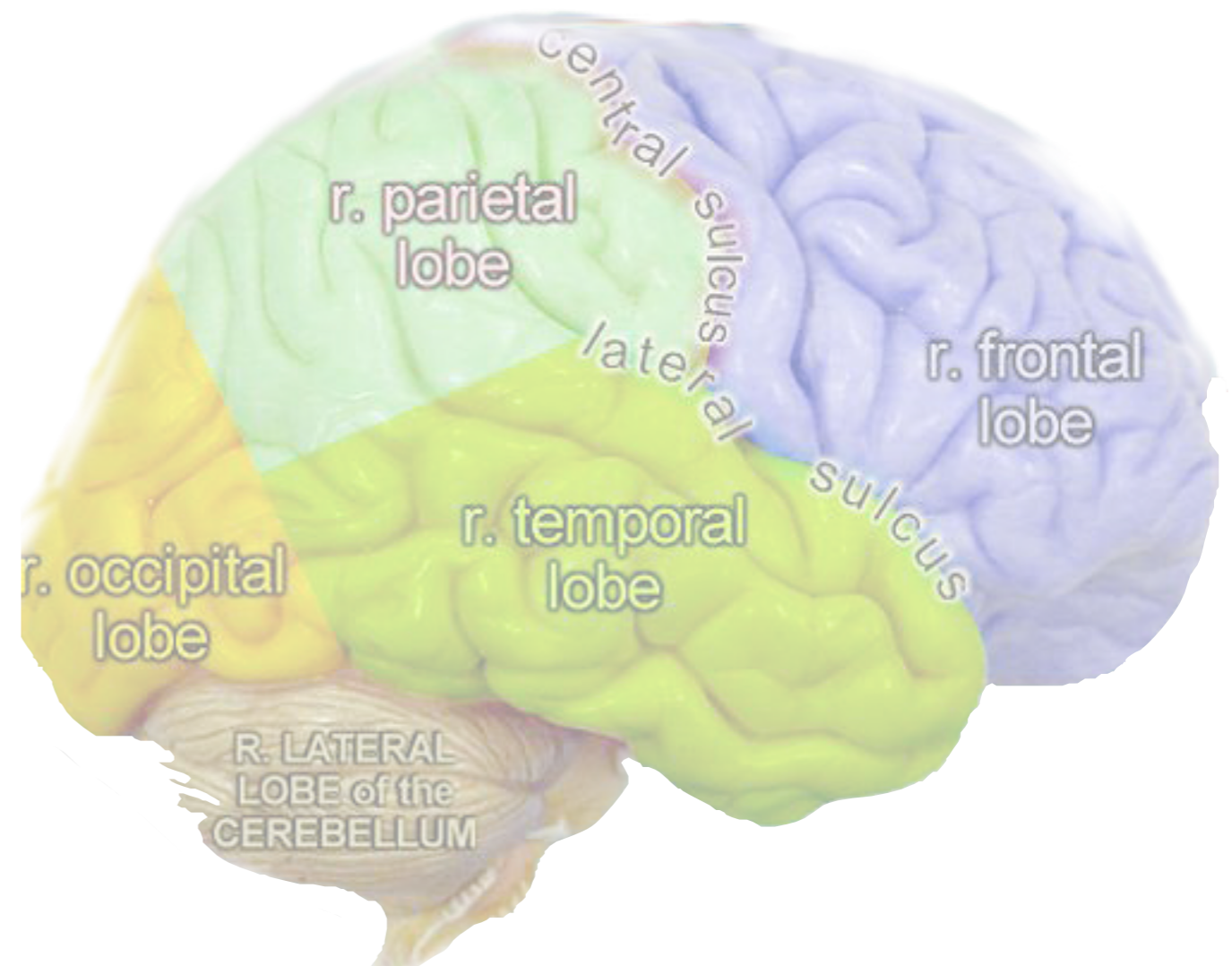


# Storytelling – Das/Im Unternehmen erzählen

# Warum Geschichten erzählen?



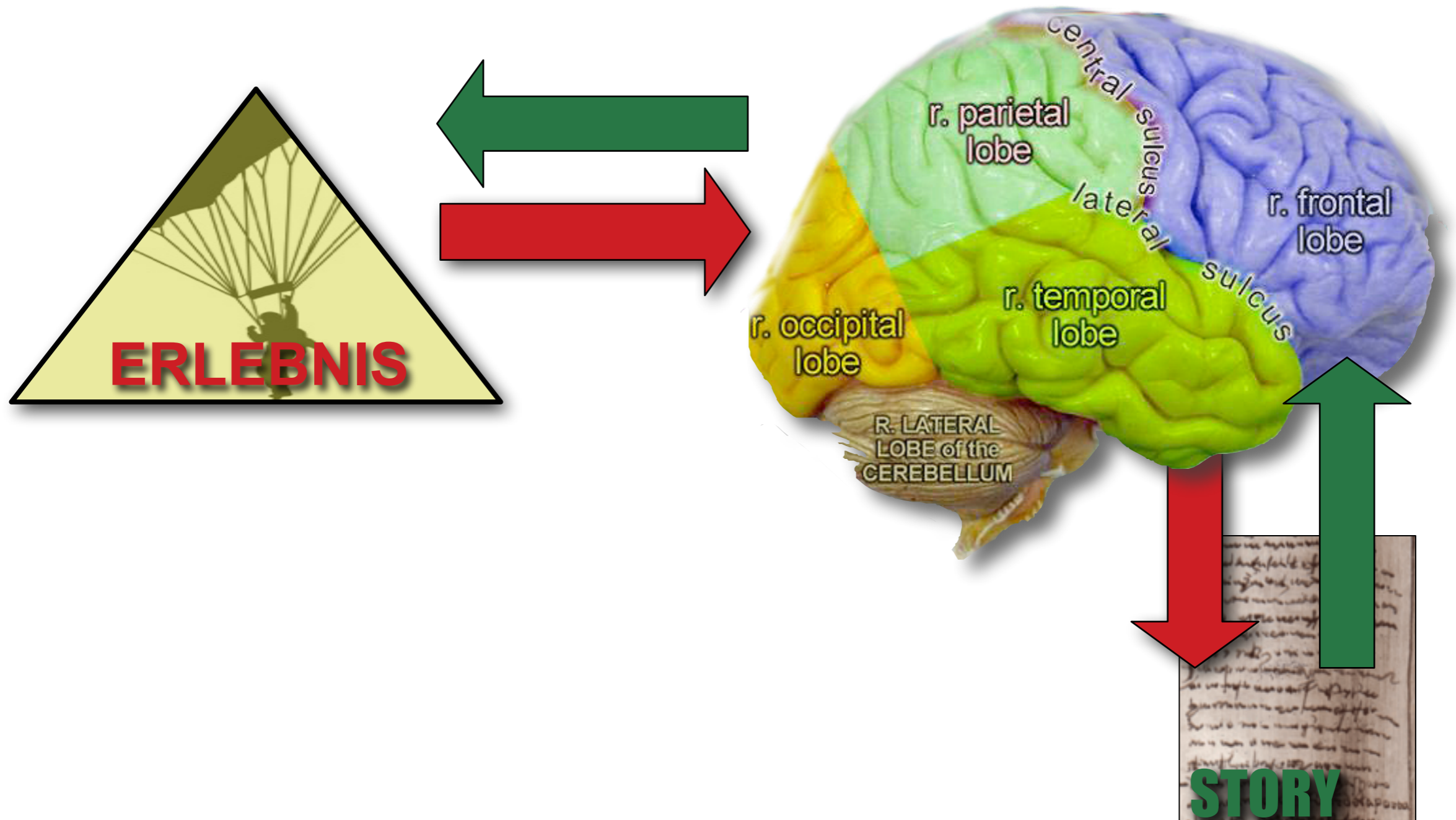
# "Geschichten treiben uns um, nicht Fakten"

## Zwei Arten von Gedächtnis



„Geschichten treiben uns um, nicht Fakten. Geschichten enthalten Fakten, aber diese Fakten verhalten sich zu den Geschichten wie das Skelett zum ganzen Menschen. Einzelheiten machen nur im Zusammenhang Sinn, und es ist dieser Zusammenhang und dieser Sinn, der die Einzelheiten interessant macht.“ Manfred Spitzer, Neurobiologe

# Wir denken in Geschichten



## **Spiegelneuronen: Nachahmen und Mit-Erleben**

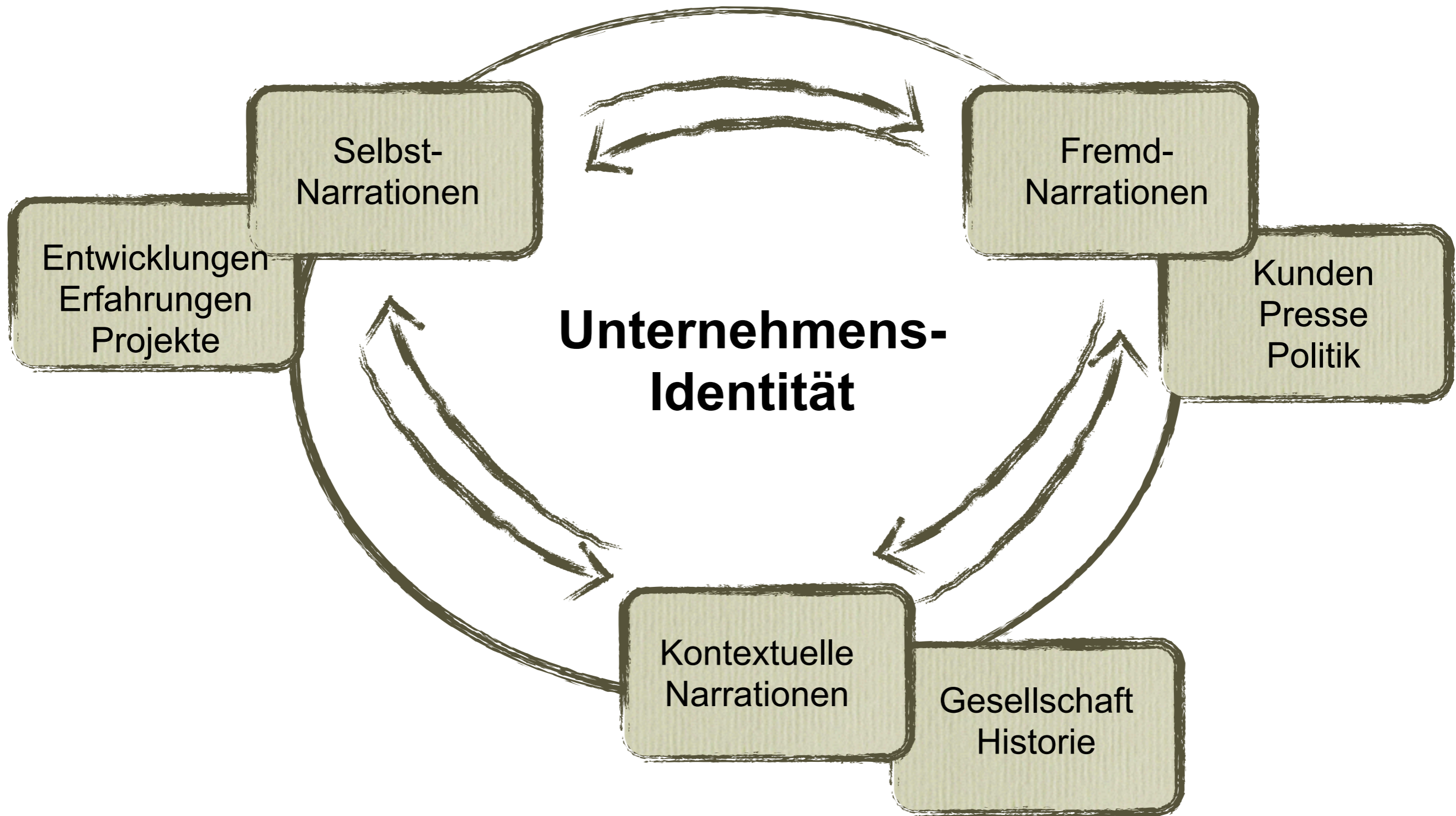
**Spiegelneuronen „feuern“ immer dann, wenn Menschen verstehen, nachvollziehen, nachahmen und miterleben.**

**Insbesondere sind Spiegelneuronen bei der Rezeption von Geschichten aktiv.**

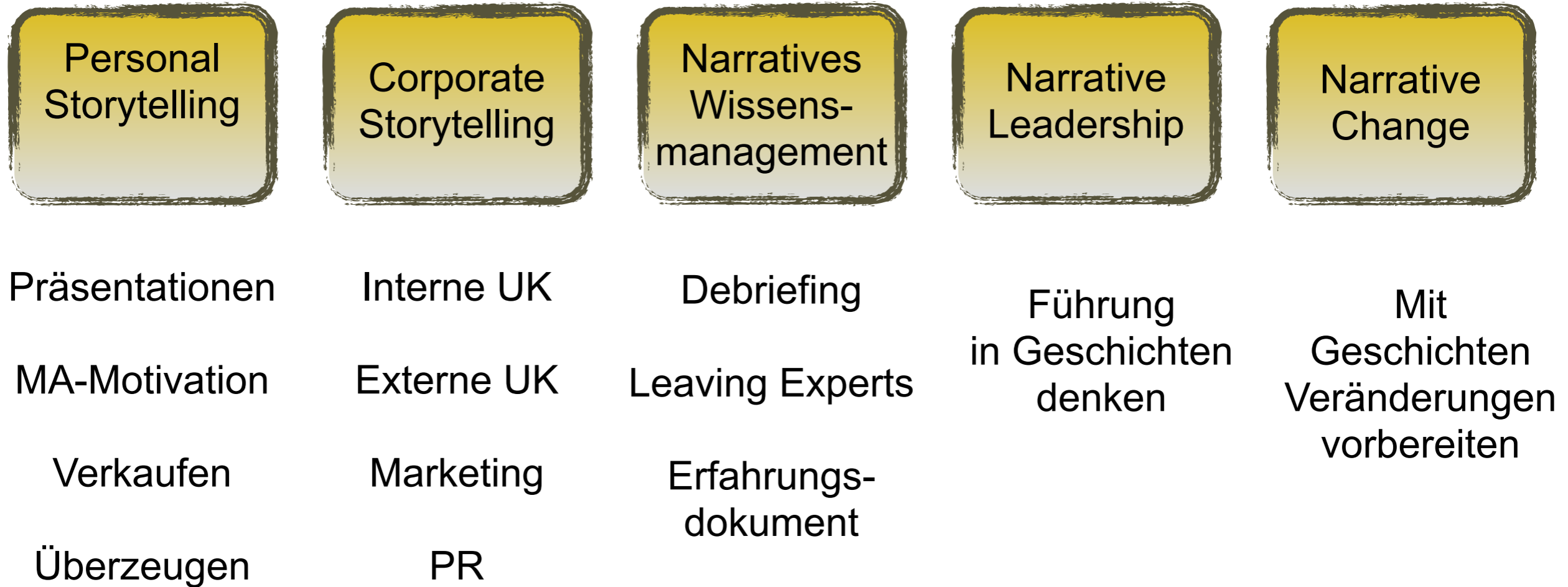
**Narrative Strukturen eignen sich daher besonders, wenn es darum geht**

- **Empathie und Emotionen auszulösen**
- **Identifikation zu schaffen**
- **langfristig im Gedächtnis zu bleiben**
- **komplexe Muster und Botschaften verständlich zu vermitteln**

# Narrative Konstruktion von Identität



# Narratives Management: Storytelling im Unternehmenskontext



# Storytelling in der Unternehmenskommunikation:

## Was ist eine gute Geschichte?





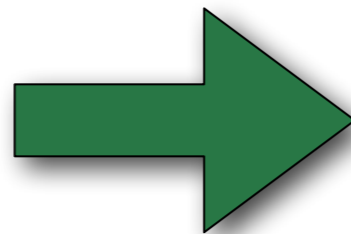
# Die Grundstruktur jeder Geschichte

## TRANSFORMATION

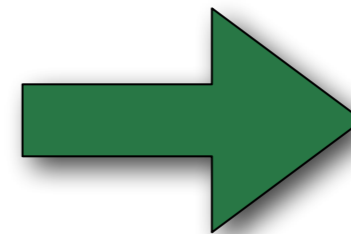
DAVOR ≠ DANACH



**ANFANG**

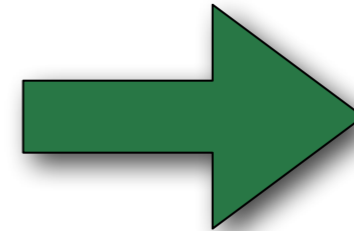
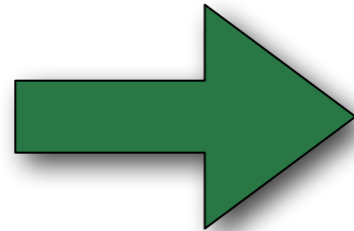


**EREIGNIS**



**ENDE**

# Jede Geschichte erzählt vom Wandel



**Ausgangs-  
zustand**

**Ereignis**

**Endzustand**

Herausforderung  
Grenzüberschreitung  
Konflikt

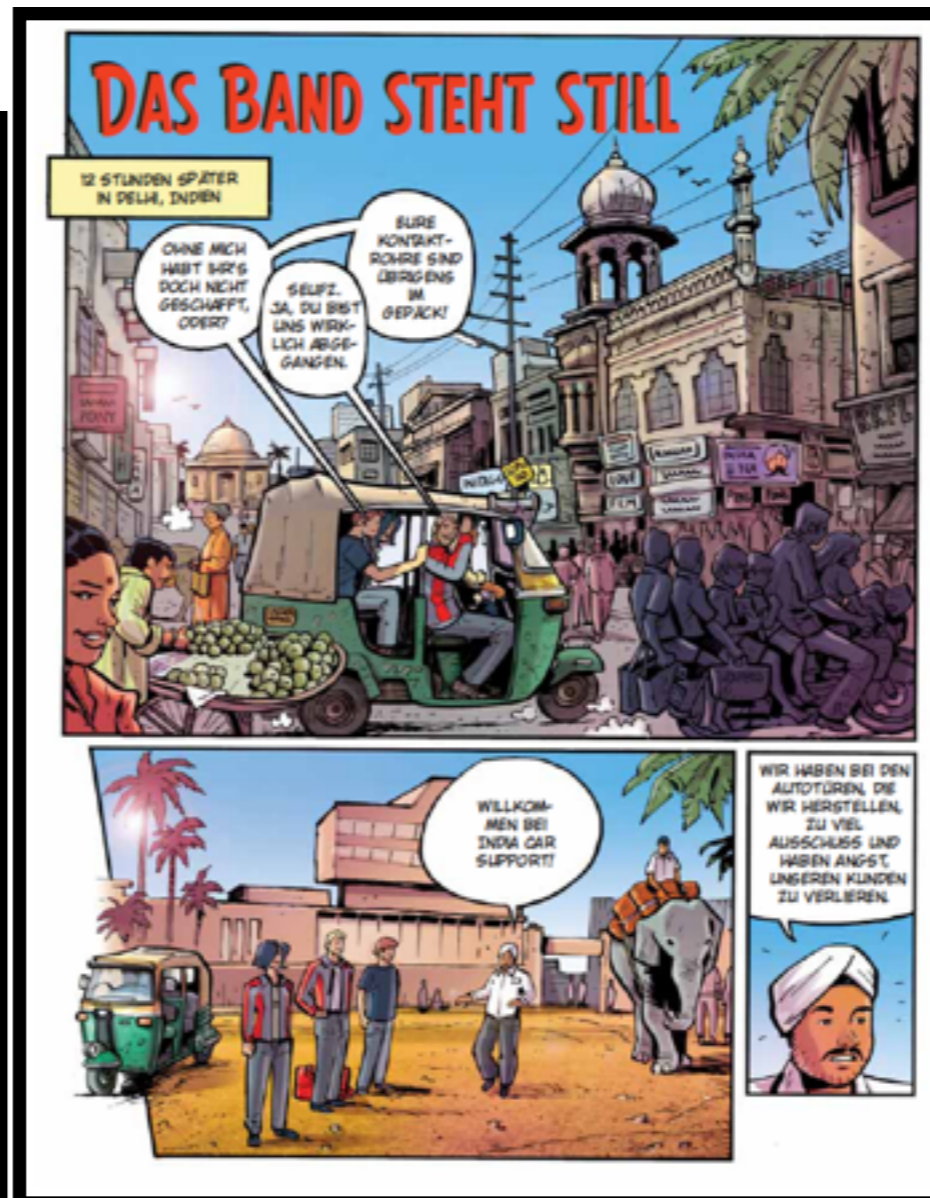
## Vorsicht vor „Success Stories“



**Erfolg! Erfolg! Erfolg! Erfolg**

**Das ist keine gute Geschichte!**

# Beispiel Externe Kommunikation: Operation Arc



**Während wir für gewöhnlich annehmende Leistungen immer nur kurzzeitig, schnell vorübergehende Phänomene sind, so man in der Schweißtechnik dazu beitragen, die Fähigkeiten für die Dauer der Schweißvorgänge mit konstanten Eigenschaften aufrechtzuerhalten. Dies ist durch einen...**

**der das Schweißen sorgt?**  
Die Stromschleifer der Strahlrohre geben von einem Brenner. Wenn ein geschlossenes Stromkreis hergestellt wird, wird die beiden Elektroden durch einen Draht gezogen. Ein Draht, der durch die Elektroden gezogen wird, ist ein Draht, der die Elektroden (siehe Kapitel unten) in den Bereich führt, wo die Elektroden die Werkstücke durch den Stromfluss erwärmen.

**WELCHES - 30 PUNKTWEISE**  
Die Schweißtechnik ist die Technologie der Lötung in der geschweißten Konstruktion. Dies sind keine Konstruktionsteile, die durch die Lötung verbunden sind. Die Lötung ist ein Prozess, bei dem ein Metall (oder ein Polymer) zwischen zwei Metallteilen (oder einem Polymer und einem Metallteil) aufgetragen wird, um eine Verbindung herzustellen, die die beiden Teile verbindet. Dieser Prozess ist ein wichtiger Bestandteil der Fertigung und wird in vielen verschiedenen Branchen eingesetzt.

**DIE WITZE DES SCHWEISSENS**  
Manche Menschen sind Lötungen in jeder Sprache. Sie sind immer in der Lage, sich selbst zu überzeugen, dass sie die Lösung sind. Sie sind immer in der Lage, sich selbst zu überzeugen, dass sie die Lösung sind. Sie sind immer in der Lage, sich selbst zu überzeugen, dass sie die Lösung sind.

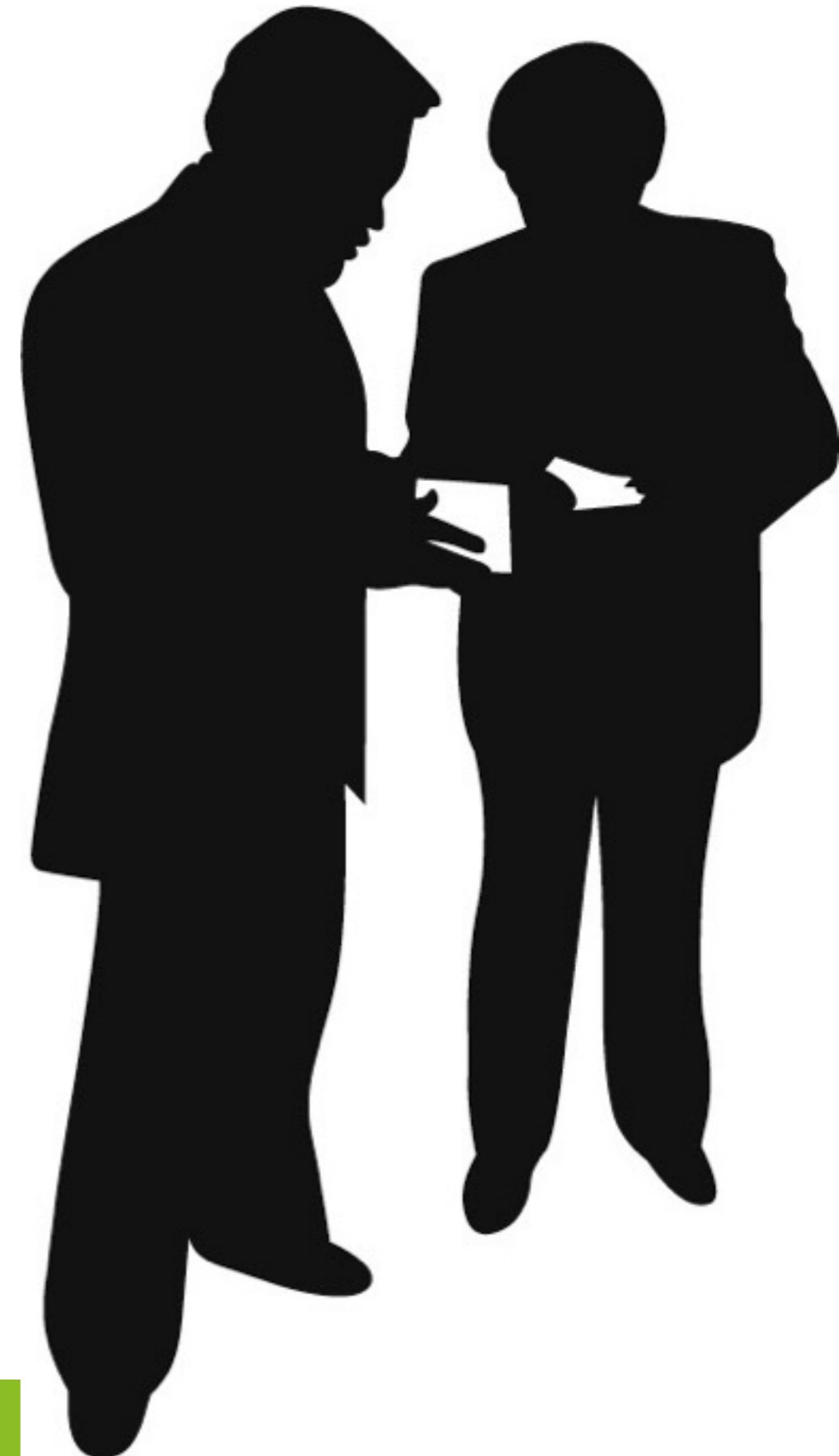
**Wird... getrennt... Lötung**

**Wird... getrennt... Lötung**

**Wird... getrennt... Lötung**

**Wird... getrennt... Lötung**

# Mit Geschichten Veränderungen und Innovationen gestalten



## Die Zukunft

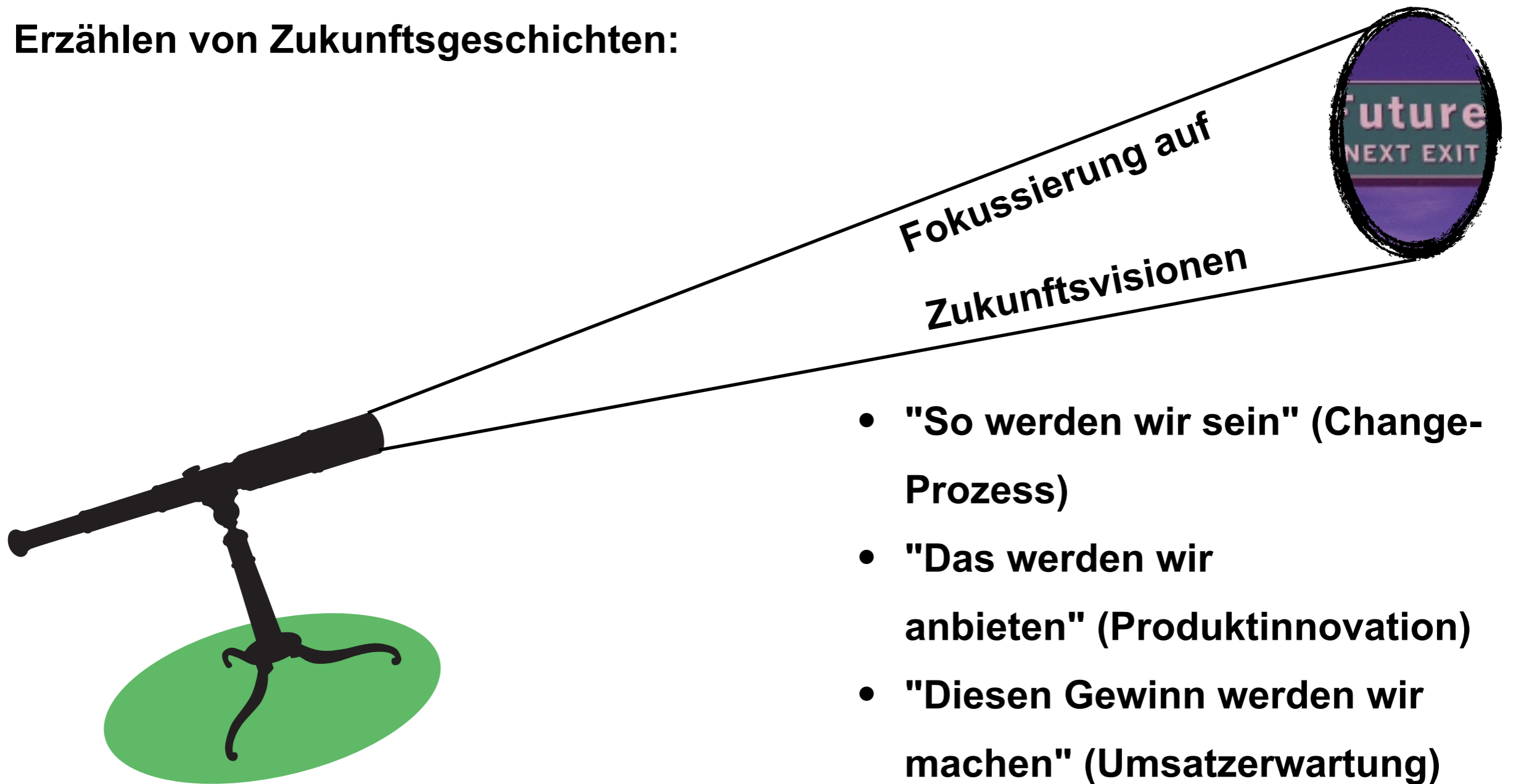
Nach Aussagen von Führungskräften ist eine der zentralen Tätigkeiten von Organisationen und deren Führung:

- **Vorstellungen über die Zukunft der Organisation entwickeln.**
- **Schritte zu unternehmen, um diese Vorstellungen Wirklichkeit werden zu lassen.**



## Die Zukunft

### Erzählen von Zukunftsgeschichten:



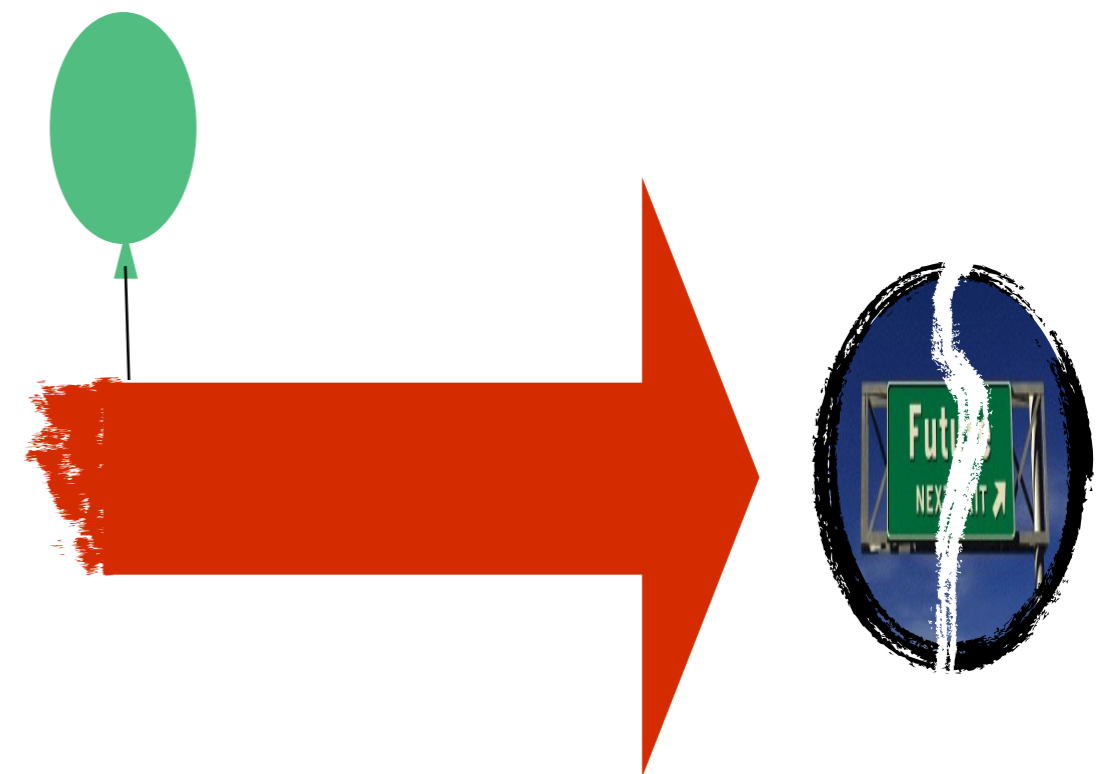
## Die Zukunft

### Ein häufiges Resultat:

- Innovationen, die nicht funktionieren
- Change-Prozesse, die auf halbem Weg stecken bleiben
- Mitarbeiter, die nicht "mitziehen"
- Umsatzziele, die sich als unrealistisch herausstellen

Geschichten, die "fiction" bleiben

### Die typische Zukunftsgeschichte:



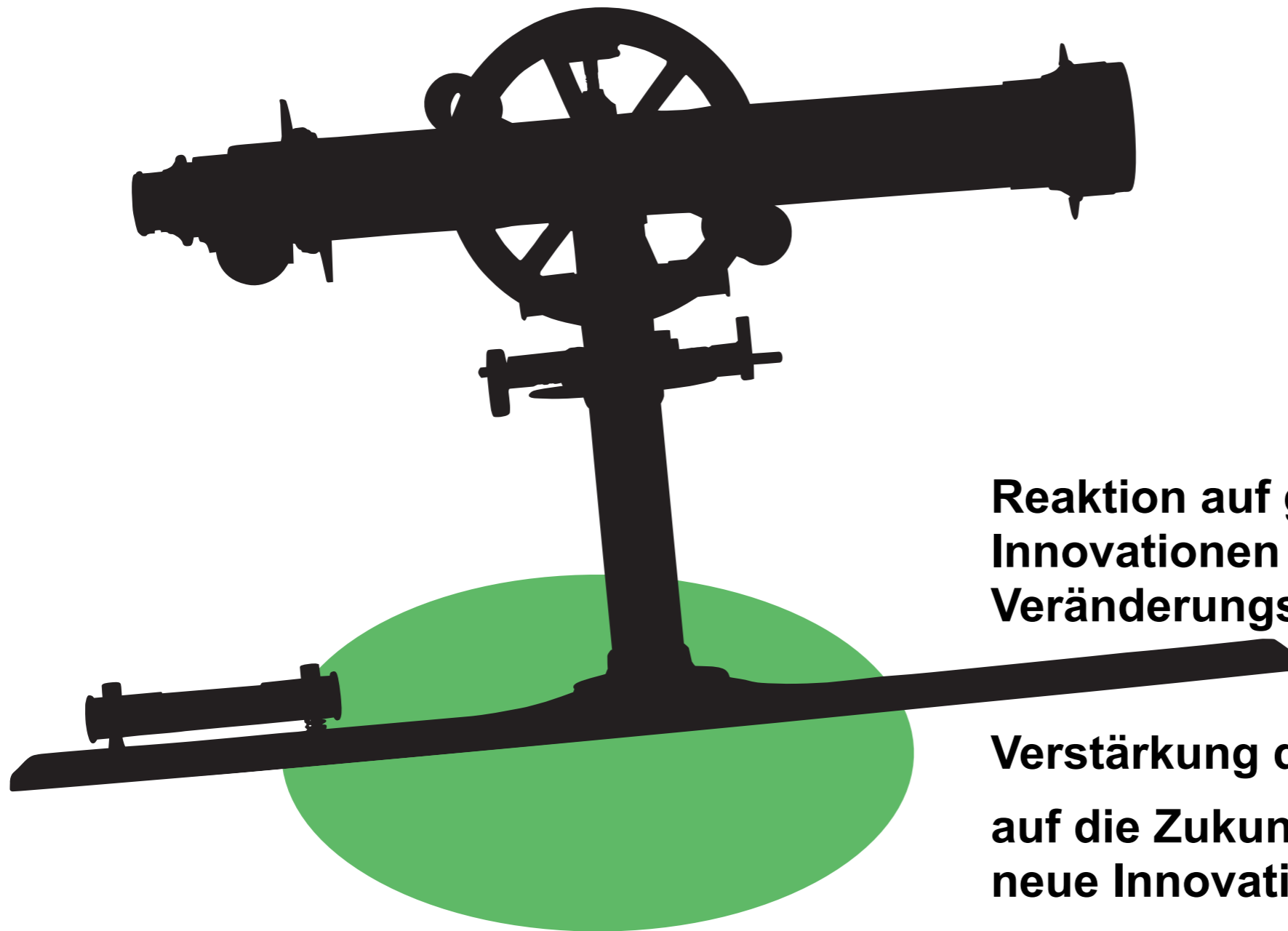
Vergangenheit

Gegenwart

Zukunft



## Die "Erforschung" der Zukunft

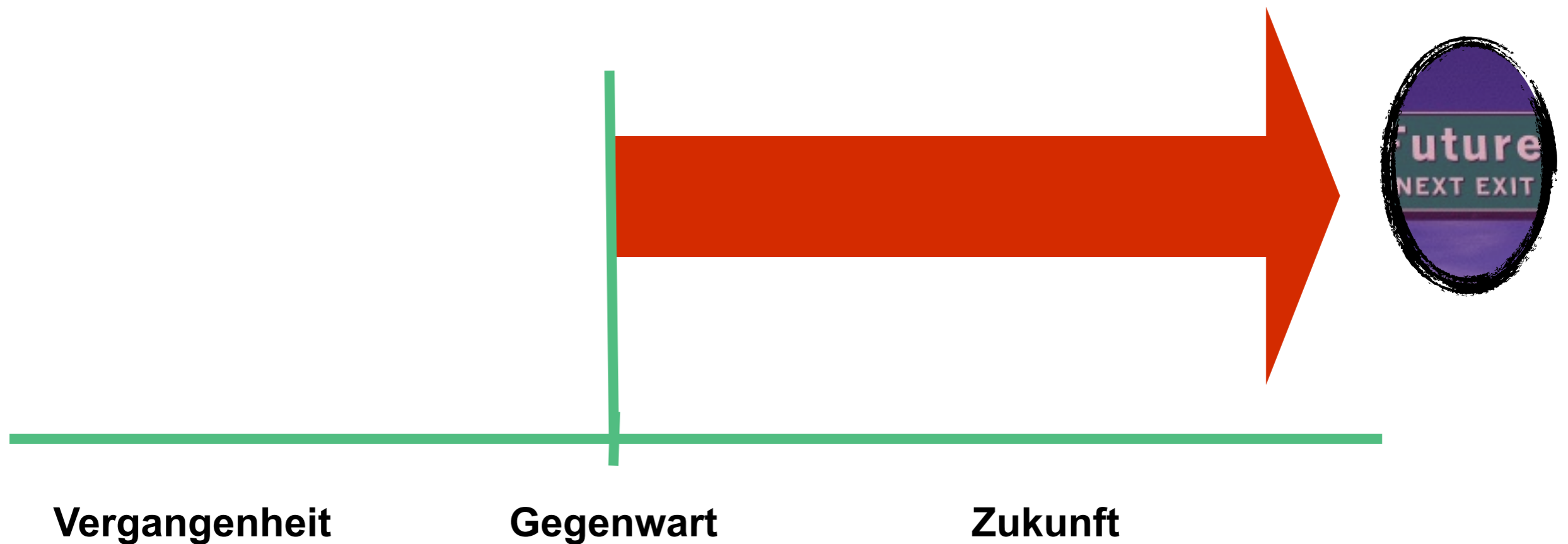


**Reaktion auf gescheiterte Innovationen und Veränderungsprozesse:**

**Verstärkung der Fokussierung auf die Zukunft: Trendforschung, neue Innovationsprozesse etc.**

## Die Entdeckung der Gegenwart

Man könnte die Geschichte aber auch "jetzt" beginnen lassen ....



# Die Gegenwart ist der Ausgangszustand jeder erfolgreichen Zukunftsgeschichte



**Ausgangs-  
zustand**

**Ereignis  
Grenzüberschreitung**

**Endzustand**

## Die Gegenwart der Zukunft

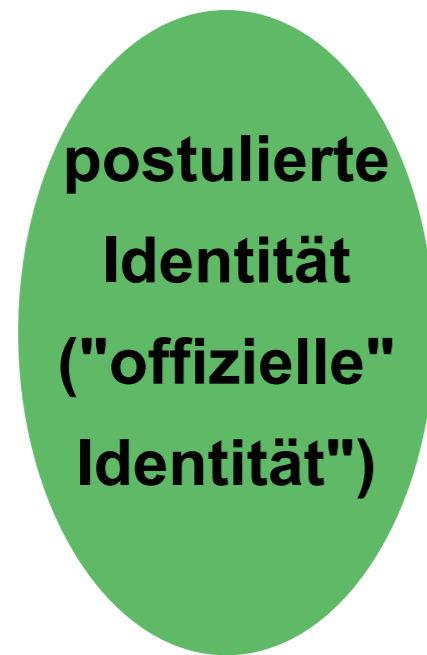


**Denn Zukunft hat eine Vergangenheit:**

**Die Gegenwart.**

**Die Gegenwart kennen heißt: Die gegenwärtigen Systemregeln erforschen – die Identität des Unternehmens.**

## Die bekannte und die unbekannte Gegenwart

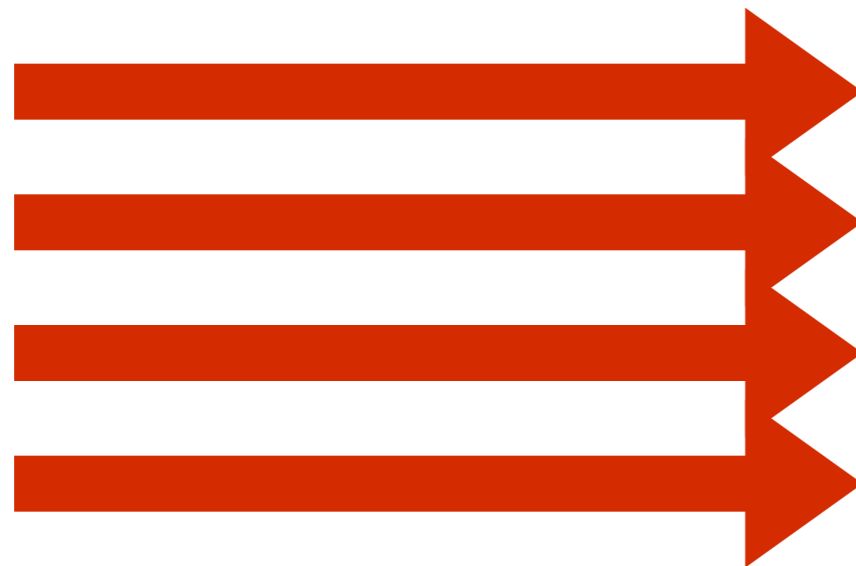


**Organisationale, strukturelle  
und ökonomische Beschreibungen  
und Regeln**

**"Mentale" Systemregeln:**

- **Was halten die Mitarbeiter für möglich/unmöglich?**
- **Was halten sie für sinnvoll/sinnlos?**
- **Welche Vorstellungen / Ideen über das Unternehmen und seine Zukunft haben sie?**

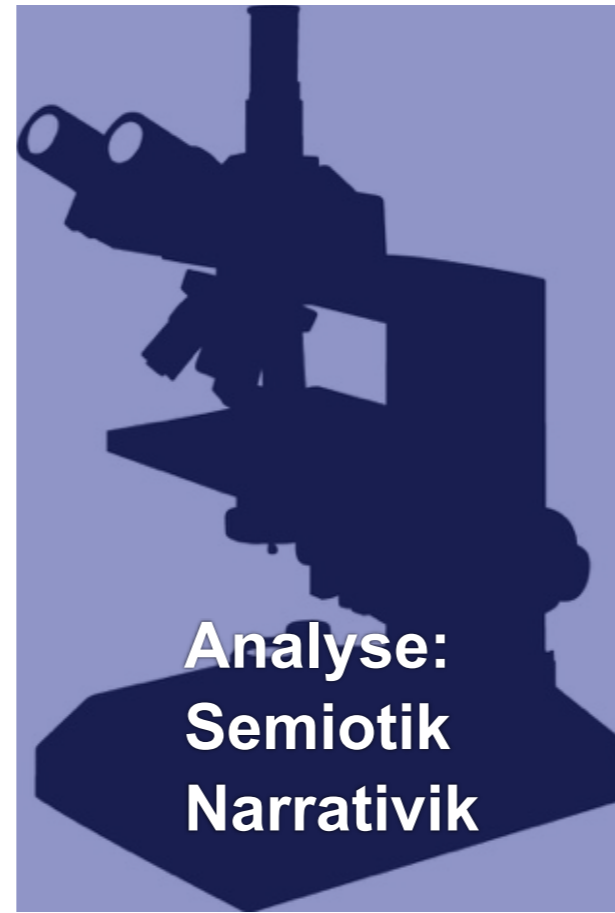
## Die Erforschung der Gegenwart über die Vergangenheit



**Geschichten  
darüber, wie wir  
geworden sind,  
was wir sind**

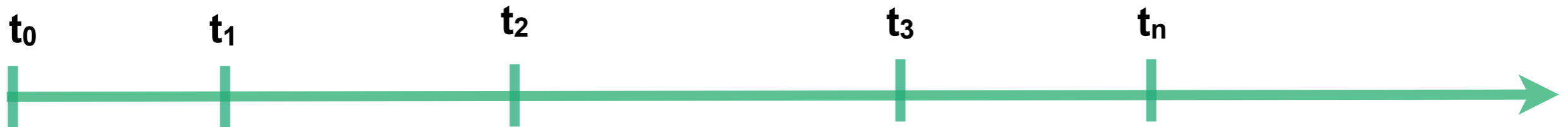


# Die narrative Systemlandkarte



## Ergebnisse – Beispiel 1: Widerstand als sinnvolles Handeln

### Zeitschiene



“Dieser Prozess wurde nach einem Führungswechsel abgebrochen”

“Der Vorstand hat ein neues Projekt aufgesetzt. Es wird scheitern.”

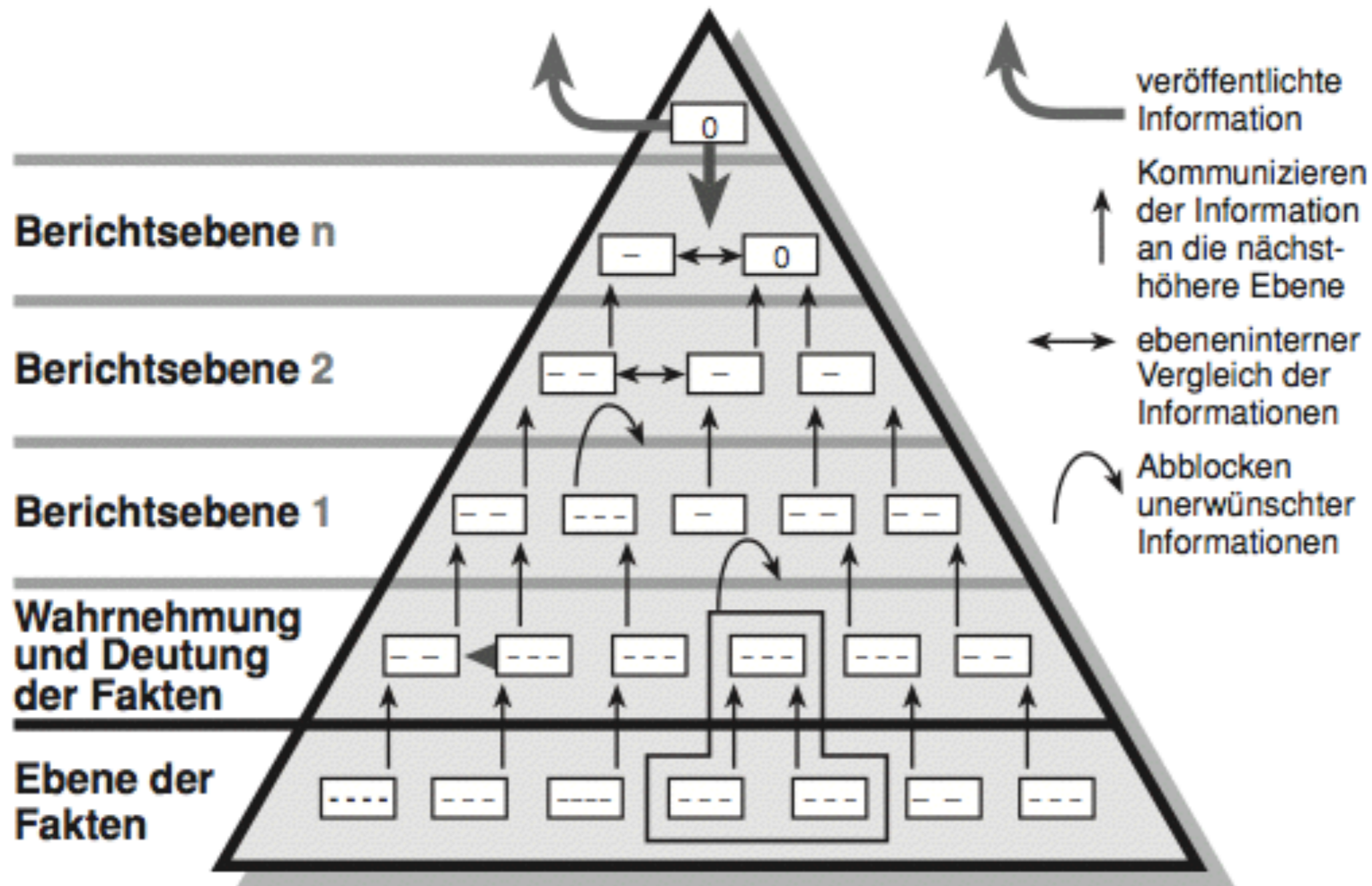
“Die Ergebnisse dieser Studie wurden nie umgesetzt”

“Nach viel Mühe ist das dann sang- und klanglos eingeschlafen”

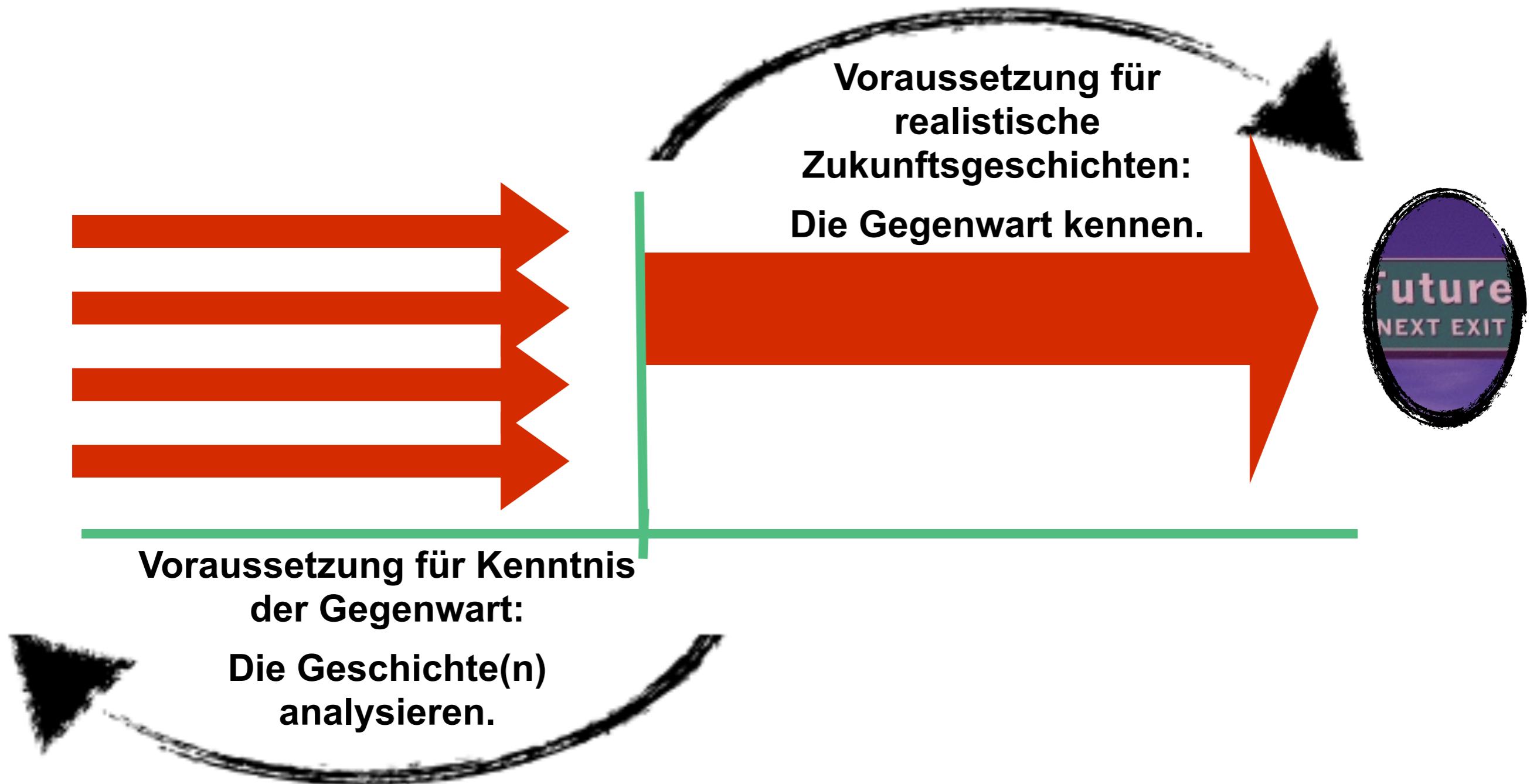
Erklärungsmuster für die Haltung der Mitarbeiter



## Ergebnisse – Beispiel 2: Viele kleine Geschichten ...



# Über die Vergangenheit zurück in die Zukunft



# Narratives Management

Zertifizierte Weiterbildung



Mit Storytelling Führung gestalten,  
Organisationen entwickeln, Wissen bewegen  
und erfolgreich kommunizieren

[www.narratives-management.de](http://www.narratives-management.de)

Weiterbildung  
Narratives Management

Orientierungsworkshop

12.06.2015

11.00 - 16.00 Uhr

Hochschule der Medien Stuttgart

PARTNER



Prof. Dr. Michael Müller  
Hochschule der Medien Stuttgart  
Nobelstr. 10  
70569 Stuttgart

Tel. 0171 432 32 40

[muellermi@hdm-stuttgart.de](mailto:muellermi@hdm-stuttgart.de)

[www.narrationsforschung.de](http://www.narrationsforschung.de)

[www.muellerundkurfer.de](http://www.muellerundkurfer.de)