

Storytelling

Haltungen und Werte werden erst durch greifbare Geschichten glaubwürdig. Stories ermöglichen Identifikation und schaffen Wir-Gefühl und können auf diese Weise auch Eure Unternehmenskultur kommunizieren. Für strategisches Storytelling stehen Euch dabei eine ganze Reihe von Ansätzen zur Verfügung, von Nutzer- und Anwendungsgeschichten über Erfolgsgeschichten bis zur klassischen Heldengeschichte.

Arbeitsschritte

- » Entscheidet Euch pro Arbeitsbogen für eine Form der Geschichte, die Ihr erzählen wollt.
- » Ihr könntet auch eine Kombination unterschiedlicher Geschichtstypen wählen, wenn es passt.
- » Achtet beim Schreiben darauf, dass Eure Unternehmenswerte einfließen.
- » Lasst Euch dabei von den Fragen auf dem Arbeitsbogen inspirieren.
- » Gebt Eurer Geschichte einen spannenden Titel. So können sich die Zuhörer noch besser mit dem Gehörten verbinden und sich daran erinnern.
- » Stellt Eure Geschichte im Anschluss vor. Und versucht sie dabei überzeugend und positiv vorzutragen – nicht vorzulesen.

Tipp

Eine spannende Herangehensweise ist es, einmal alle zehn Geschichts-Typen über sich oder das eigene Unternehmen zu erzählen und sie entsprechend der eigenen Werte auszuformulieren. So erkennt man alle Facetten und Potenziale der eigenen Geschichten. Häufig entdecken wir erst auf diese Weise vorhandene, aber bisher verborgene Aspekte unserer Arbeit.



30 – 45 Minuten pro Story



1 – 2 Personen



DIN A4 und größer



Erzählen, was weiter erzählt wird

WERTE WIRKEN

Phase 5 – Feel

Seite 230 – 233

Storytelling

Erzähle eine Geschichte über Dein Unternehmen, Dein Produkt, Deine Services.

- Differenzierungsgeschichte
- Produktgeschichte
- Verbindungsgeschichte
- Bildungsgeschichte
- Anwendungsgeschichte
- Heldengeschichte
- Herkunftsgeschichte
- Kundengeschichte
- Gründungsgeschichte
- Referenzgeschichte

Titel der Geschichte

Name/n

Die Geschichte

- » Was war das Problem?
- » Wie wurde es gelöst?
- » Wer hat geholfen?
- » Welches Bedürfnis wurde gelöst?