

# Storytelling: Die Macht, die gute Geschichten haben



Die Autorin Anne M. Schüller

**Im Gegensatz zu Abstraktem und Zahlengemenge erzeugen überraschende, mitreissende, unterhaltsame Geschichten eine hohe neuronale Aktivität – und damit eine höhere Aktionsbereitschaft. Narrative helfen beim Überzeugen – und besonders auch beim Verkaufen.**

Menschen lieben es, ihre Geschichten mit anderen Menschen zu teilen. Mithilfe der vielen sozialen Netzwerke geht das heutzutage leichter als jemals zuvor. Vor allem dann, wenn wir emotional berührt werden, erzählen wir gern – und geben Erzähltes gern weiter. Social Sharing nennt man das in der Sprache des Web. Dabei gilt: je emotionaler, desto viral.

Emotionales hat für unser Oberstübchen einen enorm hohen Stellenwert. «Facts tell, stories sell», heisst es auch. Fakten berichten dem Kopf, Geschichten verzaubern das Herz. Und sie machen spendabel. Dies passiert vor allem dann, wenn gut erzählte Geschichten ins Spiel gebracht werden. So kann ein Anbieter plötzlich wie aus dem Nichts in aller Munde sein.

## Gute Geschichten sorgen für eine Menge Aufmerksamkeit

Zunächst ein kleines Narrativ, wie man auf sehr überraschende Weise eine Firma gründen kann. Innocent, ein Hersteller von Smoothie-Fruchtsäften, erzählt es so: Unsere Geschichte begann 1998, als unsere Gründer Richard, Jon und Adam auf die Idee kamen, Smoothies zu machen. Sie kauften für 500 britische Pfund Obst, mixten daraus Smoothies und boten sie auf einem Jazz-Festival in London an. Vor dem Stand hing

ein Schild mit der Frage: «Sollen wir unsere Jobs aufgeben, um weiter Smoothies zu machen?» Darunter hatten sie zwei Mülleimer aufgestellt, auf einem stand «Ja», auf dem anderen «Nein». Sonntagabend war der «Ja»-Eimer voll mit leeren Flaschen. Montag gingen sie zur Arbeit und kündigten ihre Jobs, um Innocent zu gründen. Gut gewählte Geschichten haben die magische Kraft, regelrechte Aha-Momente heraufzubeschwören. Plakativ können sie zeigen, wie verblüffend einfach eine Lösung aussehen kann und welchen Mehrwert sie bringt. Sie können die Hoffnung auf eine bessere Zukunft schüren, Blockaden in Luft aufzulösen, Ängste in Mut verwandeln und erste Schritte ins Neuland ebnen.

## Erfolgsgeschichten beflügeln und setzen emotionale Energien frei

Seitdem es Lagerfeuer gibt, lieben die Menschen Geschichten. Sie dienen auch dazu, nach einem Anfangserfolg für weiteres Engagement zu werben, um es ein zweites, drittes, viertes Mal krachen zu lassen. Erfolgsgeschichten spornen uns an und setzen eine Menge Energie frei. Sie werden gut behalten und gerne weiter erzählt – drinnen im Unternehmen und natürlich auch draussen. So lassen sich Menschen lieber durch Geschichten verführen als durch sachliche Darstellungen und nüchterne Fakten.

Geschichten übersetzen Informationen in Emotion. Sie erhöhen die Glaubwürdigkeit, weil sie einprägsamer sind als Zahlen und Datensalat. Sie beflügeln das Vorstellungsvermögen. Sie machen neugierig und fesseln die Aufmerksamkeit. Sie lockern auf und entspannen. Sie vereinfachen komplizierte Zusammenhänge. Sie fördern das Zuhören, das Verstehen und das Zustimmen, ohne zu bedrängen.

## So wird's spannend:

### Der Erzählverlauf folgt einer Heldenreise

Gute Geschichten sind im wahrsten Sinne des Wortes merkwürdig, sie sind niemals ego-lastig, sie sind überprüfbar – und vor allem nachweislich wahr. Idealerweise folgt der Erzählstrang einer sogenannten Heldenreise. Diese führt entlang eines Spannungsbogens von einer suboptimalen Ausgangslage über Hindernisse und Blockaden, Irrungen, Wirrungen und Gefahren zu einem glorreichen Ende.

Unternehmen, Produkte und Mitarbeitende fungieren dabei als Helfershelfer, als treue Gefährten oder nützliche Geister, die zwar im Hintergrund bleiben, ohne die die Transformation allerdings nicht gelingt. Wie in einem guten Film

zieht sich der Konflikt hin. Die Lösung kommt dann plötzlich und schnell. Und wir hören oder schauen wie gebannt zu, weil wir unbedingt wissen wollen, wie eine Story ausgeht.

Beim Aufbau kann man sich an Märchen orientieren. Sie haben folgendes Muster:

- Was war am Anfang (= das Problem, der Zweifel)?
- Wer (= der Held) tat was mit wessen Hilfe (= die gute Fee)?
- Wo lauerten Gefahren (= das Abenteuer, das Hindernis, der Gegenspieler)?
- Wie ging das Ganze aus (= der Sieg, das Happy End)?

Im Wesentlichen geht es darum, eine Veränderung miterleben, die in eine bessere Zukunft führt. Wir tauchen ein in die Geschichte, fiebern mit, fühlen die Selbstzweifel des Helden, hoffen und bangen – und sind am Ende erleichtert, wenn er tatsächlich siegt. Bisweilen lernen wir dabei sogar etwas für uns selbst.

## Das neue Buch der Autorin

Das Buch zeigt 25 rasch umsetzbare Initiativen und weit über 100 Aktionsbeispiele, um zu einem Überflieger der Wirtschaft zu werden. Kompakt und sehr unterhaltsam veranschaulicht es jedem, der helfen will, eine bessere Zukunft zu gestalten, die massgeblichen Vorgehensweisen in drei Bereichen: Wie machen wir die Menschen stärker, das Zusammenarbeiten besser und die Innovationskraft im Unternehmen grösser.



## «Bahn frei für Übermorgengestalter»

Gabal Verlag 2022, 216 Seiten

ISBN 978-3967390933

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)