

Storytelling

Geschichten vermitteln Kulturvorstellungen

Storytelling

Storytelling ist die Kunst und die Technik des Geschichtenerzählens. Storytelling ist eine kraftvolle Methode, um **Menschen zu erreichen, Informationen zu vermitteln und eine tiefere Verbindung zwischen Erzähler und Zuhörer herzustellen**. Es bezieht sich auf den Prozess des Präsentierens von Informationen, Ideen oder Erlebnissen in Form einer erzählten Geschichte. Geschichten werden verwendet, um Botschaften zu vermitteln, Emotionen zu wecken, Informationen zu veranschaulichen und die Aufmerksamkeit des Publikums zu fesseln. Storytelling ist eine uralte Praxis.

Im Kontext von Marketing, Unternehmenskommunikation und PR helfen Geschichten dabei, Informationen auf eine ansprechende und leicht verständliche Weise zu präsentieren und eine Verbindung zu Zielgruppen herzustellen.

Hier sind einige wichtige Merkmale einer guten Geschichte:

- **Protagonist:** In einer Geschichte gibt es oft einen Hauptcharakter oder Protagonisten, mit dem sich das Publikum identifizieren kann. Dies kann eine Person, ein Produkt, ein Unternehmen oder sogar ein Konzept sein.
- **Konflikt und Spannung:** Geschichten enthalten oft Konflikte oder Herausforderungen, die den Handlungsverlauf vorantreiben und Spannung erzeugen. Dies kann dazu beitragen, das Interesse des Publikums aufrechtzuerhalten.
- **Handlung:** Eine Geschichte hat eine Handlung oder einen Handlungsverlauf, der sich über einen bestimmten Zeitraum erstreckt. Dies hilft, die Elemente der Geschichte miteinander zu verknüpfen und eine Struktur zu schaffen.
- **Emotionale Bindung:** Gute Geschichten wecken Emotionen und schaffen eine Verbindung zum Publikum. Emotionale Elemente wie Mitgefühl, Freude, Angst oder Hoffnung sind oft ein integraler Bestandteil von Geschichten.
- **Botschaft oder Moral:** Geschichten haben oft eine Botschaft, Lehre oder Moral, die vermittelt werden soll. Diese Botschaft kann explizit oder implizit sein.

Was hat Storytelling mit Organisationskultur zu tun?

Storytelling – das Erzählen von Geschichten - ist eine effektive Methode, um die Werte, Ziele und die Identität einer Organisation zu vermitteln und die Organisationskultur zu formen.

Es ist wichtig zu beachten, dass Storytelling in der Organisationskultur keine Manipulation oder Täuschung sein sollte. Die Geschichten sollten authentisch sein und die tatsächlichen Werte und Praktiken der Organisation widerspiegeln. Storytelling kann jedoch dazu beitragen, diese Werte und Praktiken auf eine kraftvolle und wirkungsvolle Weise zu vermitteln und die Organisationskultur zu stärken.

- **Kommunikation von Organisationswerten:** Storytelling ermöglicht es Organisationen, ihre Werte und Überzeugungen auf eine anschauliche und ansprechende Weise zu vermitteln. Durch Geschichten können Mitarbeiter und Stakeholder besser verstehen, welche Prinzipien für die Organisation wichtig sind und wie sie in der Praxis umgesetzt werden.
- **Schaffung von Identifikation und Zusammenhalt:** Geschichten können dazu beitragen, eine gemeinsame Identität und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit innerhalb der Organisation zu fördern. Wenn Mitarbeiter Geschichten hören, die die Werte und Ziele der Organisation verkörpern, fühlen sie sich stärker mit der Organisation verbunden.
- **Veranschaulichung von Kulturmerkmalen:** Storytelling kann dazu verwendet werden, bestimmte Kulturmerkmale oder Verhaltensweisen zu veranschaulichen. Zum Beispiel können Geschichten verwendet werden, um zu zeigen, wie Mitarbeiter in schwierigen Situationen ethisch handeln oder wie kreatives Denken und Innovation in der Organisationskultur gefördert werden.
- **Onboarding und Training:** Geschichten werden oft im Rahmen des Onboardings neuer Mitarbeiter verwendet, um die Organisationskultur zu vermitteln. Sie dienen auch als lehrreiche Werkzeuge in Schulungsprogrammen, um gewünschtes Verhalten und Organisationswerte zu vermitteln.
- **Change Management:** Bei Veränderungen in der Organisationskultur oder bei der Umsetzung neuer Strategien kann Storytelling verwendet werden, um Mitarbeiter zu motivieren und ihnen eine Vision für die Zukunft zu vermitteln.
- **Mitarbeiterengagement:** Geschichten können dazu beitragen, das Engagement der Mitarbeiter zu steigern, da sie dazu beitragen, dass Mitarbeiter die Bedeutung ihrer Arbeit und ihren Beitrag zum Organisation besser verstehen.
- **Externe Kommunikation:** Storytelling kann auch in der externen Kommunikation eingesetzt werden, um Kunden, Partner und die Öffentlichkeit über die Organisationskultur zu informieren und Vertrauen aufzubauen.

Wie kann Storytelling konkret funktionieren?

- **Klare Botschaften und Werte festlegen:** Definieren Sie klare Organisationswerte, Mission und Ziele – eine klare Vorstellung von ihrer Zielkultur. Diese sollten als Leitlinien dienen, die in den Geschichten Ihrer Organisation widergespiegelt werden. Stellen Sie sicher, dass alle in Ihrer Organisation diese Botschaften verstehen und teilen.
- **Identifizieren und fördern Sie Geschichten, die Ihren Botschaften entsprechen:** Suchen Sie in Ihrer Organisation nach Geschichten, die bereits vorhanden sind und die Ihre Botschaften und Werte unterstützen. Ermutigen Sie Mitarbeiter und Führungskräfte, diese Geschichten zu teilen. Stellen Sie diese Geschichten zur Verfügung.
- **Anerkennung und Belohnung:** Belohnen Sie Mitarbeiter, die Geschichten teilen, die die Werte und Botschaften Ihrer Organisation unterstützen.
- **Gestalten Sie neue Geschichten und Bilder**, um geteilte Vorstellungen anschaulich zu vermitteln: Die Zielkultur in einem Begriff. Was lösen die folgenden Begriffe bei Ihnen an Assoziationen aus?

Campus – Uni – Werkstatt – Serviceabteilung – Königshof – Feuerwehr – Ordnungsamt

Können Sie sich vorstellen, dass man diese Begriffe nutzt, um bestimmte Werte und Ansprüche zu vermitteln? Für welche Werte und welche Kultur steht der jeweilige Begriff beispielhaft? Kann man eine Zielvorstellung für eine spezielle Art und Weise des Zusammenwirkens dadurch vermitteln, dass diese, für viele anschaulichen, Beispiele wählt? In welche Richtung wird sich eine Kultur verändern, wenn man den „Königshof“ als Ideal für das Zusammenwirken benennt? Welches Bild von einer angestrebten Kultur vermittelt jemand, der „Werkstatt“ als Ideal benennt?

- **Führungskräfte als Vorbilder:** Die Führungsebene in Ihrer Organisation sollte die Werte und Botschaften verkörpern und sie in ihren eigenen Geschichten widerspiegeln. Führungskräfte können eine entscheidende Rolle dabei spielen, die gewünschten Geschichten zu fördern, indem sie sie erzählen.
- **Plattformen und Kanäle nutzen:** Schaffen Sie interne Kommunikationsplattformen und -kanäle, auf denen Geschichten geteilt werden können. Dies können Intranets, Mitarbeitermagazine, Newsletter, FAQ-Seiten und best-practise-Seiten sein.
- **Konsequente Kommunikation:** Stellen Sie sicher, dass die Geschichten, die in Ihrer Organisation erzählt werden, mit den tatsächlichen Handlungen und Praktiken in Einklang stehen. Inkongruenzen können das Vertrauen untergraben.