



kids & fun Consulting WISSEN

Die Heldenreise – Wie erzähle ich eine gute Geschichte?

Wenn es um Storytelling geht, sind einschlägige
Heldengeschichten immer noch die besten.
Der Grund dafür liegt tief in uns verankert:
Es geht um die Reise zu uns selbst!



**KIDS & FUN
CONSULTING**
MARKETING & INNOVATION

Was haben Siegfried, Odysseus, Jon Snow, Elsa aus der „Schneekönigin“ und Luke Skywalker gemeinsam? Warum sind Filme und Geschichten wie „Harry Potter“, „Der Herr der Ringe“ oder „Der weiße Hai“ Megaerfolge und lassen die Kinokassen klingeln? Warum sind wir besessen von Helden, Bösewichten und Bewährungsproben und wünschen uns, auch in solchen spannenden Geschichten mitspielen zu können? Warum schaffen wir es nicht, bei Netflix oder Amazon Prime unsere Lieblingsserie zu stoppen, schauen eine Folge nach der anderen und fiebern mit unseren Helden mit?

Die eine große Geschichte

An Laserschwertern, Zauberringen und Drachen kann es nicht liegen, das ist Beiwerk. Es ist vielmehr so, dass sich hinter den tollen Schauplätzen, Nebenfiguren und verworrenen Handlungssträngen eine Geschichte verbirgt, die einem uralten Schema folgt, dem sogenannten „Mono-Mythos“ des Helden. Und sie erzählt das größte Abenteuer aller Zeiten: Die Geschichte der Reise des „Helden mit den tausend Gesichtern“ zu sich selbst. Sie erzählt nur ein einziges Abenteuer, das es wert ist, erzählt zu werden und immer wieder in neuen Gesichtern erzählt wird, nämlich was es heißt, ein Mensch zu sein und was das Menschwerden ausmacht.

Wissenschaftlich viel erforscht, zum Beispiel von Joseph Campbell („The Hero's Journey“) oder Christopher Vogler („The Writer's Journey“) beschreibt diese Reise eine Heldenfahrt („Quest“), die durch archetypische Stationen und Figuren gekennzeichnet ist. Seit Tausenden von Jahren erzählt sich die Menschheit nach diesem gleichen Schema die Geschichte von Figuren, die so zu

Helden werden und uns ein Vorbild sein sollen. Es ist immer die gleiche Geschichte. Unterbewusst kennen wir diese Geschichte, weil wir sie schon als Kinder immer und immer wieder gehört haben.

Helden sind auch nur Menschen

Jede Kultur, jede Religion und jedes Zeitalter kennt dieses monomythische Urmodell der Heldengeschichte. Sie handelt von einer Reise, die der Held unternimmt: Sie erzählt in Symbolen, ausgeschmückt mit typischen Elementen der Kultur, der Religion oder des Zeitalters von der Suche nach dem Selbst, dem höheren Sinn des Lebens, von traurigen Abschieden von gewohnten Menschen und Situationen und vom Wachsen und Reifen des Helden durch viele Ängste, Gefahren und manchmal auch Tode hindurch, der zu werden, der er wirklich ist. Also eine zutiefst menschliche Geschichte, die uns in unserer Frage nach dem Sinn berührt und erfasst. Wenn eine Geschichte dieser archetypischen Struktur folgt, dann erkennen wir sie wieder, weil sie auch unsere Fragen ans Leben beantwortet, und fiebern mit unserem Helden mit.

Wir erschaffen einen Helden

Drehbuchschreiber (nicht nur in Hollywood) und Autoren folgen dieser Geschichte, weil sie um ihre Macht wissen und weil uns sonst Handlungsbögen nicht schlüssig vorkommen und wir nicht verstehen, warum der Held zum Helden wurde. Wie können wir uns also diese archetypische Geschichte zunutze machen? Wie kann sie uns im Marketing helfen, eine gute Geschichte zu schreiben?

Nicht nur Maskottchen brauchen heutzutage eine gute Geschichte. Storytelling ist besonders in den letzten Jahren – und nicht nur im Familienmarketing – zu einem essenziellen Bestandteil von

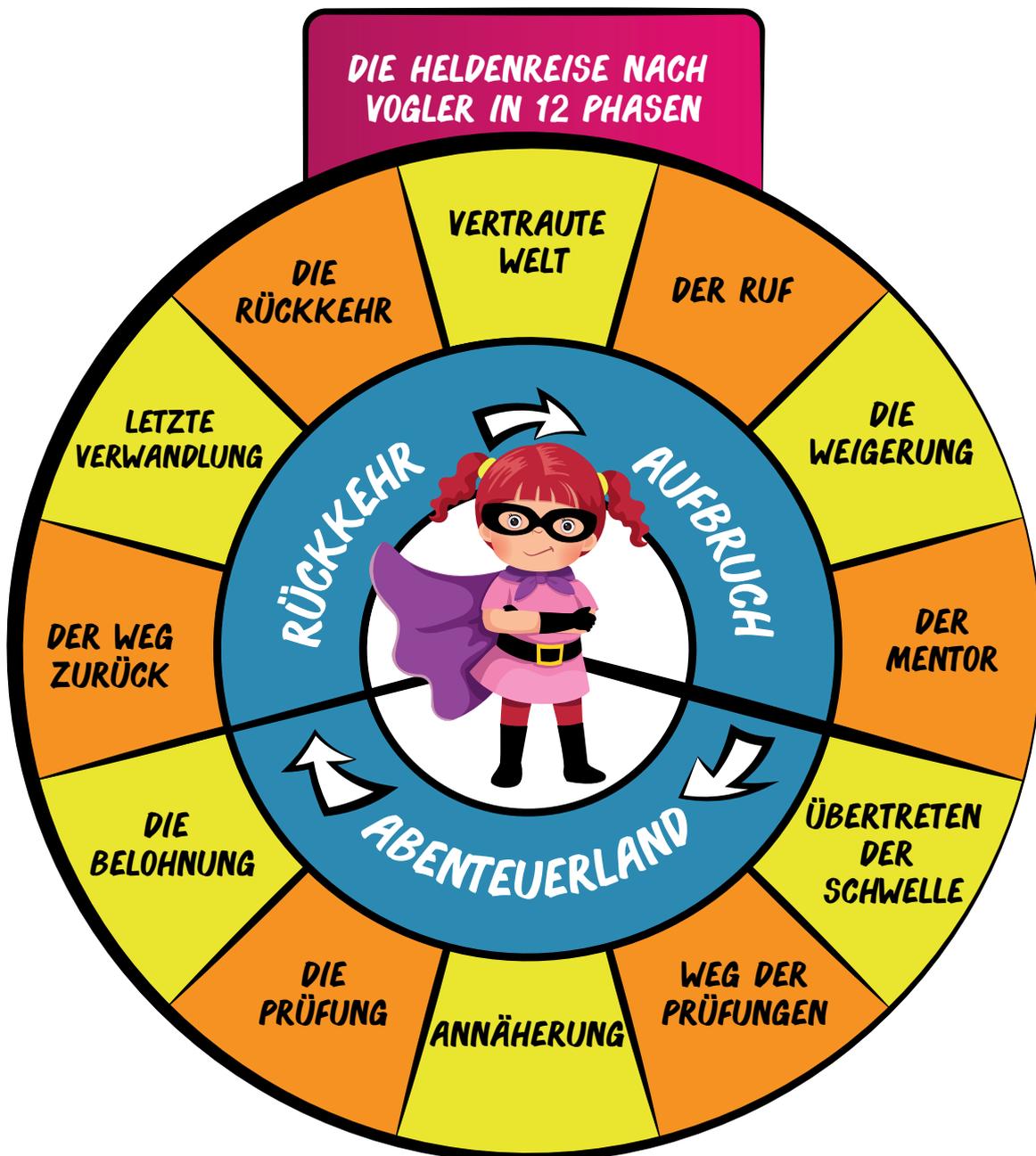
Markenstrategien und Erlebnissen geworden. Eine gute Geschichte ist richtungsweisend für den Spannungsaufbau, die Identifikation mit den Hauptfiguren und die Gestaltung des gesamten Erlebnisses – sei es nun ein Indoor-Spielplatz, ein Erlebnisweg am Berg, eine Rätsel-Rallye oder eine Maskottchen-Geschichte, die auf die Vorzüge eines Produkts oder einer Dienstleistung hinweisen soll.

Wenn wir also für ein Maskottchen, ein Erlebnis, eine Dienstleistung oder ein Produkt eine Geschichte schreiben, sollten wir der archaischen Heldenge-

schichte folgen. Unsere LeserInnen, BesucherInnen und KundenInnen werden es uns danken, weil sie sich leicht mit dem Helden bzw. der Heldin und der Handlung identifizieren können.

Das Abenteuer ruft

Die Struktur der Heldenreise ist kreisförmig. Sie beginnt stets mit dem Status quo: Ein „Niemand“ lebt ein relativ unbedeutendes Leben in einer gewöhnlichen Welt. Dann kommt der Ruf des Abenteurers, dem sich der Held nicht entziehen kann.



Nach Christopher Vogler hat die Heldenreise zwölf Stationen:

- 1. Vertraute Welt:** Ausgangspunkt ist die gewohnte, langweilige oder normale Welt des Niemand.
- 2. Der Ruf:** Dieser Niemand wird zum Abenteuerer gerufen. Das kann durch einen Herold passieren oder aus einer inneren Notwendigkeit heraus.
- 3. Die Weigerung:** Zunächst will der Niemand von diesem Ruf des Abenteuerers nichts wissen.
- 4. Ein Mentor** – manchmal ein weiser alter Mann – überredet ihn dann doch, die Reise anzutreten, und das Abenteuer beginnt.
- 5. Übertreten der Schwelle:** Der Held überschreitet die Schwelle in die magische Welt ins Abenteuer, aus der es kein Zurück mehr gibt.
- 6. Weg der Prüfungen:** Der Held wird vor erste Bewährungsproben gestellt und trifft dabei auf Verbündete und/oder Feinde.
- 7. Annäherung:** Nun dringt er bis zur tiefsten Höhle, zum gefährlichsten Punkt, vor und trifft dabei auf den Gegner, das Monster, seine tiefsten Ängste und Abgründe. Hier enden meistens die Netflix Folgen mit einem „Cliff hanger“, der uns sofort zur nächsten Folge schalten lässt.
- 8. Die Prüfung:** Hier findet die entscheidende Prüfung statt: Konfrontation und Überwindung des Gegners. Die große Schlacht, das böse Monster, der stärkste Drache, die größte Angst des Helden – alles scheint verloren. Manchmal stirbt der Held sogar und wird wiedergeboren.
- 9. Die Belohnung:** Der Held kann nun den Schatz, „Das Elixier“, rauben oder bekommt ihn. Das ist ein konkreter Gegenstand (Schwert, Ring) oder besonderes, neues Wissen.
- 10. Der Weg zurück:** Er tritt mit dem Schatz den Rückweg an. Hier kann es sein, dass sich der Gegner nochmals neu formiert. Der Held verlässt die magische Welt und betritt nach einer Schwelle wieder die „normale“ Welt.
- 11. Letzte Verwandlung:** Der Feind ist besiegt, der Schatz befindet sich in der Hand des Helden. Er ist durch das Abenteuer zu einer neuen Persönlichkeit gereift.
- 12. Die Rückkehr:** Das Ende der Reise. Der Rückkehrer wird zu Hause mit Anerkennung belohnt. Doch die Welt des Helden ist nicht mehr die gleiche wie zuvor. Durch den Schatz hat sie gewonnen und ist besser geworden.

Vergleichen Sie nun Ihren Lieblingsfilm oder Ihr Lieblingsbuch mit dieser Struktur. Jetzt wissen Sie, dass Luke Skywalker, Harry Potter oder Elsa alle einer archetypischen Heldenstruktur folgen, die uns immer wieder aufs Neue begeistert. Auch Ihr Maskottchen oder Ihre Geschichte könnte sich hier einreihen.

Mehr Informationen, wie Sie eine gute Geschichte schreiben, bekommen Sie hier:

office@kidsandfunconsulting.com

Kinder und Familien begeistern



Leistungen

✓ Strategie & Konzept

Für Ihren Erfolg.
Wir begleiten Sie.

✓ Maskottchen

Unverwechselbar.
Exklusiv für Sie entwickelt.

✓ Storytelling

Ihre Geschichte(n).
Spannend erzählt.

✓ Animation

Echt cool.
Und gut überlegt.

✓ Gastronomie

Kinderessen.
Gut und lecker.

✓ Wissen

Ihre Fragen.
Unser Know-how.

Ihr Nutzen

Ursula Weixlbaumer-Norz begeistert Sie mit viel Wissen über die „Generation Z“. **Sie lernen die Zielgruppe Kinder & Familien zu verstehen** und bekommen einen guten **Überblick** über deren Interessen und **Vorlieben**. Sie erfahren wie Ihr **Unternehmen** durch die richtige Ansprache von **Kindern und Familien** noch **erfolgreicher** sein kann.

Über mich

Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz, Betriebswirtin; hat bei **McDonalds** global in den USA das Happy Meal Business geleitet. Später war sie für das gesamte **Familienmarketing** für **McDonalds** in Europa zuständig; Jetzt **Unternehmensberaterin** und Inhaberin von **kids&fun consulting**. Ihre langjährige Expertise im strategischen Kindermarketing macht sie zu einer gefragten Expertin in diesem Bereich.

Referenzen



Wir bieten ihnen massgeschneiderte Lösungen!



KIDS&FUN CONSULTING
Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz
Erdbergstraße 10/44
1030 Wien, Österreich



office@kidsandfunconsulting.com



www.kidsandfunconsulting.com