


| Eine Zusammenstellung aller möglichen Methoden, die man unter "Story Telling" kennt - die Liste stellt allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit! | | Authentische ... | ... und Analoge Geschichten | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| Narrative Methoden => | Analysetools | | Aufbereitungstools | | | Sonstige Tools | | | |
| | Narrative Interviews | Unterform: Appreciative Inquiry | Learning Histories | Comico-Geschichten | Visuelle Protokolle | Story Construction | Springboard Stories | Unternehmens-theater | Storytelling - Geschichten erzählen |
| Hauptmerkmal der Methode: | offene Fragen, freies Erzählen. Was ist dem Interviewpartner wichtig? | strukturierte Fragen über positive Assoziationen | narrative Interviews mit mehreren Personen; Zusammenfassung der dahinter liegenden Kernaussagen in einem Erfahrungsdokument | Nach Analysephase Entwicklung einer Comicgeschichte mit Andeutungen auf kulturelle Werte bzw. typisches Verhalten | Festhalten von Wissensinhalten bei einem Meeting mit Text und Bild; Visualisierung von schwer Benennbarem | Konstruieren einer mitreißenden analogen Geschichte aus mehreren authentischen Geschichten | Entwickeln einer Geschichte, die den Zuhörer den "mentalalen Sprung" auf den eigenen Kontext erleichtert | In Szene setzen von Unternehmenswerten und -botschaften; Entwickeln einer Bühnengeschichte | freies, mündliches Erzählen von Märchen, Fabeln, Kurzgeschichten (auch authentischen Geschichten) |
| Anwendungssituationen: |  NARRATA Consult narratives Berater Netzwerk <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block; margin-top: 5px;">Durch Geschichten zur Seele des Unternehmens</div> | | | | | | | | |
| Wissenstransfer: | | | | | | | | | |
| - Leaving Experts | Experte erzählt ihm relevante Erinnerungen (uneingeschränkt positiv / negativ) | Experte antwortet mit positiven Erinnerungen (eingeschränkt!) | XX (Mehrwert von Learning Histories ist die Multiperspektivität) | XX (Comics können weder Fach- noch Erfahrungswissen speichern und weitergeben) | (evtl. Unterstützung von Wissenstransfer mit Visualisierungen von schwer fassbaren Wissensinhalten) | XX (eine konstruierte, analoge Story kann weder authentisches Fach- noch Erfahrungswissen speichern/weitergeben) | denkbarer Einsatz: die Geschichte eines großen Vorbildes - seine Erfahrungen und bestandenen Herausforderungen... | XX (Unternehmenstheater ist zu unspezifisch für Speichern und Weitergabe von Fach- und Erfahrungswissen) | XX (zwar können Analogien verborgenes Wissen ausdrücken, sind aber in frei erzählter Art zu unspezifisch für Wissenstransfer) |
| - Project Debriefing | Heben von schwer fassbaren Erfahrungswissen | XX (zu eingeschränkter Antwortbereich) | Transfer von Erfahrungswissen | | (s.o.) | | XX | | |
| Change-Management: | | | | | | | | | |
| - Cultural Change | Mehrere narrative Interviews erlauben Rückschlüsse auf verborgene kulturelle Werte | Wertschätzende Befragung erhöht Motivation und Identifikation mit Unternehmen | Anstoß von kritischer Reflektion über unternehmenskulturelle Werte | Bewusstmachen von verborgenen Werten, Normen und Vorurteilen | "Bilder sagen mehr als Worte": Provokation, Anstoß geben zum kritischen Hinterfragen | Wird eingesetzt zur Kommunikation von neuen Leitbildern | Ziel: Ableiten von Lösungsideen für den eigenen Bereich / das eigene Verhalten | Provokation; "Augenöffner"; Anstoß geben zum kritischen Hinterfragen | Besonders Analogien sind "Augenöffner"; können zu kritischer Reflektion beitragen |
| - Persönliche und Team-Reflektion | "Endlich hört mir mal jemand zu!" Freies Erzählen und die Rolle des Zuhörers führen zu Reflektion des eigenen Verhaltens | Wertschätzende Befragung verändert Selbstbild der eigenen Berufsrolle | (s.o.) | Veränderung der eigenen Einstellung zu bestimmten Werten | (s.o.) | Ziel: Die Mitarbeiter für neue Ideen, Leitbilder, Visionen etc. überzeugen | (s.o.) | (s.o.) | (s.o.) |