

Strategische Narrative

Verständnis.

Vorgehensweise.

Referenzen.



**Was ist ein
Strategisches
Narrativ?**

Eine sinnstiftende Erzählung

Das Geschichtenerzählen erlaubt es Menschen, flexibel, in großen Massen und unabhängig von räumlicher Trennung miteinander zu kooperieren und gemeinsame Ziele zu verfolgen. **Ein Strategisches Narrativ macht komplexe oder abstrakte Themen verständlich, in dem es über gemeinsame Werte, Emotionen und Visionen Sinn stiftet.**

Warum Strategische Narrative?

Strategische Narrative werden entwickelt, um Menschen für Veränderungen zu gewinnen oder um ihnen komplexe Inhalte plausibel zu vermitteln. **Anders als bei reinen Fakten lassen sich Informationen im Rahmen von Geschichten besser abspeichern und erinnern.**

Strategische Narrative in der Kommunikation

In der Kommunikation mit Zielgruppen dient das Narrativ als Instrument der Überzeugung. Es organisiert unterschiedliche Formen der Kommunikation langfristig unter einem essenziellen Grundmotiv und markiert den Ausgangspunkt für die vertriebliche Kommunikation von Produkten oder Dienstleistungen. **Es ist ein ideales Transportmittel für Markenbotschaften.**

**Was muss ein
Strategisches
Narrativ heute
leisten?**

**Es muss Werte
und Emotionen
transportieren.**



Der Geschichte des Jesus von Nazareth und seiner Botschaft der Gottes- und Nächstenliebe folgen nach 2.000 Jahren weltweit noch immer 2,5 Milliarden Christinnen und Christen.

**Ein gemein-
sames Bild mit
großer Strahl-
kraft teilen.**



Träume wahr werden lassen – Wagemut und Erfindungsgeist katapultieren den Menschen auf den Mond und bringen ihn sicher zur Erde zurück. Mondlandung, 1969

**Orientierung
bieten und
Zuversicht
vermitteln.**



Mit der IBA Emscherpark 1989 entsteht in der untergegangenen Industrielandschaft des Ruhrgebiets eine Zukunftsidee. 460.000 Menschen besuchen die erste Ausstellung im Gasometer Oberhausen. Dies markiert die Geburtsstunde des Ruhrgebietstourismus.

Strategische Narrative entfalten ihre volle Wirkung dann, wenn sie gezielt und systematisch in Kommunikations- und Vermittlungskonzepte eingebunden werden.

Wie geht das?

Mit dem BGP-Modell.



01 Wir machen uns ein Bild.

Situationsanalyse und Einarbeitung in die Aufgabensituation



Story Listening:

Ausarbeitung von Fragestellungen (Ziele, Wünsche, Selbstverständnis, Verantwortlichkeiten, Aufgabenverteilung, Zusammenspiel der Kräfte, Markenverständnis, Anforderungen an die Kommunikation etc.)

Optional:

Durchführung von Interviews (Fragebögen) mit Vertretern der Zielgruppe auf Basis dieser Fragestellungen

Story Analyse:

Auswertung der Befragungen // Herausarbeitung von Leitgedanken und Thesen
Visuelle Analyse:
Erfassung und Bewertung aller bisher vorhandenen bildgebenden Elemente

Insight-Präsentation und Workshop (mit den Projektverantwortlichen):

Vorstellung unserer Erkenntnisse im Rahmen einer Präsentation // Diskussion // Formulierung von strategischen Aufgaben und Thesen für Kommunikation und Marketing // Verabschiedung einer gemeinsamen Linie

02 Wir entwickeln eine Geschichte.

Auf Basis der Erkenntnisse aus Schritt 01 entwickeln wir einen Vorschlag für eine Erzählung.

Semantischer Raum:

Zusammenstellung und Gewichtung von Begriffen und Formulierungen, die im Hinblick auf die Entwicklung des Strategischen Narrativs relevant sein können

Strategisches Narrativ:

Entwicklung von Routen-Vorschlägen für ein Narrativ, die das Leitbild einer Neupositionierung verdeutlichen und verkörpern.

Narrative Bildwelt:

Entwicklung von Moodboards, die das Storytelling der Narrativ-Routen in passende Bild- und Farbwelten übersetzen.

Präsentation und Workshop:

Vorstellung unserer Lösungen // Diskussion // Verabschiedung einer gemeinsamen Linie



03 Wir entwerfen einen Rahmen.

Einbettung des Narrativs in ein Kommunikations- und Vermittlungskonzept.

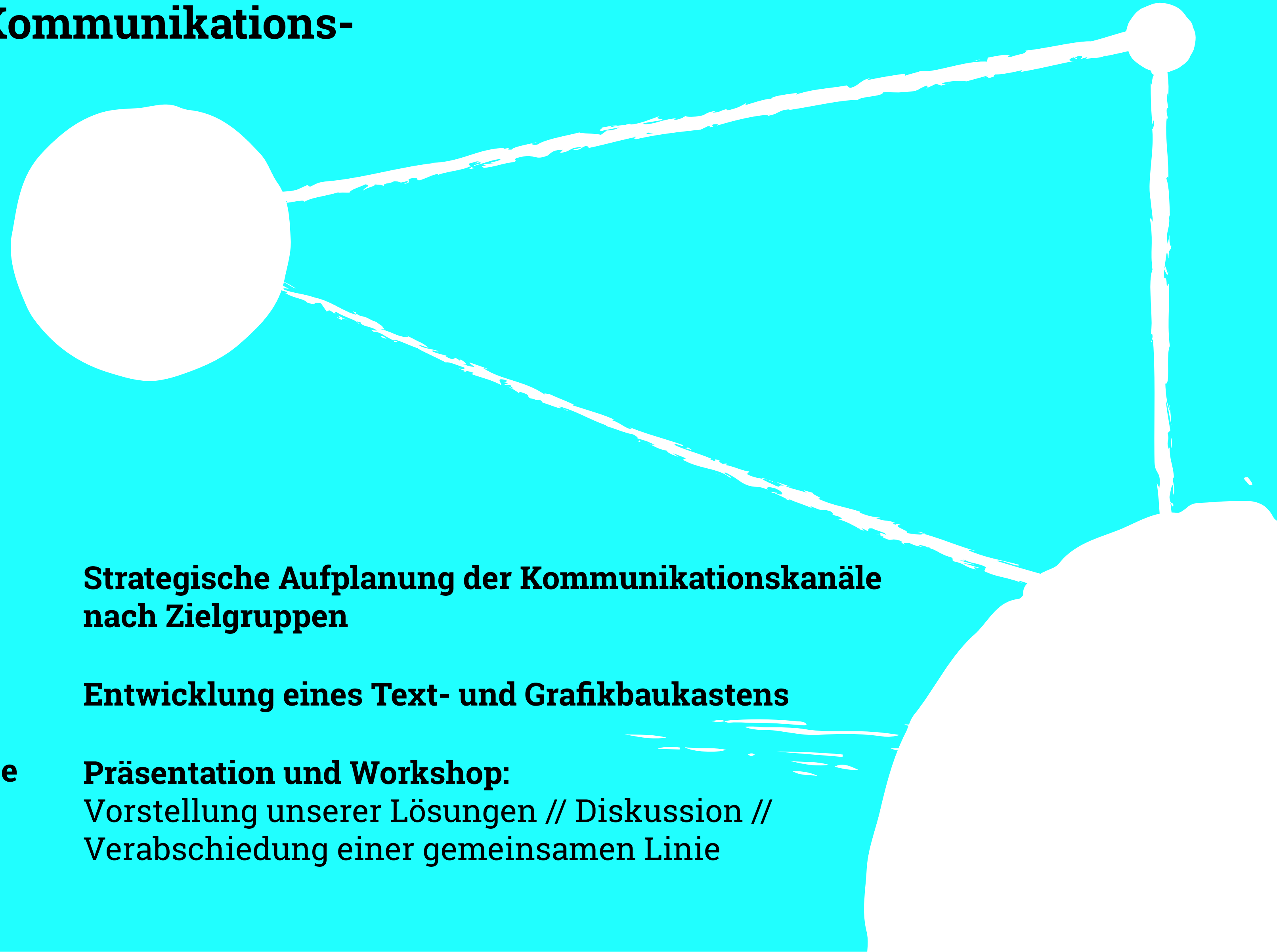
Strategische Kommunikationsplanung:
Entwicklung einer Kampagnenklammer
(Naming, Claiming, Look & Feel)

Entwicklung exemplarischer Bausteine einer Zielgruppenkommunikation auf der Grundlage von Customer Journeys

Strategische Aufplanung der Kommunikationskanäle nach Zielgruppen

Entwicklung eines Text- und Grafikbaukastens

Präsentation und Workshop:
Vorstellung unserer Lösungen // Diskussion // Verabschiedung einer gemeinsamen Linie





**Sie möchten etwas verändern?
Wir entwickeln die passende
Geschichte dazu.**

Erfahren Sie mehr über Strategische Narrative von BGP.

**Wir unterstützen Sie gerne bei der Entwicklung
Ihrer eigenen Strategischen Narrative.
Nutzen Sie unsere Expertise und vereinbaren
Sie **unverbindlich** einen Ersttermin für
Ihr Vorhaben.**

Antek Krönung

Geschäftsführer, Leitung Kundenberatung

Mail: kroenung@bgp.de

Mobil: 0172 27 92 097

Kontakt

BGP Oberhausen

Essener Straße 2 - 24

46047 Oberhausen

Fon 0208 850 39 0

Fax 0208 850 39 99

BGP Berlin

Pfalzburgerstraße 11

10719 Berlin

Fon 030 88 77 44 84

Fax 030 88 55 42 61

info@bgp.de - bgp.de

