

## Storytelling

# Erfolg durch Erzählen

Seit tausenden von Generationen erzählen die Menschen Geschichten, Mythen und Märchen. Menschen geben den Ereignissen Sinn, indem sie sie in Form von Erzählungen bringen – als ‚Geschichte‘ ordnen. In Form des Storytelling profitieren heute Organisationen und Unternehmen vom „Geschichtenerzählen“. Mag. Hannes Maier, der mit Mag. Christoph Harringer den ersten europäischen Storytelling-Kongress organisiert, sagt Ihnen in diesem Beitrag, wieso auch Sie wieder Geschichten erzählen sollten

Das Thema „Geschichten erzählen“ führt Menschen auch in die frühe Kindheit zurück. Erzählungen begleiten uns von Kindesbeinen an ein ganzes Leben lang. Die Gebrüder Grimm, L. Bernstein, H.C. Andersen, W. Hauff oder die arabische Sammlung „Tausend und eine Nacht“ haben mit Ihren Mythen und Märchen unsere kindliche Phantasie und später unser gesamtes Leben beeinflusst und geprägt. Transaktionsanalytiker sprechen dann vom Skript, vom Lebensdrehbuch.

Darüber hinaus spielen mündliche Erzählungen in vielen Kulturen nach wie vor eine entscheidende Rolle bei der Weitergabe von lebensnotwendigem Erfahrungswissen. Mit Geschichten können Problemsituationen gut gemeistert werden. Vergangenes lässt sich in indirekter Form aufarbeiten. Geschichten können etwas „in Ordnung“ bringen, verstehbar machen und abschließen. Sie können auch vorausschauend mögliche Problemlösungen in die Gedanken- und Gefühlswelt hineinstellen. Wirklich gute Geschichten holen die Leute dort ab, wo sie stehen – sprachlich, inhaltlich, emotional.



Mag. Hannes Maier und Mag. Christoph Harringer, Organisatoren des 1. Europäischen Story Telling-Kongresses

Warum Storytelling für Organisationen nützlich ist? „Organizational Storytelling“ liefert Wissen über das Unternehmen jenseits der offiziellen Selbstbeschreibung. Denn auch in Unternehmen sind es überlieferte Erzählungen und aktuelle Geschichten (Was für Geschichten erzähle ich über das Unternehmen? Was habe ich erlebt? Welche Geschichten erzählen wir uns heute untereinander?), die das „Weltbild“ des Unternehmens transportieren und das Handeln bestimmen. In großen und komplexen Organisationen der heutigen Zeit, erfährt und weiss der einzelne Mitarbeiter oft wenig durch reale Erfahrung über die „Realität“ des Unternehmens. Viel mehr erfährt er über Gespräche, Berichte, Anekdoten. Durch diese Erzählungen, durch die Vielzahl der Geschichten, in denen Erlebnisse, Erfahrungen, Prinzipien und unausgesprochene aber äußerst wirksame Spielregeln verborgen sind, wird der Unterschied zwischen Anspruch und Wirklichkeit oder zwischen Leitbild und Spirit einer Organisation sichtbar und somit für Interventionen zugänglich.

In Organisationen werden Sachinformationen und offizielle Dokumente wie beispielsweise Mitarbeiterbefragungen, Best Practice Berichte oder Protokolle oft ihrer Zusammenhänge und/oder ihrer Geschichte beraubt. Diese Erfahrungen werden entweder selten thematisiert, nicht zu einem gemeinsamen Reflexionsprozess in der Organisation genutzt oder können von vielen Mitarbeitern nicht nachvollzogen werden.

Werte, Einstellungen und Gefühle von vergangenen Erfahrungen werden gar nicht oder nur unzureichend vermittelt. Ein kollektives „energetisierendes Zukunftsbild“ kann daher vielfach nicht aufgebaut werden. Mit „Organizational Storytelling“ werden kognitive und emotionale Wissensinhalte aus vergangenen Erfahrungen reflektiert und für erfolgreiches Handeln in der Gegenwart sowie in der Zukunft nutzbar gemacht. Reflexion heißt in diesem Fall nicht nur trockene Analyse, sondern erfordert auch das Erzählen von Geschichten durch Mitarbeiter, Kunden und anderen Anspruchsgruppen.

Sogenannte „Erfahrungsgeschichten“ dienen der Dokumentation persönlicher und kollektiver Erfahrungen, Gefühle, Ahnungen und Vermutungen sowie dem Austausch verschiedener Sichtweisen und Meinungen, der Schaffung neuen Wissens und der Nutzung einmal gezogener „Lehren“ in vergleichbaren Situationen. Verbale und bildliche Anker, Metaphern und Assoziationen sorgen für die gemeinsame Konstruktion einer „größeren“ Bedeutung. Dadurch entsteht so etwas wie ein kollektives „Big Picture“.

Beim Story Telling werden die Prozesse des Geschichtenerzählens teils direkt angeleitet, teils indirekt modelliert und so zielgerichtet und koordiniert in Gang gesetzt. Bedeutsame Ereignisse in Unternehmen werden somit für die gesamten Mitarbeiter verständlich, nachvollziehbar und für Entwicklung nutzbar.

„ORGANIZATIONAL STORYTELLING“  
LIEFERT WISSEN ÜBER  
DAS UNTERNEHMEN JENSEITS  
DER OFFIZIELLEN  
SELBSTBESCHREIBUNG.



Bisher erwies sich die Methode als ein wirkungsvolles Instrument für Leitbild- und Strategieentwicklung, Coaching (Story-Coaching), Führungskräfte- & Teamentwicklung, Brand Management, eine effektivere interne und externe Unternehmenskommunikation, Stärkung der Kommunikations- und Kooperationskultur, Integration neuer Mitarbeiter, Kundenbindungsprogramme, Innovations- und Changemanagement, Restrukturierungsprozesse oder für die Vorbereitung von Unternehmensnachfolge und Führungswechsel.

Die Wirksamkeit und die Vielseitigkeit der Anwendungsfelder von Storytelling sind dafür verantwortlich, dass immer mehr Organisationen wie beispielsweise Xerox, Siemens, Voest Alpine, Porsche u. v. a. im Zuge von Strategie-, Wissensmanagement- und Marketingprojekten, Führungskräfte- und Teamentwicklungsprozessen sowie abteilungs- und unternehmensübergreifenden Kommunikationsprojekten auf die Kraft des Narrativen vertrauen.

Mit dem 1. Europäischen Storytelling Kongress haben wir uns zum Ziel gesetzt, „The State of the Art“ zum Thema Storytelling in Organisationen zu präsentieren. Durch die Vernetzung von Theorie und Praxis, von Anbietern, Anwendern und TeilnehmerInnen soll Erfahrungswissen geteilt werden und Neues entstehen.

Treten Sie ein in den Kreis der TeilnehmerInnen des



## 1. Europäischen Storytelling Kongresses „Mit der Kraft des Narrativen zum Unternehmenserfolg“

10. – 11. November 2005 in Salzburg, Schloss Klessheim

Storytelling wird von vielen Experten als die erfolgversprechendste Managementmethode seit langem bezeichnet. Die Wirksamkeit und Vielseitigkeit der Anwendungsfelder von Storytelling sind dafür verantwortlich, dass immer mehr Unternehmen im Zuge von **Strategie-, Wissensmanagement- und Marketingprojekten, Führungskräfteentwicklungsprozessen sowie abteilungs- und unternehmensübergreifenden Kommunikationsprojekten** auf die Kraft des Narrativen vertrauen.

Erleben Sie den Storytelling Pionier **Stephen Denning** aus Washington D.C. – ehemaliger Director Knowledge Management der Weltbank – sowie das „Who is Who“ der deutschsprachigen Storytelling-Szene in **interaktiven Workshops** im wunderschönen Schloss Klessheim.

Im Rahmen von Vorträgen und **Praxis-Cafés** werden **spannende Storytelling-Projekte** von ProjektleiterInnen internationaler Großunternehmen wie **IBM, Porsche, Voest Alpine Stahl und Siemens** vorgestellt.

Erleben Sie, wie durch **innovative Kommunikationsarchitekturen** Erfahrungswissen geteilt und Neues hervorgebracht wird. Dieses spannende Programm wird abgerundet durch ein **exklusives Story-Dinner** sowie durch eine **visuelle Begleitung** des Kongresses. Schreiben Sie mit uns ein Stück Kongressgeschichte!

Detaillierte Infos & Anmeldemöglichkeit: [www.symbiosis.co.at](http://www.symbiosis.co.at)

Die Kommunikationsarchitekten:



 **symbiosis**  
spirit for organizations

Mag. Hannes Maier & Mag. F. Christoph Harringer

**Symbiosis Organisationsberatung**

A-5020 Salzburg • Tel.: 0043/(0)662/890013 • [office@symbiosis.co.at](mailto:office@symbiosis.co.at)

# Storytelling Kongress