

STORY-DESIGN NACH ROBERT MCKEE

1

ZIELEMOTION

Wer ist Zielgruppe? Wo tut es ihr weh? Was braucht sie, ohne es zu wissen? Was soll sie am Ende tun?

2

WERTEKONFLIKT

Welcher Wertekonflikt steht hinter dem Schmerz? Wer ist der Held/die Heldin der Geschichte? Wie ist das Setting (Zeit, Figuren, Schauplatz, Konfliktebenen)?

3

AUSLÖSENDES EREIGNIS

Welches Ereignis verkehrt den Kernwert des Helden ins Positive oder Negative? Kann sich das Publikum mit diesem Werteschwenk identifizieren?

4

KERNBEDÜRFNIS

Was braucht der Held/die Heldin, um aus dieser Situation herauszukommen? Deckt sich der Kernwert der Marke mit dem Kernbedürfnis des Helden?

5

ERSTE AKTION

Was tut der Held, um sein Kernbedürfnis zu befriedigen?

6

ERSTE REAKTION (KRISE)

Gegnerische Kräfte (innere, zwischenmenschliche, gesellschaftliche) greifen ins Geschehen ein.

7

ZWEITE AKTION (ENTSCHEIDUNG)

Kampf gegen die gegnerischen Kräfte. Der innere Wertekonflikt wird jetzt ausgetragen.

8

ZWEITE REAKTION (HÖHEPUNKT)

Die Protagonistin erreicht ihr Wunschziel. Der Wertegegensatz pendelt sich auf der positiven Seite ein.

BEISPIEL: DOVE "REAL BEAUTY" KAMPAGNE



1

ZIELEMOTION

Frauen jeden Alters. Sie finden sich nicht schön genug. Sie brauchen mehr Selbstbewusstsein. Sie sollen sich mit der Marke Dove identifizieren.

2

WERTEKONFLIKT

Negatives vs. positives Selbstwertgefühl. Heldinnen sind die Frauen (die Marke ist ihr Mentor). Jetztzeit, Künstler-Atelier, reale Figuren, innerer Konflikt.

3

AUSLÖSENDES EREIGNIS

Blind-Porträt des Phantomzeichners. Unvoreilhaftes Selbstbeschreibung. Frauen neigen zu übermäßiger Selbstkritik, was das Aussehen angeht.

4

KERNBEDÜRFNIS

Selbstbewusstsein. Dove steht für einen Schönheitsbegriff, der die normale Frau zum Maßstab macht.

5

ERSTE AKTION

Ungläubiges Lächeln: Fremdbeschreibung fällt positiver aus als Selbstbeschreibung. Selbstwertgefühl steigt.

6

ERSTE REAKTION (KRISE)

Beim Vergleich der Porträt-Varianten sinkt das Selbstwertgefühl wieder. Selbstzweifel und Misstrauen.

7

ZWEITE AKTION (ENTSCHEIDUNG)

Die Frauen vertrauen der Fremdwahrnehmung und begreifen, dass ihre Selbsteinschätzung falsch war.

8

ZWEITE REAKTION (HÖHEPUNKT)

Selbstzweifel sind besiegt. Aus negativem ist positives Selbstwertgefühl geworden. Diesen Wandel vollzieht das Publikum nach und verbindet ihn mit der Marke Dove.