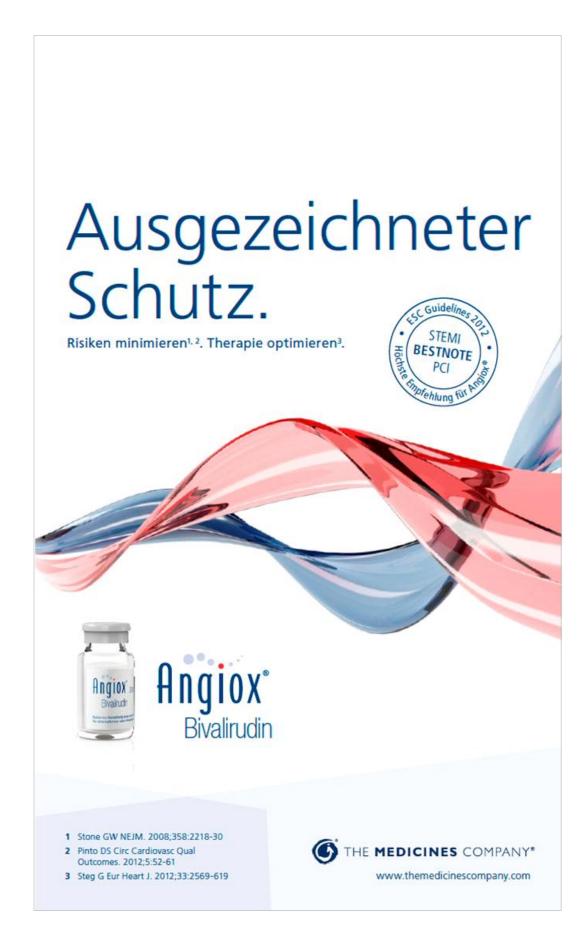


Visuelles Storytelling demonstriert die **Funktionsweise** selbst komplexer Produkte **ganz einfach**.

Beispiel "Angiox":

Der Produkt-Nutzen "Flow statt Blutungskomplikationen" strömt dem Betrachter regelrecht entgegen.

Grafik: stoffers/steinicke





# Überraschen Sie!

Noch einmal visuelles Storytelling.

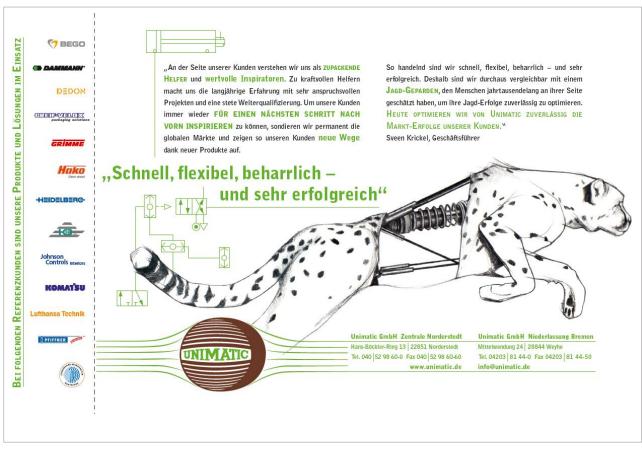
Beispiel "UNIMATIC":

Die Identität des Unternehmens definiert mit einer Geparden-Metapher: Schnell, flexibel, beharrlich und sehr erfolgreich.

# Konzeption einer visuellen Storytelling-Strategie für einen Vertriebs-Folder.

Illustration & Layout: Cornelia Ganner





Bieten Sie mit einer Business-Story eine **außergewöhnliche Perspektive** an.

Beispiel "Deutsche Post", Geschäftsbereich "Brief":

Der Prozess "Zustellung" aus der Sicht eines Briefs: Humor erzeugt Aufmerksamkeit und erweckt Sympathie. Überraschend: Was empfindet eigentlich ein Brief? Die Deutsche Post erzählt davon – der Geschäftsbereich "Brief"erhält eine emotionale Dimension.

#### Der zarte Hauch der Codiermaschine

Ferien auf Sylt. Die Sonne verwöhnt, das Meer duftet, eine sanfte Brise weht in den Strandkorb hinein. Der Brief mit Grüßen für die Lieben in Görlitz ist geschrieben und eingeworfen. Jetzt nur noch zurücklehnen und genießen. Wunderbar!

#### Das Abenteuer beginnt

Wenige Meter weiter. Hier hat die Ruhe bald ein Ende. Für den Brief beginnt ein Abenteuer. Die Reise seines Lebens! Eines ist jetzt schon gewiss: Etliche Mitarbeiter der Deutschen Post werden für besten Service während dieser Tour sorgen. Er vertraut darauf.

#### 15:15 Uhr

List: Kastenleerung. Mit dem Transporter ist der Zustellstützpunkt Westerland schnell erreicht. Eine knappe Stunde später geht's per Autozug weiter nach Niebüll. Wechsel auf die Straße.

#### 19:50 Uhr

Kurzes Luftschnappen im Briefzentrum Elmshorn. Dann startet eine rasante Fahrt über Förderbänder. Wie aufregend! Vor allem der samtige Kuss der Stempelmaschine. Hui! Da möchte er noch mal vorbei. Obwohl, die Codiermaschine erobert sein papiernes Herz ebenfalls im Sturm. Kaum hat sie die Adresse entziffert, da haucht sie ihm auch schon nicht minder zärtlich den rosafarbenen Zielcode auf sein blütenweißes Papier. Doch: keine Zeit für Romantik. Schon übernimmt die Feinsortiermaschine und schubst ihn entschlossen ins Fach mit den Sendungen nach Görlitz. Abschied vom Zentrum, die Reise geht weiter. Diesmal sogar durch die Luft: Platz nehmen im Flugzeug.

#### 23:00 Uhr

Von dem Transport in die Maschine nach Hamburg hat er im blickdichten Sack leider kaum etwas mitbekommen. Immerhin sanft war es. Nun liegt er inmitten seiner Artgenossen ganz bequem im Flugzeug. Die Turbinen starten, es geht hinauf – schade nur, dass er nicht hinaussehen kann. Trotzdem: wie spannend!

#### 4:00 Uhr

Rütteln. Quietschende Bremsen. Zupakkende Hände. Die Landung in Frankfurt am Main ist pünktlich und alles verläuft mit sicherer Routine. Kurzes Umladen in eine andere Maschine. Schon geht es weiter.

#### 01:45 Uhr

Wieder hinauf in die Lüfte. Erneut genießt der Brief die entspannte Atmosphäre. Zwar liegt er ganz unten im Sack, hat aber trotzdem noch keinen Knick abbekommen. Der Reiseservice der Deutschen Post gefällt ihm.

#### 02:45

Airport Dresden. Das Rütteln während der Landung kennt er nun schon. Auch das Gefühl, kurz zu schweben, um dann wieder sicheren Halt zu spüren, diesmal in einem LKW der Deutschen Post. Knapp eine Stunde später ist Bautzen erreicht.

#### 03:35

Das Licht im Briefzentrum ist unerwartet hell. Unser Brief blinzelt ein wenig. Doch da rutscht er bereits aufs Förderband und schmust mit der hiesigen Feinsortiermaschine. Mmmmm... Sofort entziffert sie seinen Strichcode und er flutscht ins richtige Fach.

#### 06:00 Uhr

Noch einmal heißt es Abschied nehmen von fleißigen Frauen, Männern und Maschinen. Wieder hinein in einen Transportbehälter für die letzte Etappe, nach Görlitz. Wieder per LKW.

#### 09:00 Uhr

Der Brief aus Sylt ist beim richtigen Zusteller angelangt. Aus dessen Tasche heraus schnappt er noch ein paar städtische Impressionen auf. Hier ist es auch schön. Dennoch sehnt er sich nach dem duftenden Meer. Dann ist sein Ziel erreicht. Er rutscht in den Briefkasten und macht es sich dort bequem.

Lange warten muss er nicht, schon wird seine Lasche geöffnet. Die Freude ist groß. Nun sieht er dabei zu, wie die Antwort geschrieben wird - und gerät ins Grübeln: Wie bloß kann er mit in den Umschlag gelangen? Gerne würde er diese Reise noch einmal erleben. So gerne!

Business-Stories belegen die Relevanz von Angeboten und bieten bestes Umfeld für SEO-Maßnahmen.

Beispiel "Hanseatic Sonnensegel":

Die Story über Erfinder und Produkt belegt deren Bedeutung. Die Fülle der identitätsprägenden Informationen ermöglicht elegante Keyword-Platzierung.

Seite: Über uns

#### Ästhetik trifft vollkommene Funktion.

## Das tausendfach bewährte SunSquare Sonnensegel.

Ob Kunst, Musik, Philosophie, Literatur oder Architektur: Wien hat zahlreiche spannende Persönlichkeiten hervorgebracht, war und ist eine der kreativsten Metropolen der Welt. Mehr als eine Stadt – ein Lebensgefühl. Perfekter Ort für besondere Begegnungen. Zum Beispiel die von Norbert Kautzky und Gerald Wurz.

Bevor deren motorbetriebenes SunSquare Sonnensegel seinen Siegeszug um den Globus antritt, ist Feinmechaniker-Meister Norbert Kautzky mit seiner Firma für mechanische Konstruktionen bereits seit 20 Jahren erfolgreich am Markt positioniert. Dann lernt er 1993 den Industrial Designer Gerald Wurz kennen.

#### Vorantreibender Schaffensgeist

Schnell erkennen diese Männer: Sie sind angetrieben vom gleichen Schaffensgeist. Kautzky ist der Mann für außergewöhnliche mechanische Lösungen, Wurz ein Preisdekorierter Industrial Designer mit bestechendem Gespür für Form, Material und Raum.

Nach einem Architekturstudium an der TU Graz und der Ausbildung zum Industrial Designer am Royal College of Art in London rundet er seine gestalterische Ausbildung als Meisterschüler von Paolo Piva an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien ab.

#### Einen neuen Premium-Maßstab definiert

Gemeinsam entscheiden sie sich für ein Ziel: die Perfektionierung des Produkts Sonnensegel. Mit unbändigem Innovationswillen definieren sie über die Jahre hinweg einen neuen Premium-Maßstab. Einer der Meilensteine ist die Erfindung der motorischen Steuerung des Sonnensegels.

Expansionspläne erfordern die Umsiedlung des Unternehmens. Vom neuen Standort im österreichischen Tulln aus erobern die

SunSquare-Macher mit gebündeltem Erfindungsreichtum, Kreativität, tiefgreifendem und stets verfeinertem Wissen über Mechanik und Material im beständigen Flow die internationalen Märkte. Stets im Blick: Das Zusammenspiel von Architektur sowie Sonnensegel – und dem so erzielten Schatten.

# Red Dot Design Award für vollendete Perfektion

Akribie, die Wertschätzung findet. Nicht nur bei dem schnell größer werdenden Kreis sehr glücklicher Kunden. Schließlich prämiert die Jury des Red Dot Design Award das motorbetriebene SunSquare Sonnensegel aufgrund des "...gelungenen Zusammenspiels von ausgefeilter Funktionalität und zeitloser Ästhetik, das sich harmonisch in Architektur, Gartengestaltung und Innenausstattung einfügt und sich mittlerweile tausendfach bewährt hat."

Inzwischen ist Sohn Robert Kautzky in die Geschäftsführung eingetreten und ergänzt das Erfinderduo Norbert Kautzky und Gerald Wurz mit seinem ganz eigenen Stil.

#### **Hanseatic Sonnensegel Hamburg**

Ebenfalls Motor dieses Erfolgs: die internationalen Vertriebspartner. Einer von diesen ist seit 2014 Hanseatic Sonnensegel in Hamburg. Am Anfang steht die Begeisterung für ein Produkt, das so erscheint, als sei es speziell für diese Region kreiert worden.

Wer in Norddeutschland weitestgehend Wetterunabhängig genussvolle Stunden auf Terrasse oder Balkon erleben möchte, findet im SunSquare Sonnensegel einen Quell neuer Lebensfreude:

Es reguliert starke Sonneneinstrahlung und schützt vor Regen sowie Wind. In schönster Form, mit ungewöhnlich beständigen Materialien und anspruchsvollster Technik, die nicht nur komfortabel in der Bedienung ist, sondern zudem die Investition vor starkem Wind

schützt – vollkommen automatisch.

#### Maximal individuelles Sonnensegel

Hanseatic Sonnensegel ist Ihr engagierter Partner vor Ort für Inspiration, Planung, Montage und Wartung. Ihren Wünschen sind übrigens kaum Grenzen gesetzt. Ecken, Kanten, Vorsprünge: Wunderschöne Stützen aus Edelstahl oder Aluminium und Umlenkrollen für Ihr Sonnensegel produziert SunSquare exakt abgestimmt auf Ihren Bedarf in nahezu jeder erdenklichen Form. Und mittels geschickter Überlappung einzelner Sonnensegel ist die zu schützende Gesamtfläche unbegrenzt. Lassen Sie sich von der Vielfalt der – ästhetisch äußerst anspruchsvollen – Lösungen überraschen. Auch von der Vorab-Visualisierung.

#### Vorab-Visualisierung

Bevor Ihr Sonnensegel montiert ist, wissen Sie bereits, welcher Schmuck bald Ihre Terrasse oder gastronomisch genutzte Fläche zieren wird. Mittels Stativen und Bändern simulieren wir dreidimensional die räumlichen Ausmaße Ihres künftigen Segels.

Hanseatic Sonnensegel begleitet Sie aufmerksam und kreativ von Ihrem allerersten Wunsch bis zum ersten Kaffeegenuss im luftigen Schatten – selbstverständlich auch weit darüber hinaus. Die ohnehin das Produkt auszeichnende Langlebigkeit erhöhen Sie mit einem ebenfalls ganz auf Ihre Wünsche abgestimmten Wartungsvertrag.

Ganz gleich, womit Sie die Naturgewalten jetzt noch überraschen: Willkommen an der frischen Luft!

Genießen Sie Ihre Freiheit!

Konzeption einer Anzeige für das Magazin Cube. Ja, ein Bild sagt viel aus. Doch: Das visuelle Storytelling mit den passenden Worten kombinieren – so kommt die Story wirklich an.



Erzählen Sie aus Kundensicht.

Beispiel Brennstoffzelle "EFOY Comfort":

Die Story inszeniert den Produktnutzen in einer konkreten Situation.
Interessenten haben so ein Vorab-Erlebnis.

# Brennstoffzelle **Efoy Comfort**: Autonome Stromversorgung für jeden Genuss an jedem Ort. Fakten sinnlich inszeniert.

Grafik: stoffers/steinicke



# Welche Story möchten Sie erzählen?

### Vertrauen. Kennen lernen. Ziele erreichen.

Möchten Sie jetzt erfahren, wie Storytelling auch Ihren Vertrieb stärkt?

Die Erstberatung ist für Sie kostenlos.

Rufen Sie mich doch am besten gleich an:

040. 52 67 85 02 0176. 40 555 301

Damit wir gemeinsam Ihre Ziele erreichen.

Oder lassen Sie sich von meinem Buch inspirieren.

Es ist erhältlich als Kindle eBook und Taschenbuch.

