



Story Telling: Nutzen Sie die Macht der Geschichten

Wissen Sie, worüber Ihre Mitarbeiter bei der Mittagspause reden? Seien Sie versichert, dass es meistens um den Job geht. Wie sich Kollege Meier mit Kollegin Müller gestritten hat, wie

Kollege Schmidt mit dem schwierigen

Kunden XY zurechtgekommen ist (oder auch nicht), wie Kollegin Bartel dem neuen Azubi gleich gezeigt hat, wo es lang geht, usw.

Wenn Sie dies bisher als müßigen Zeitvertreib oder als unnütze Zeitverschwendung Ihrer Mitarbeiter betrachtet haben, gilt es umzudenken. Diese Geschichten bergen ein großes Potenzial für Ihr Unternehmen:

■ **Geschichten haben einen hohen Erinnerungs- und Übertragungswert.** Sie bleiben den Hörern und Lesern wesentlich nachhaltiger in Erinnerung als nüchterne Fakten.

■ **Mit Geschichten können Sie komplizierte Sachverhalte verständlich und nachvollziehbar darstellen und vermitteln.**

Einige Unternehmen haben das bereits erkannt, setzen sich mit Geschichten auseinander und nutzen sie strategisch. Dieses Story Telling können auch Sie nutzen:

■ **Erfassen Sie das Erfahrungswissen in Ihrem Unternehmen:** Lassen Sie Ihre Experten (z. B. Servicetechniker, Außendienstmitarbeiter, EDV-Spezialisten) erzählen, wie sie schwierige Probleme gemeistert haben, welche Lösungen sie gefunden haben und welche Tipps sie für andere haben. Geben Sie diese „Geschichten“ gezielt im Unternehmen weiter.

■ **Überzeugen Sie Ihre Kunden mit Story Telling:** Sammeln Sie positive Geschichten, die Kunden

Ihnen oder Ihren Mitarbeitern über den Umgang mit Ihrem Unternehmen, Ihren Produkten und Leistungen erzählen, und bereiten Sie diese zu Marketingzwecken auf. Sie können Sie z. B. für Werbebroschüren verwenden, Ihre Vertriebsmitarbeiter weiter erzählen lassen oder selbst auf Vorträgen einsetzen.

■ **Gehen Sie aktuelle Probleme im Unternehmen an:** Gibt es Streit in einer Abteilung oder einem Team? Ist unproduktive Rivalität zwischen verschiedenen Arbeitsgruppen ausgebrochen? Veranstalten Sie einen Workshop, bei dem jeder Beteiligte seine Sicht der Dinge erzählen darf. Schreiben Sie eine gemeinsame „Geschichte“, anhand derer Sie Problembereiche und deren Ursachen aufdecken und gemeinsam Lösungsstrategien erarbeiten.

Allerdings: Geschichten halten Ihrem Unternehmen einen Spiegel vor. Der kann Dinge zeigen, die Sie zwar nicht gern sehen wollen, aber dringend anpacken sollten. Sie brauchen daher auch Mut und Ehrlichkeit, wenn Sie die Macht der Geschichten produktiv nutzen wollen.

Karin Thier ist Mitgründerin des auf Story Telling spezialisierten Beratungsunternehmens NARRATA Consult.

Kostenloser GWI-Leserservice:

Wollen Sie mehr darüber wissen, wie Sie Story Telling gezielt für Ihr Unternehmen einsetzen können? Die Expertinnen von NARRATA haben exklusiv für Sie einen „Leitfaden Story Telling“ zusammengestellt. Sie erhalten ihn unter der Faxabrufnummer **01805 88761-075** * (Service-Hotline: 01805 992277261 *) oder im Internet unter www.coaching-gwi.de.

→ **Downloads**

→ **Personal & Mitarbeiterführung**

Ihre Zugangsdaten finden Sie auf Seite 1 unten links.

* 12 Cent/Min.