



Gregor Adamczyk

Storytelling

Mit Geschichten überzeugen

TASCHEN
GUIDE

HAUFE.

Urheberrechtsinfo

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt.

Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.

Storytelling

Mit Geschichten überzeugen

Gregor Adamczyk

3. Auflage

HAUFE.

Inhalt

Die unheimliche Macht der Geschichte	5
▪ Warum wir Geschichten brauchen	6
▪ Ursprünge der Erzählkunst	23
▪ Storytelling – was ist das?	27
Storytelling wirkt (fast) überall	33
▪ Marketing – Kunden gewinnen	34
▪ Präsentieren – überzeugen und begeistern	36
▪ Coaching – innehalten, um handlungsfähig zu bleiben	39
▪ Selbstmarketing – die anderen für sich gewinnen	40
▪ Das narrative Management – eine Idee für die Zukunft	42
Der Weg zur guten Geschichte	47
▪ Der Klassiker: die Heldenreise	48
▪ Ausbruch, Flucht, Befreiung	59
▪ Verwandlung und Veränderung	62
▪ Kampf, Rivalität, Wettbewerb	65
▪ Reifeprüfung	69
▪ Liebe	73
▪ Reise und Abenteuer	77
▪ Ermittlung	80

Zutaten für das Storytelling	83
▪ Geschichten aufspüren	84
▪ Protagonist mit Kernbotschaft	85
▪ Perspektive	93
▪ Spannung	96
▪ Humor	99
▪ Emotionen	102
Wie Sie Storytelling gezielt einsetzen	107
▪ Im Vorstellungsgespräch	108
▪ Beim Mitarbeitergespräch	109
▪ Wenn Sie präsentieren	115
▪ Beim Verkaufen	116
▪ Übungen zum Storytelling	120
▪ Stichwortverzeichnis	124

Statt eines Vorworts: Eine Einladung

Sie halten gerade eine Einladung in Form eines Buches in Ihren Händen. Folgen Sie ihr und blicken Sie hinter die Kulissen unserer so oft nur auf Zahlen und Nutzen begrenzten Realität. Mit diesem TaschenGuide können Sie den menschlichen Geist »backstage« erkunden und frappierende Entdeckungen machen.

Uns ist die schöpferische Fähigkeit gegeben, mit Hilfe von Erzählungen im Labyrinth der Welt für uns und andere einen roten Faden zu finden. Dank dieser Fertigkeit können wir unseren widersprüchlichsten Gedanken, Motiven und Erfahrungen, unseren inneren Konflikten, Sehnsüchten und Gefühlen Struktur und Sinn geben. Dies macht aus uns unverwechselbare Persönlichkeiten: keine auf Autopilot geschalteten und auf Fakten fixierte Leistungsträger oder verwirrte Einzeller in einem sich selbstverdauenden »Karriere-up-und-down-Organismus«, sondern Menschen – aus Fleisch und Blut, mit Herz und Verstand. Wenn wir uns auf dieses Talent verlassen, gewinnen wir etwas sehr Kostbares: Vertrauen und Respekt. Doch oft vernachlässigen wir es oder nutzen es nur unbewusst; es heißt: Geschichten erzählen können.

Sie sind herzlich eingeladen: Erfahren Sie in diesem Buch, wie Sie die Fähigkeit, Vertrauen und Respekt zu gewinnen, mit Hilfe des Geschichtenerzählens trainieren und bewusst nutzen können.

Gregor Adamczyk

Die unheimliche Macht der Geschichte

Was wir Menschen lernen und erleben, legen wir nicht nur als einzelne Fakten in einer Art Zettelkasten unseres Gehirns ab, vielmehr speichern wir Geschichten, die mit Emotionen verknüpft werden. Deshalb wirken Botschaften, die in Geschichten verpackt sind, viel stärker als bloße Fakten.

In diesem Kapitel erfahren Sie,

- dass in jeder Biografie erzählenswerte Geschichten zu finden sind und wie Sie diesen Schatz heben können,
- wie unser Gedächtnis arbeitet und warum Geschichten für ein erfolgreiches Miteinander wichtig sind,
- warum wir aus Geschichten lernen,
- wie Erlebnisse zu Geschichten werden,
- was Storytelling ist und was es bewirkt.

Warum wir Geschichten brauchen

Geschichten sind der Schlüssel zu einer gelungenen Kommunikation, denn sie transportieren viel mehr als nur Fakten. Sie verleihen Persönlichkeiten ein Profil und unserer Welt Struktur. Vor allem dann, wenn wir Menschen für uns und unsere Sache gewinnen wollen, leisten Geschichten einen wertvollen Beitrag. Warum das so ist, werden Sie am Ende dieses Kapitels erfahren.

BEISPIEL

Ein früher Morgen irgendwo in Deutschland. Ein Konferenzraum in einem mittelständischen Unternehmen. Stefan Sommer, ein Mann Anfang 30, eröffnet das erste Meeting mit seinem neuen Team. Er hofft, von Anfang an den Teamgeist beschwören und Aufbruchstimmung erzeugen zu können. Seine Nervosität versucht er hinter einer professionell ernsten Miene zu verbergen.

SOMMER: »Hallo liebe Kollegen, ich heiße Stefan Sommer und bin, wie Sie bereits wissen, Ihr neuer Projektleiter. Ich war vorher bei AKA/GR 124 und dann die letzten zwei Jahre im Ausland. Ich freue mich, dass Sie alle da sind und hoffe auf eine gute Zusammenarbeit. Ich möchte an dieser Stelle an Sie appellieren, gemeinsam an einem Strang zu ziehen. Ich stelle Ihnen nun die heutige Agenda vor und die Präsentation zum Projektfahrplan. Haben Sie Fragen? *(Stille.)* Gut, dann fange ich mal mit der Präsentation ... äh, ich meine mit der Agenda an.«

Sein neues Team scheint Herrn Sommer eher abwartend und reserviert zu begegnen. Was hätte Herr Sommer besser machen können? Bevor wir uns in Spekulationen verlieren oder dem neuen Projektleiter etwas unterstellen und dabei Gefahr laufen, mit unseren gut gemeinten Ratschlägen auf seine Ab-

lehnung zu stoßen, bitten wir ihn selbst, die Situation zu analysieren.

BEISPIEL

AUTOR: Herr Sommer, ich interessiere mich für den Einsatz von Storytelling im Beruf. Darf ich Sie etwas fragen?

SOMMER: Ja, gerne.

AUTOR: Was glauben Sie – wie sind Sie bei Ihrem neuen Team angekommen?

SOMMER: Äh ... glauben Sie, ich hätte die angespannte Atmosphäre mit einer Anekdote auflockern können? Ich hätte mir schon mehr Begeisterung gewünscht.

AUTOR: Begeisterung ... bei wem?

SOMMER: Ich glaube, der Funke ist von *meiner* Seite nicht so richtig übersprungen.

AUTOR: Haben Sie eine Erklärung dafür?

SOMMER: Ich war gut vorbereitet. Der Projektfahrplan, Aufgabenverteilung, Checklisten ... von der Performance her auch okay. Blickkontakt gehalten und mit Gesten gearbeitet ...

AUTOR: Sie wirken etwas unzufrieden.

SOMMER: Ach ... ich habe letzte Nacht wenig geschlafen ... der Präsentation noch den letzten Schliff gegeben ... (*Er atmet tief durch.*), wenn ich aber ehrlich sein darf ... Es ist mein erstes richtig großes Projekt. Ich will es nicht verbocken. Es ist wichtig, dass die Leute mich für kompetent halten, sonst kann ich gleich einpacken.

Lassen Sie uns das Gespräch an dieser Stelle beenden und hören, was die neuen Teammitglieder über Herrn Sommer denken. Wir treffen einige von ihnen in der Kaffeeküche.

BEISPIEL

KOLLEGE A: Erst mal abwarten ... ihn kommen lassen.

KOLLEGE B: Er ist irgendwie arrogant, bemüht um Perfektion ...

KOLLEGE C: Weder Fisch noch Vogel ... Habe aus der Zentrale gehört, er soll noch nie ein so großes Projekt geleitet haben.

KOLLEGIN D: Mein Näschen sagt mir, der hat die Hosen gestrichen voll.

KOLLEGE A: (*lachend*) Wow, das nenne ich Geruchsinn.

Wie könnte Herrn Sommer mit Hilfe von Storytelling ein besserer Start ins Projekt gelingen und er »den Funken« zwischen sich und seinem Team überspringen lassen? Die Situation ist aus dem unternehmerischen Zusammenhang gerissen, und wir haben keinen Einblick in die Kultur und die Strukturen des Unternehmens, doch die Schlichtheit dieses Beispiels veranschaulicht die Wirkung von Storytelling. Herr Sommer steht vor einer neuen Aufgabe, einer echten Herausforderung, die ihn möglicherweise nicht nur die letzte Nacht um den Schlaf gebracht hat. Wie könnte er dieses wichtige erste Treffen mit seinem Team gestalten?

Sein Ziel ist es die eigene Person glaubwürdig und wirkungsvoll vorzustellen – unabhängig von der mehr oder weniger gelungenen rhetorischen und körpersprachlichen Performance. Er möchte den Funken überspringen lassen und dadurch dem Gerede weniger Nahrung geben. Wie lässt sich dafür Storytelling nutzen? Vielleicht sollte er tatsächlich eine lustige Anekdote als Eisbrecher einbauen, oder eine weniger abgedroschene Metapher für die Zusammenarbeit wählen als »gemeinsam an einem Strang ziehen«.

Haben Sie eine Idee? Oder werden Sie gerade ungeduldig und möchten endlich erfahren, was eigentlich Storytelling ist und wie Sie es einsetzen können? Es ist gut, wenn Sie ungeduldig werden, das liegt durchaus in meiner dramaturgischen Absicht, und Sie müssen die Spannung noch eine Weile ertragen.

Unser Leben schreibt die besten Geschichten

Manchmal sehen wir den Wald vor lauter Bäumen nicht. Wir nehmen das Offensichtlichste gar nicht wahr; etwa die schlichte Tatsache, dass wir ständig Erfahrungen machen. In jeder menschlichen Biografie schlummern Vorlagen für bewegende und spannende Geschichten. Höchst individuelle Erfahrungen, die sich in universellen Erzählmustern spiegeln. Geniale Storyteller wie Goethe, Shakespeare oder Spielberg kennen und nutzen diese Erzählmuster. Auch wir können in unserer Biografie Geschichten aufspüren und mit dramaturgischem Können präsentieren. Das hilft uns in brisanten Situationen, etwa wenn es darauf ankommt, Menschen für uns zu gewinnen, eine echte Begegnung zu ermöglichen, bei der nicht Vorurteile und Argumentationen die Regie führen, sondern ein wertvoller und schöpferischer Austausch stattfindet an Gedanken, Erfahrungen und Einsichten. Denn dies ist die Grundlage für erfolgreiche Zusammenarbeit und der Nährboden des Erfolges.

Hätte Herr Sommer in den schlaflosen Nächten vor dem Meeting seine Aufmerksamkeit nicht nur den Projektfahrplänen gewidmet, sondern auch seine Biografie analysiert und sich sei-

nes Erfahrungsschatzes entsonnen, hätte er entdecken können, dass er schon mehrmals Situationen nach dem Erzählmuster »das erste Mal« erlebt und auf verschiedene Weise bewältigt hat. Wären ihm diese Parallelen deutlich und die positive Wirkung der Erzählmuster auf Menschen bekannt (siehe hierzu das Kapitel »Der Weg zur guten Geschichte«) und würde er das Handwerk eines guten Erzählers kennen, hätte er das Meeting anders gestalten können. Es wäre Raum für Zusammengehörigkeit entstanden und die Zusammenkunft hätte zumindest eine andere Richtung genommen.

Individuelle, persönliche Erfahrungen prägen unser aller Leben. Sie unterliegen bestimmten Mustern, die wir wiedererkennen und die unsere Geschichten für andere nachvollziehbar machen. Suchen Sie in Situationen, in denen Sie andere Menschen für sich gewinnen wollen, gezielt nach Erlebnissen, die eine Parallele zu Ihrer aktuellen Situation aufweisen und berichten Sie davon. So gewinnen Sie ein individuelles Profil und werden als Mensch wahrgenommen, mit dem offene Gespräche jenseits kalkulierter Phrasen möglich sind.

Übung: Entdecken Sie Ihre Geschichte(n)

Ihr Leben ist ein wahres Füllhorn an Geschichten. Sie müssen sich nur die Mühe machen, sie sich ins Bewusstsein zu holen. Sehen wir uns deshalb gemeinsam den folgenden Film an: Ihren »Way of Life«.

BEISPIEL

Sie werden geboren, in einem Dorf zwischen sanften Hügeln oder in einer Großstadt am Meer. Wenn Sie Glück haben, werden Sie beschenkt mit liebevollen Eltern und Großeltern, einigen verrückten Onkels oder Tanten, guten Freunden. Dann folgen Schlaglichter Ihrer Biografie. Die allerersten

Male: das erste Mal geschwommen, erster Schultag, der erste Kuss, ein gebrochenes Herz, Trennungsschmerz. Irgendwann verlassen Sie das Zuhause und versuchen in Ihrem Leben die Regie zu übernehmen.

Erste berufliche Prüfungen stehen bevor, erste Arbeitstage. Sie treffen auf Menschen, denen Sie vertrauen, und auf Menschen, die Sie enttäuschen, auf Unbeugsame und Arschkriecher, Schnarchnasen, Stehaufmännchen, Korinthenkacker. Sie finden gute und schlechte Vorbilder. Sie bestimmen, wo es lang geht, oder lassen andere entscheiden. Sie arbeiten von morgens bis abends in Sorge um das Eigenheim, die Zukunft Ihrer Kinder oder für den nächsten Urlaub. Sie wollen ein besseres, schöneres Leben führen, glücklich sein, andere glücklich machen. Manchmal gelingt nur das Gegenteil.

Sie lieben, hassen, verzweifeln, hoffen, ertragen Schicksalsschläge, Fehleinschätzungen, Verletzungen, aber auch blöde Nachbarn, unangenehme Chefs, nervtötende Arbeitskollegen. An einem Tag wollen Sie die Welt umarmen, an einem anderen verändern, sie gar verlassen oder in die Luft jagen. Sie treffen Entscheidungen oder gehen ihnen aus dem Weg. Sie vermeiden alte Fehler, machen neue, bis Sie ans Ende der Reise gelangen und wie in einem Lied von Peter Fox vielleicht in einem Haus am See zwischen hundert Enkeln sitzen und auf Ihr erfülltes Leben zurückblicken.

Denken Sie kurz zurück an Ihre 20, 30, 40 oder mehr durchlebten Jahre. Füllen Sie all die genannten Stationen mit Ihren persönlichen Erlebnissen. Werden Sie ganz konkret. So können Sie die Schätze heben, die in jeder Biografie verborgen sind. Nutzen Sie dazu gezielt die folgenden Fragen und die beiden Tabellen im Anschluss:

- Woran werden Sie sich einmal erinnern?
- Welche Menschen und Ereignisse haben Sie geprägt?
- Welche Erfolge/Niederlagen haben Sie zu verzeichnen?
- Welche Situationen haben sich in Ihrem Gedächtnis festgebrannt?