



AKTUELL 29. JANUAR 2021

HWZ on Air: Storytelling, das Marken und Menschen verbindet

«Anstatt mit Fakten überzeugen wir mit Geschichten!» Das ist das Credo von Matthias Mattenberger, Dozent an der HWZ und Leiter des Academy Seminars «Brandtelling». Ausserdem ist er selbständiger Berater für Storytelling und kommunikative Markenführung und hat zu diesem Thema ein Buch veröffentlicht. Im Podcast sprechen wir darüber, was Geschichten in unserem Hirn auslösen, weshalb sein Buch auch für Nicht-Lesende geeignet ist und weshalb das Volvo Cabrio nicht für die Markengeschichte steht.

Matthias Mattenberger, Dozent im [CAS Brand Leadership](#) und [CAS Customer Behavior](#) sowie Leiter des [Academy Seminars «Brandtelling»](#), ist überzeugt, dass Emotionen und Motivation Menschen bewegen. Lange hat Matthias Geschichten für Fernsehen und Radio entwickelt, bis er sich vor fünf Jahren selbstständig gemacht hat. Heute hilft er Unternehmen Emotionen zu wecken, sei dies bei Kunden oder Mitarbeitenden.

Matthias Mattenberger liebt seinen Job und das merkt man ihm an. Das Spannende am Dozieren sind für ihn die verschiedenen Menschen, die er trifft und welche mit ganz unterschiedlichen Herausforderungen an seine Vorlesungen kommen. Trotz der unterschiedlichen Problemfelder, die sich den Studierenden stellen, finden sich ganz oft gemeinsame Nenner, auf welchen sich Stories aufbauen lassen.

Matthias Mattenberger gibt auch Tipps. Einer davon:

Suche in deinem Unternehmen nach der einen Botschaft.

Diese Empfehlung nennt Matthias die Tennisball Regel. Diese besagt, dass ein Tennisball einfacher zu fangen ist, als mehrere Bälle. So verhält es sich auch mit Botschaften. Jede Marke, jedes Unternehmen und jedes Produkt muss die eine Botschaft finden, die am Markt für Differenzierung sorgt und diese dann mit Geschichten untermauern und nach aussen tragen. Als kleine Anekdote zu dieser Regel wird die Marke Volvo erwähnt, die wie keine andere Marke in der Automobilbranche für Sicherheit steht. Als Volvo ein Cabriolet auf den Markt brachte, passte das nicht zur Markengeschichte des Unternehmens, denn Auto ohne Dach steht nicht für Sicherheit und daher auch nicht für die Marke Volvo.

Mit seiner eigens entwickelten Brandtelling Toolbox verbindet Matthias Mattenberger Brand- und Storytelling. Die Toolbox ist gemäss seiner Aussage Storytelling wie es sein sollte: einfach und umsetzbar. Und so verhält es sich auch mit seinem Buch (Anm. d. R. [Brandtelling – Storytelling das Marken und Menschen](#)) verbindet. Das Buch führt auf 224 Seiten in einem Prozess von zehn Schritten an die eigene Unternehmensgeschichte und zeigt auf, wie man sich am Markt mit der eigenen Geschichte differenziert. Dank der schönen Illustrationen ist das Buch sowohl für Viel-Lesende wie auch lesefaule Personen geeignet.

Quelle:

<https://fh-hwz.ch/news/hwz-on-air-storytelling-das-marken-und-menschen-verbindet/>
(abgerufen am 18.04.2021)