

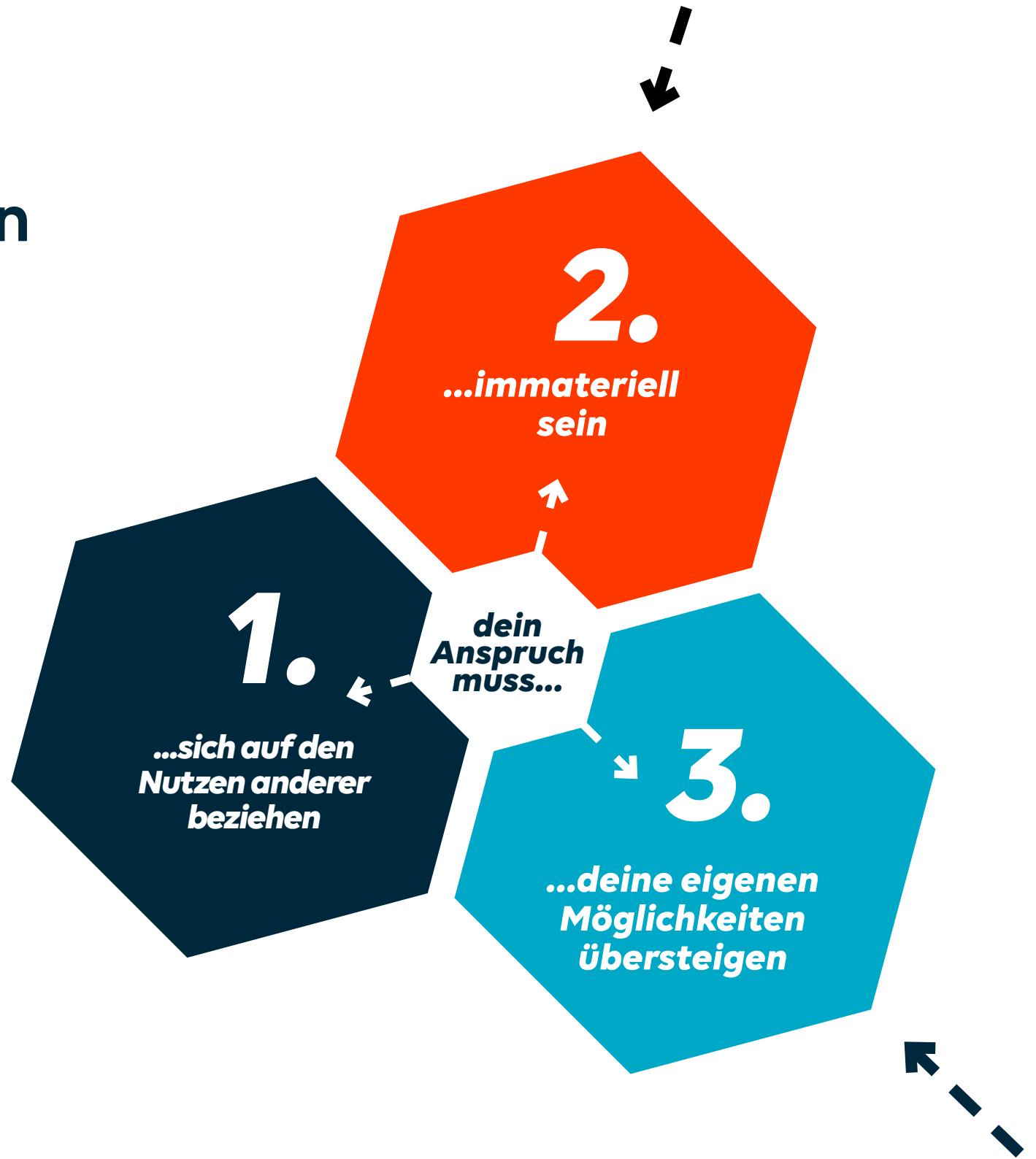


# In 3 Schritten zu deiner Mission Why!

Mit der **Campaign Core Triade**®.

# Die Campaign Core Triade

Für einen kraftvollen Anspruch, der in der Lage ist, das Feuer in anderen zu entzünden, gibt es drei entscheidende Voraussetzungen:





1.

## Dein Anspruch muss sich auf den Nutzen anderer beziehen.

**Menschen setzen sich am ehesten für sich selbst in Bewegung.** Deshalb kann man sie am ehesten ins Boot holen, wenn ihre (!) Bedürfnisse befriedigt werden.

Das **verhaltenswissenschaftliche Prinzip der Reziprozität** besagt, dass die Wahrscheinlichkeit, dass jemand etwas für uns tut, steigt, wenn wir zuerst etwas für ihn tun.

**Unser Anspruch muss also anderen dienen** bzw. Nutzen stiften, indem deren Bedürfnisse befriedigt werden.



## Dein Anspruch muss immateriell sein.

Wir **Menschen sind Gefühls-Junkies**, die ihre Erfüllung aus Gefühlszuständen ziehen.

Hinter allen materiellen Zielen steht in Wahrheit meist ein **immaterielles Bedürfnis**, das gestillt werden will. Beispiel: Wunsch nach mehr Geld – immaterielles Bedürfnis dahinter: Sicherheit oder Freiheit.

Der Kern eines jeden Anspruchs ist eine **Unzufriedenheit mit dem Status quo**.

### Kleiner Tipp:

Erst **mehrmaliges Wiederholen der Frage** nach dem Warum führt zum wahren Kern. Es lohnt sich also, nach jeder Antwort noch eine Schicht tiefer zu graben und auf Basis der letzten Antwort erneut die Fragen nach dem Warum zu stellen.



## Dein Anspruch muss die eigenen Möglichkeiten übersteigen.

Menschen lieben es, Teil eines größeren Ganzen zu sein, da sie dabei  
**über sich hinaus wachsen.**

Einen Beitrag zu leisten, der bedeutsam ist, beschert **Menschen Erfüllung.**

Der **Anspruch deiner Kampagne** muss groß genug sein.  
Oder, um es genau zu sagen: größer als du selbst!

### **Beispiel:**

„Bester Service für unsere Kunden“ ist zwar ein immaterieller Nutzen und bezieht sich auf andere, dennoch hat er nicht die Kraft, Menschen zu begeistern, weil sie nicht groß genug ist, um anderen glaubhaft zu machen, dass hier deren Beitrag notwendig ist.

**Es braucht etwas, wonach es sich zu streben lohnt!  
Etwas, das viele betrifft. Was kann diese Sache sein?**

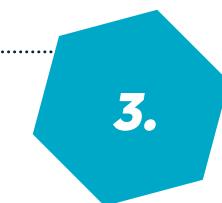
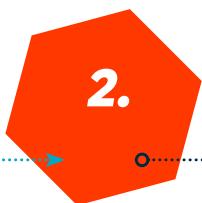
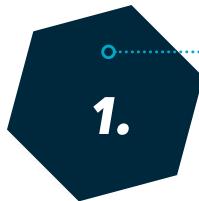
# Ein Unterkunft-Vermittler entwickelt sein WHY

## Beispiel: Airbnb

### Tätigkeit

Vermittlung von Unterkünften von privat für jedermann!

**Ein zündender Anspruch  
muss sich auf den Nutzen  
anderer beziehen ...**



**... und deine eigenen  
Möglichkeiten übersteigen.**

Dieses System  
funktioniert nur,  
wenn Menschen auf der  
ganzen Welt mitmachen.

**... immateriell sein ...**

Andere Menschen  
fühlen sich  
in der ganzen  
Welt zu Hause.

### Anspruch

Belong everywhere - Fühl dich überall zu Hause!

# Worksheet:

## Entwickle deinen eigenen Anspruch



### 1. Fokus auf andere

#### Hilfreiche Fragen sind:

- Warum ist das für andere wichtig?
- Wo treffen sich meine Interessen mit denen anderer?
- Wo dient mein Streben einem höheren Interesse?

### 2. Immaterieller Nutzen

#### Hilfreiche Fragen sind:

- Worum geht's mir eigentlich?
- Warum ist mir das wichtig?

### 3. Größer als du selbst

#### Hilfreiche Fragen sind:

- Was könnten wir gemeinsam erreichen, das wir alleine niemals schaffen würden?
- Was könnten wir schaffen, von dem mehr Menschen profitieren als jene, die sich beteiligt haben?
- Wo sind Auswirkungen auf die Gesellschaft im Allgemeinen oder bestimmte Bevölkerungsgruppen im Speziellen?
- Wo sind Auswirkungen auf unsere Stadt, unser Land oder unsere Welt?

## Anspruch

Campaigning Bureau  
**Kampagnenberatungs GmbH**  
Gölsdorfgasse 4/6, 1010 Wien

**Contact us now!**

hello@campaigning-bureau.com  
[www.campaigning-bureau.com](http://www.campaigning-bureau.com)  
+43 1 532 32 01