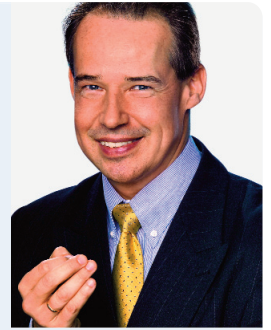


So punkten Sie mit „Storytelling“ im Business

Seit es Menschen gibt, werden Geschichten erzählt. Lange vor der Erfindung der Schrift wurden durch Geschichten Wissen und Erfahrungen weiter gegeben. Unser Gehirn ist darauf ausgelegt, Informationen in Bildern und Geschichten zu speichern. Viele Redner nehmen an, dass Fakten und Daten besonders gut bei ihren Zuhörern ankommen und erinnert werden. Dabei gilt vielmehr: Wer bildhafte Geschichten in seine Business-Kommunikation einbaut, erhöht den eigenen Kommunikationserfolg um ein Vielfaches.



Prof. Dr. Christian Zielke,
Professor für Kommunika-
tion und Personalmanage-
ment (Hochschule Gießen)
und Referent der Haufe
Akademie

Wie funktioniert Storytelling?

Storytelling ist eine Kommunikationsmethode, mit der Informationen in Form von Metaphern und mit einer möglichst aktiven und aktivierenden Einbindung der Zuhörer vermittelt werden. Umso mehr die Geschichte den Zuhörenden erreicht, desto leichter wird er die Botschaften verstehen und langfristig und positiv abspeichern. Der Zuhörer sollte die Geschichte nicht nur „hören“ – sondern auch „erleben“.

Dabei wird das Geschehen so erzählt, dass der Zuhörer die wichtigsten Momente der Geschichte sehen, hören und fühlen kann. Dies geschieht durch die Verwendung passender Bilder und Metaphern.

Wer zum Beispiel die Nutzung einer neuen IT-Lösung empfehlen will, kann dies erfolgreich mit bildhaften Worten tun: „Diese neue IT-Lösung ist so einfach zu bedienen wie ein Reißverschluss und zugleich so stabil wie eine dicke Eisenkette. Hierauf können Sie beruhigt die Zukunft Ihres Unternehmens aufbauen!“ Wer hingegen vom Gebrauch einer bisherigen IT-Lösung abraten will, kann Worte verwenden wie diese: „Diese bisherige IT-Lösung ist so instabil wie ein alter wackeliger Küchenhocker und so veraltet wie die erste Dampfmaschine. Wer hiermit arbeitet wird immer weit hinter den Wettbewerbern herhinken!“

Voraussetzung für eine nachhaltige Wirkung ist immer die Authentizität des Vortragenden. Stimmen seine Worte mit seiner inneren Einstellung überein, so wirkt er für seine Zuhörer

glaubwürdig und kompetent. Außerdem sollte die erzählte Geschichte zur Situation der Zuhörer passen, damit sie sich darin wieder finden.

Auswahl und Aufbau der passenden Geschichten

Storytelling dient dazu, wichtige Botschaften wirkungsvoll bei den Zuhörern zu verankern. Deshalb steht am Anfang einer Story immer die Überlegung, auf welche Kernaussagen man sich konzentrieren möchte, um das Zielpublikum nachhaltig zu überzeugen. Für diese Botschaften werden dann passende Beispiele in Form von Bildern, Metaphern und Geschichten gefunden, mit denen sich der Zuhörer identifizieren kann.

Damit Stories eine nachhaltige Wirkung haben, sollten sie möglichst einfach aufgebaut und kurz geschildert werden. Am Anfang steht die Einführung der Hauptperson, mit der sich der Zuhörer identifizieren soll. Durch mehrere Höhepunkte wird die Kernbotschaft stufenweise vorbereitet und durch eine Lösung schließlich offensichtlich gemacht. Am Ende werden die Zusammenhänge durch Metaphern und Symbole auf den Punkt gebracht.



Storytelling im Business – 5 praktische Tipps für erfolgreiches Storytelling:

1. Aufmerksamkeit

- Beginnen Sie mit etwas Überraschendem und Unerwartetem – so werden Ihre Zuhörer aufmerksam.
- Zeigen Sie z. B. zu Beginn Ihrer Präsentation einen Gegenstand wie einen Kompass und erklären Sie, warum er Ihre Kernbotschaft symbolisiert.
- Kehren Sie in wichtigen Phasen Ihrer Präsentation zum Gegenstand zurück, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu halten.

2. Bezug zu den Zuhörern

- Schaffen Sie in Ihrer Geschichte immer einen konkreten Bezug zu den Wünschen und Bedürfnissen der Zuhörer. Dies erreichen Sie, indem Sie die Herausforderungen Ihrer Zuhörer als Problemstellung in die Geschichte einbauen.

3. Dramaturgie

- Steigern Sie stufenweise die Dramaturgie der Geschichte. Steuern Sie Schritt für Schritt von den Problemstellungen auf den Höhepunkt zu.
- Schildern Sie dann kurz den überraschenden Lösungsweg.

4. Auch nonverbale Elemente nutzen

- Unterstützen Sie die Lebendigkeit der Geschichte mit Ihrer eigenen Gestik, Mimik und Stimme.
- Versuchen Sie die Geschichte mit Ihrem eigenen Körper nachzuerzählen, indem Sie sich in die Geschichte hinein fühlen und sie aus der Perspektive der betroffenen Hauptperson schildern.

5. Pointe und Erkenntnis

- Beenden Sie die Geschichte mit einem positiven Schluss, der bei den Zuhörern gut in Erinnerung bleibt.
- Unterstützen Sie Ihre Kernbotschaft, indem Sie zum Beispiel Ihre Gedanken durch die Hauptperson aussprechen lassen.
- Kommen Sie am Ende der Geschichte wieder zur konkreten Situation der Zuhörer zurück. ■

Wie Sie die Aufmerksamkeit und Zustimmung Ihrer Zuhörer besonders erfolgreich gewinnen können, erfahren Sie von Prof. Dr. Christian Zielke in den Seminaren

■ **Präsentieren – überzeugen – begeistern** www.haufe-akademie.de/9656

■ **Erfolgreiche Meeting-Strategien** www.haufe-akademie.de/7523

Kontakt

Haufe Akademie GmbH & Co. KG

Lörracher Str. 9
79115 Freiburg

service@haufe-akademie.de
Telefon: 0761 4708-811

www.haufe-akademie.de