



Storytelling im Unternehmen

Die richtige Methode, um Kontext zu schaffen und zu überzeugen

Was ist Storytelling?

- Storytelling = Die Weitergabe von Erfahrung und Wissen durch Geschichten
- Fakten in einen Kontext stellen
- mit strukturiertem Aufbau demonstrieren, emotionalisieren und dramatisieren



Die Wirkung von Storytelling

- Geschichten triggern Emotionen
- Unser Gehirn reagiert schneller und intensiver auf Gefühle als auf Fakten
- Geschichten aktivieren viele verschiedene Gehirnbereiche und bleiben somit länger im Gedächtnis als reine Informationen
- Mit Geschichten können wir uns besser identifizieren und sie nachempfinden, während Fakten abstrakt sind und rational verarbeitet werden
- Geschichten können uns motivieren und inspirieren

**"Das Gehirn ist der größte
Kinosaal der Welt."**

Ridley Scott



Wozu Storytelling im Unternehmen?

Mit Geschichten...

- Menschen für etwas gewinnen und Interesse wecken
- Entscheidungen herbeiführen
- für Zusammenarbeit motivieren
- komplexe Themen vereinfachen
- Stakeholder abholen
- Ergebnisse präsentieren
- Veränderungen fördern
- Optimierungsbedarf aufdecken
- neue Lösungswege aufzeigen
- Unternehmenskultur formen



Aufbau einer guten Geschichte

Merke:

Der Rezipient steht im Mittelpunkt und soll überzeugt werden

1. Ziel definieren

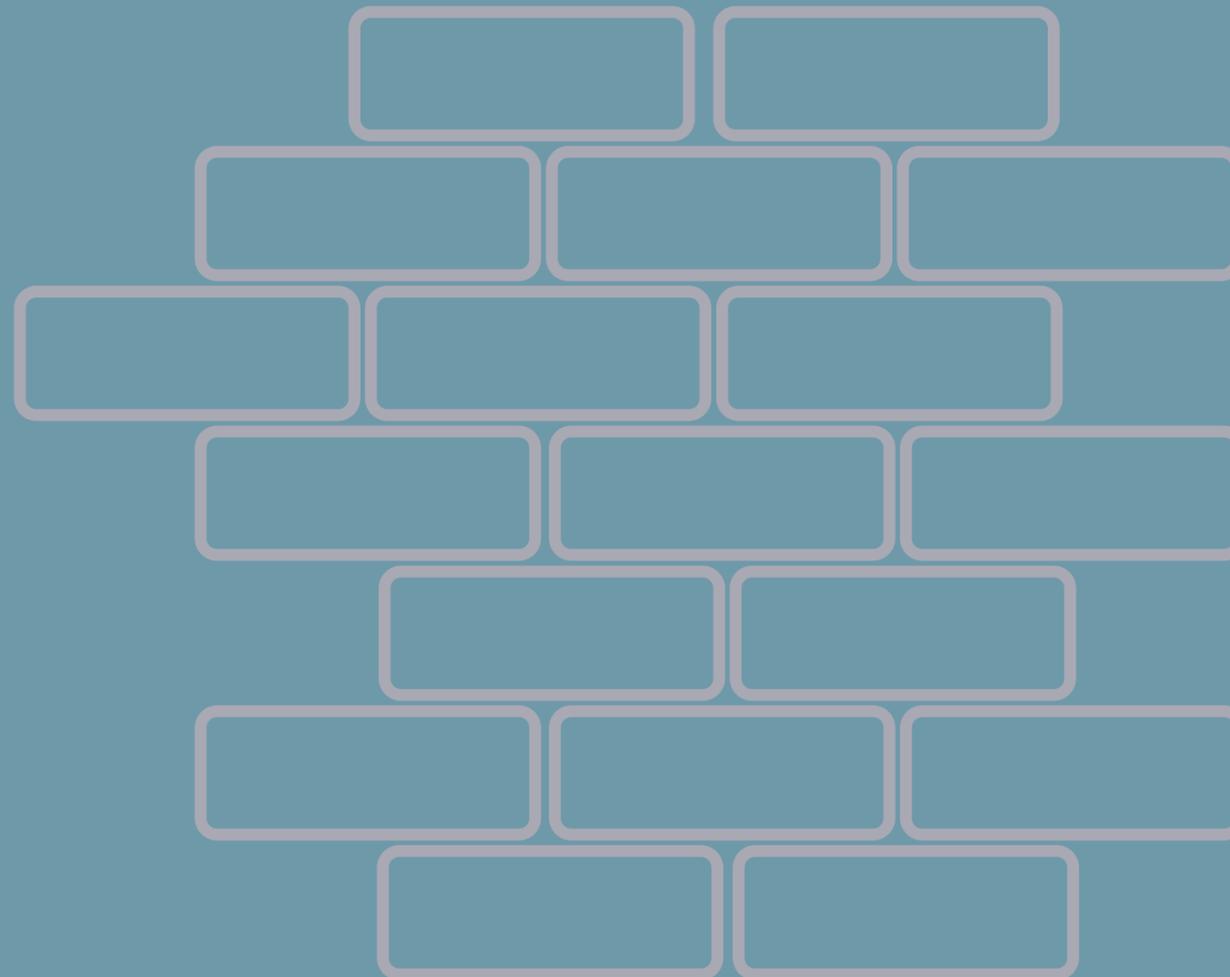
2. Kontext schaffen

3. Begeisterung teilen

4. Herausforderung aufzeigen

5. Emotionen verknüpfen

6. Spannung aufbauen





Die Heldenreise

nach Joseph Campbell

- weltweites Grundkonzept zum Aufbau von Geschichten
- Der Held will etwas erreichen oder bekommen und macht sich auf die Reise --> Rezipient will wissen, ob es ihm gelingt

Die fünf Phasen der Heldenreise:

1. Der Held lebt in seiner gewohnten Welt
2. Ruf nach Abenteuer/Herausforderung/Aufgabe
3. Er verlässt seine gewohnte Umgebung
4. Er stößt dabei auf Gefahren und Hindernisse sowie auch Unterstützung
5. Nachdem er verschiedene Aufgaben überbrückt hat, kehrt der Held gestärkt/verändert in seine gewohnte Umgebung zurück



Jedes Unternehmen steckt voller Geschichten...

Mitarbeiter:

Biografien und Lebensläufe
Erfahrungen von Kollegen
aus verschiedenen
Abteilungen
ältere/erfahrene Kollegen

Zahlen:

Entwicklungen
Trends
Vergleiche
Szenarien



Produkte:

Ziele
Herausforderungen
Hindernisse
Lösungen

Unternehmen:

Gründung
Entwicklung
Meilensteine
Kultur

Kunden:

Kundenwünsche erfahren
Kundenzufriedenheit erkennen
Produkt/Dienstleistung aus
Kundensicht besser
kennenlernen

Geschichten im Unternehmen finden und nutzen

- Kundengespräche, Mitarbeiterinterviews führen
- Mit der Unternehmensgeschichte auseinandersetzen
- Produktentwicklung analysieren
- Zahlen in einen Kontext stellen
- eigene Erfahrungen einbringen



gewonnene Geschichten thematisch in die nächste Präsentation/Meeting einbinden und mit den fünf Phasen der Heldenreise einen emotionalisierenden Aufbau schaffen.

**"... Es geht nicht darum,
etwas Falsches
aufzuplustern, sondern
etwas Wahres mit guten
Fakten zu füttern."**

Prof. Dr. Veit. Etzold