

# Leitfaden

## Schritte zur Implementierung archetypischer Storytelling-Elemente

Sobald für dich der passende Archetyp und das Zielgruppenprofil feststehen, folgt die Implementierung archetypischer Storytelling-Elemente in die Markenkommunikation.

[Hier kannst du einen Archetypentest](#)

### So gehst du vor

1. **Definiere die zentrale Markenbotschaft** – Formuliere eine klare Botschaft, die mit dem Archetyp übereinstimmt und die Marke in ihrer Rolle positioniert. Diese Botschaft sollte im Kern die Werte des Archetyps widerspiegeln und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen. Ein Held-Archetyp könnte beispielsweise die Botschaft „Überwinde deine Grenzen“ vermitteln.
2. **Erstelle eine Erzählstruktur** – Entwerfe eine Story, die den Archetyp verkörpert und eine Verbindung zur Zielgruppe aufbaut. Nutze universelle Narrative wie die Heldenreise, Entdeckerreise oder das Wandelmärchen, um die emotionale Reise der Kunden durch deine Marke darzustellen.
3. **Integriere den Archetyp in die visuelle Identität** – Vom Logo bis zur Farbpalette sollte die visuelle Gestaltung der Marke den Archetyp widerspiegeln. Ein Rebell-Archetyp könnte beispielsweise kräftige, mutige Farben und ungewöhnliche Designelemente verwenden, während der Weise-Archetyp eher gedämpfte, elegante Farbtöne und eine klare Ästhetik bevorzugt.
4. **Nutze die Sprache des Archetyps in der Kommunikation** – Wähle eine Sprache, die zu dem Archetyp passt, den du verkörpern möchtest. Ein Narren-Archetyp kann humorvoll und leger auftreten, während ein Herrscher-Archetyp eine eher formelle, autoritäre Sprache verwendet. Die Sprache sollte durchgängig in allen Kommunikationskanälen wie Social Media, Website und Werbung angewendet werden.
5. **Gestalte die Kundeninteraktion archetypisch** – Überlege dir, wie du den Archetyp auch in der Interaktion mit Kunden leben kannst. Ein Fürsorger könnte besonderen Fokus auf Support und Kundenzufriedenheit legen, während der Entdecker in der Interaktion zu neuen Ideen und kreativen Lösungen anregen

könnte. Diese Archetyp-Eigenschaften sollten nicht nur in der Kommunikation sichtbar sein, sondern auch im Kundenservice und in der Produktgestaltung.

6. **Etabliere konsistente Storytelling-Rituale** – Nutze den Archetyp als Grundlage für regelmäßiges Storytelling. Durch Blogs, Social-Media-Posts, Videos oder Newsletter kannst du kontinuierlich Geschichten erzählen, die den Archetyp beleben und ihn mit der Marke verknüpfen. Konsistenz sorgt dafür, dass die Marke in ihrer Rolle glaubwürdig und authentisch wirkt.
  
7. **Bewerte und passe den Archetyp regelmäßig an** – Die Bedürfnisse und Erwartungen deiner Zielgruppe können sich im Laufe der Zeit verändern. Überprüfe daher regelmäßig, ob der gewählte Archetyp weiterhin zur Markenvision und Zielgruppe passt, und passe die Storytelling-Elemente gegebenenfalls an. Ein „sanftes Rebranding“ kann hier hilfreich sein, um den Archetyp beizubehalten, aber dynamisch auf Veränderungen zu reagieren.

***Durch diese Schritte kann die Marke ihre Geschichte lebendig und emotional erlebbar machen, was zu einer stärkeren Kundenbindung und einem authentischen, dauerhaften Markenimage führt.***

*Mehr zu Archetypen. Besuche auch die Website von unserem [CEO Doreen Ullrich Königshofer](#), sie ist DIE EXPERTIN IN SACHEN ARCHETYPEN IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH!*

Entdecke das volle Potenzial deiner Marke! Lass uns gemeinsam deine Archetypen finden und einzigartige Geschichten entwickeln, die wirklich berühren.

Nimm jetzt auf, um dein Markenerlebnis neu zu definieren!

**[Jetzt Gratistermin buchen!](#)**