



Hast du einmal ein praktisches Beispiel dafür, wie eine gute Story bzw. gutes Storytelling aussehen könnte?

---

Na klar. Du bekommst sogar zwei Beispiele 😊

Ich habe natürlich in den vergangenen Jahren in meiner Funktion als Copywriterin und Head of Marketing einiges an Storytelling umgesetzt, aber am meisten Spaß gemacht hat es mir (logischerweise), meine eigene Geschichte zu schreiben. Anhand von zwei Beispielen möchte ich dir zeigen, wie ich diese Story für zwei verschiedene Zwecke eingesetzt habe.

Das erste Beispiel, das ich zur Bewerbung meiner Dienstleistungen auf <https://copybrain.de/angebot/> einsetze, findest du auch integriert im Bonus-Kapitel von „Verkaufsgehirn“ mit den entsprechenden Erklärungen dazu.

Das zweite Beispiel nutzt ebenfalls meine persönliche Geschichte, allerdings in veränderter und verkürzter Form für meinen Imagefilm zum Buch, den du auf <https://verkaufsgehirn.com> findest.

Anhand der beiden Beispiele, die du untenstehend im Originaltext vorfindest, siehst du, dass du die gleiche Geschichte auf verschiedene Weisen in verschiedenen Längen für verschiedene Marketingzwecke nutzen kannst.

### **Beispiel 1 – Verkaufstext:**

...

*Vorher möchte ich dir aber noch kurz meine eigene persönliche Geschichte erzählen - und danach wirst du auch verstehen, warum es für erfolgreiches Marketing (und damit für mehr Umsätze) auf nur zwei ganz bestimmte Dinge ankommt.*



*Aber ich gebe zu... Auch ich kannte das wahre Potenzial dieser beiden Dinge viele Jahre lang nicht.*

*Ich selber habe einen klassisch journalistisch-redaktionellen Hintergrund. Ich habe einen Hochschulabschluss in Kommunikationswissenschaften. Ich habe immer gerne geschrieben.*

*Aber letztendlich hatte ich tief in meinem Inneren nie wirklich das Gefühl, damit etwas zu erreichen - weder für mich noch für andere.*

*Das sollte sich ändern, als ich mich dazu entschieden habe, mein altes Leben hinter mir zu lassen und nach Berlin zu gehen...*

### **Meine persönliche Geschichte**

*Bis noch vor ein paar Jahren habe ich in einer mittelgroßen Stadt im Westen von Deutschland gelebt.*

*Ich wusste damals zwar, was Marketing ist (das dachte ich zumindest), aber das war auch schon alles.*

*Was es allerdings wirklich bedeutet - und welche Auswirkung Marketing nicht nur für mich persönlich, sondern auch für viele andere Menschen haben kann - habe ich erst verstanden, als ich in der Hauptstadt mein persönliches Aha-Erlebnis hatte - und ehrlich gesagt hätte ich mir gewünscht, es schon früher begriffen zu haben.*

*Es war im April 2014 und durch einen lustigen Zufall habe ich Kris Stelljes kennengelernt (ich glaube eigentlich nicht an Zufälle, sondern bin davon überzeugt, dass alles seinen Sinn hat, und diese Begebenheit beweist das mal wieder).*

*Kris ist Online-Unternehmer und suchte damals eine Copywriterin. Aber weißt du was? Ich hatte zum damaligen Zeitpunkt überhaupt keine Ahnung, was das eigentlich ist - ließ mir das aber natürlich nicht anmerken. :-)*



*Ich konnte anhand der Bezeichnung nur ableiten, dass es etwas mit Schreiben zu tun hatte - und das fand ich natürlich gut. Kris erklärte mir, dass man darunter im Deutschen eine Werbetexterin versteht.*

*(Aber ganz ehrlich: Ich mag dieses Wort bis heute nicht, weil es nicht annähernd das verkörpert, was Copywriting wirklich macht: nicht nur werben, sondern vor allem verkaufen).*

*Was allerdings nach dem ersten Zusammentreffen mit Kris passieren sollte, konnte ich damals noch nicht einmal ansatzweise ahnen...*

*Als ich meinen ersten Text als Copywriterin schrieb, fand ich das komisch.*

*Plötzlich ging es nicht mehr darum, Sachverhalte neutral darzustellen (wie ich das als freie Journalistin mehr als zehn Jahre lang getan habe), sondern mit Texten Dinge zu bewerben, zu vermarkten und zu verkaufen (was man nun nicht mehr unbedingt als „neutral“ bezeichnen kann).*

*Es war eine ganz „eigene“ Sprache und ich musste mich erst an sie gewöhnen. Aber es war auch eine Sprache, die ich irgendwann anfang zu lieben...*

*... weil sie mit dem korrespondierte, was mich seit meinem 14. Lebensjahr brennend interessierte: die Lehre vom menschlichen Erleben und Verhalten.*

*Als ich anfang, mit Kris zusammen zu arbeiten, befand ich mich gerade im zweiten Semester meines Fernstudiums der Psychologie (und ich glaube im Nachhinein, dass Kris mich unter anderem deswegen sofort eingestellt hat).*

*Ich stellte relativ schnell fest, dass Copywriting genau die beiden Dinge kombinierte, für die ich seit langem brannte und die mich bis heute begeistern: Sprache und Psychologie.*

*Es war das, was ich immer hatte machen wollen und was mich tief erfüllt. Ich habe es nur viele Jahre nicht gewusst.*

*Meine Bestimmung lag die ganze Zeit vor mir. Aber erst in Berlin habe ich sie gefunden.*



*Mittlerweile - einige Jahre später - ist sehr viel Schönes passiert...*

*Aus dem damaligen Psychologie-Fernstudium ist ein Bachelor-Abschluss mit „exzellent“ geworden (und das Master-Studium schließt sich gerade an).*

*Aus der damaligen Texterin ist „eine der besten Copywriterinnen im deutschsprachigen Raum“ geworden (und das sind nicht meine eigenen Worte, sondern so werde ich von vielen derjenigen bezeichnet, für die ich mittlerweile geschrieben habe – wie beispielsweise René Renk oder Detlef Soost).*

*Aus meiner ersten Copy (die englische Bezeichnung für Werbetexte) sind tausende Marketing- und Verkaufstexte geworden, die insgesamt mehr als 7-stellige Umsätze für Unternehmer im In- und Ausland erwirtschaftet haben.*

*Und deswegen kann ich die Macht von Marketing im Zusammenhang mit Sprache und Psychologie wirklich nur bestätigen. Genau diese beiden Dinge sind es, die Marketing erfolgreich und profitabel machen.*

## **Beispiel 2 – Filmskript:**

*Es gibt Menschen, die halten Marketing für übertriebene Werbung.*

*Aber was ist so schlimm daran, wenn man hochwertiges Marketing nutzt, um hochwertige Angebote zu verkaufen?*

*Richtig... nichts.*

*Aber was macht Marketing eigentlich hochwertig?  
Und was macht es erfolgreich?*

*Ich gebe zu... Auch ich kannte die Antwort auf diese Fragen viele Jahre lang nicht.*

*Das sollte sich ändern, als ich mich dazu entschieden habe, mein altes Leben im Westen Deutschlands hinter mir zu lassen und nach Berlin zu gehen - in ein neues Leben.*



*Denn dieses sollte der Anfang von etwas ganz Großem werden, nämlich als ich begann, als Copywriterin im Online Marketing zu arbeiten.*

*Als ich meinen ersten Verkaufstext schrieb, fand ich das komisch. Es war eine ganz „eigene“ Sprache und ich musste mich erst an sie gewöhnen.*

*Aber ich stellte schnell fest, dass Copywriting genau die beiden Dinge kombinierte, die mich seit langem begeistern... Schreiben und Psychologie.*

*Meine Bestimmung lag die ganze Zeit vor mir. Aber erst in Berlin habe ich sie gefunden.*

*Mittlerweile - einige Jahre später - ist sehr viel Schönes passiert...*

*Aus meinem Fernstudium der Psychologie ist ein Bachelor-Abschluss mit „exzellent“ geworden (und mein Master-Studium schließt sich gerade an).*

*Aus der damaligen Texterin ist (ich zitiere einige Unternehmer) „eine der besten Copywriterinnen im deutschsprachigen Raum“ geworden.*

*Aus meinem damaligen ersten Verkaufstext sind tausende Verkaufstexte geworden.*

*Aus meinem Wissen und meiner Erfahrung ist mein erstes eigenes Brand CopyBrain geworden.*

*Und aus alldem ist mein erstes eigenes Buch Verkaufsgehirn geworden, mit dem ich mir selbst einen persönlichen Traum erfülle und anderen Menschen dabei helfen möchte, ihr Marketing hochwertig und erfolgreich zu machen.*

*Und das alles ist nicht passiert, weil ich Glück hatte, auch wenn ich in Berlin sehr glücklich bin.*

*Nein, es ist deswegen passiert, weil ich seit Jahren dafür arbeite. Aber ich bereue keine einzige Sekunde.*

*Denn genau dadurch habe ich mich weiterentwickelt und bin persönlich gewachsen. Und genauso muss auch Marketing sich entwickeln und wachsen.*

*Aber es kann nur dann erfolgreich sein, wenn dabei das Elementarste überhaupt im Mittelpunkt steht: der Mensch.*



*Wenn du die Ursachen nutzt, die Menschen zum Kauf bringen... Ursachen, die tief in der Psyche von uns Menschen verwurzelt und daher menschlich sind, dann wird auch dein Marketing erfolgreich.*

*Und um genau diese Ursachen geht es in Verkaufsgehirn.*

Das sind natürlich nur Beispiele für *eine* Geschichte. Jede Geschichte ist anders und das Wichtigste ist eigentlich „nur“, die drei zentralsten Elemente darin zu integrieren.

1.	Wer ist deine <b>Hauptperson</b> ?
2.	Welchen <b>Wunsch</b> hat deine Hauptperson?
3.	Welche <b>Veränderung</b> durchläuft deine Hauptperson wie und mit welchem <b>Ergebnis</b> ?

