

# PERSÖNLICHKEIT!

SCHRITT FÜR SCHRITT ENTWICKELN UND ENTFALTEN

## STORYTELLING: DAS KLEINE ABC

Was Sie dazu wissen  
und können müssen

Mehr dazu auf Seite 3

## DAS RICHTIGE VORGEHEN

So kommen Sie Schritt für Schritt  
zur richtigen Botschaft

Mehr dazu auf Seite 6

## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN – RICHTIG VERPACKT

Damit die Zuhörer bei Ihnen bleiben

Mehr dazu auf Seite 8

## GUTE TEXTE

Sieben einfache Regeln  
verändern Ihren Stil

Mehr dazu auf Seite 11



IN DIESER AUSGABE

# STORYTELLING: FASZINIEREN STATT LANGWEILEN

**EDITORIAL**



**HERZLICH WILLKOMMEN!**

«Haben wir denn jetzt eine Märchenstunde?» Mit derartigen Fragen können Sie konfrontiert werden, wenn wir über Storytelling sprechen. Und es sind gerade die Märchen, die eine unglaubliche Ausstrahlung besitzen, an die man sich ein ganzes Leben lang erinnert. Erinnert sich noch irgendjemand an Ihre letzte Präsentation? Botschaften, egal, welcher Art, begnadet zu kommunizieren ist eine Kunst. Die Kommunikation per se ist das eine, die richtige Botschaft das andere. Es ist möglich, auch trockene Materie oder Inhalte spannend und emotional aufzuladen, sodass sich die Zuhörer auch später noch an die Aussagen erinnern können.

Storytelling ist primär eine Technik, die jede Person problemlos und schnell erlernen kann. Storytelling können Sie überall einsetzen – im Geschäft und im privaten Umfeld. Gestalten Sie selber spannende Botschaften und ernen Sie positives Feedback. Sie werden staunen, wie sich Ihre Zuhörerschaft verändert.

*S. Rado Rolf Rado*  
Sue & Rolf Rado-Läubli,  
Ihr Persönlichkeit!-Redaktionsteam

**SAGEN SIE UNS IHRE MEINUNG!**

Ihre Wünsche und Anregungen sind unser Auftrag. Schreiben Sie uns direkt an: [info@weka.ch](mailto:info@weka.ch)

# GEHT ES AUCH ANDERS ...?

Die meisten von uns haben es schon als Kinder geliebt: Geschichten erzählt zu bekommen. Viele haben im Erwachsenenleben ihre TV-Serien, die sie regelmässig schauen und mitfiebern, wie es weitergeht (Fortsetzung folgt) – das sind «Geschichten für Erwachsene». Viele Frauen lesen Romane – «Märchen für erwachsene Frauen», die gerne mitträumen – und auch Männer lieben Geschichten, vielleicht eher als Krimi. Und ja, manchmal trifft man im Berufsleben Menschen, die faszinierende Redner sind. Und wenn man sich fragt, warum bei dieser Person jedes Thema so spannend tönt, ist die Antwort häufig: Er (oder sie) ist ein begnadeter Geschichtenerzähler – vermag also Informationen so aufzubereiten, dass er die Botschaft, die übermittelt werden soll, in eine spannende Geschichte verpackt.

Und schon sind wir mitten im Thema Storytelling. Eine Technik, die jeder erlernen kann und die man in vielen Alltagssituationen einsetzen kann: privat und geschäftlich. Versuchen Sie es aus: Sie werden bald positive Reaktionen ernten – und es macht richtig Spass, so zu kommunizieren!

*Liebe Mitarbeitende*

*Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen haben wir uns entschieden, zukünftig auch den Absatzmarkt «Afrika» zu bearbeiten. Wir zählen auf Ihr Engagement und rechnen damit, bereits im nächsten Jahre einen 6-stelligen Umsatz zu generieren, da gemäss unserer Studien ein grösseres Potenzial in diesen Ländern besteht. Wir bitten Sie um Kenntnisnahme und die dafür nötigen Schritte einzuleiten in Ihren Abteilungen.*

*Freundliche Grüsse Max Meier  
(Verkaufsleiter)*

für die neuen Aktivitäten aus – und spüren Sie etwas von «Vorfriede auf das neue Abenteuer» insbesondere beim Verkaufsleiter?

Erinnern Sie sich im Gegensatz dazu an die kleine Geschichte, die wir Ihnen schon einmal präsentiert haben:

*Zwei Schuhfabrikanten schickten ihre Chefverkäufer nach Afrika, um Marktforschung zu betreiben und Empfehlung abzugeben für das weitere Vorgehen. Der eine sandte seinem Chef eine Mail: «Ich bin morgen wieder zurück, die laufen alle barfuss – da gibt es keinen Markt.» Der andere rief ganz aufgeregt in der Firma an: «Chef, ich brauche umgehend zwei Container Schuhe – die laufen hier alle barfuss!»  
(Unbekannt)*

Diese Geschichte mindestens als Einstieg zu nützen, das würde sehr viel mehr Aufmerksamkeit und Interesse wecken.

Kennen Sie solche Info-Schreiben? Inhaltlich ist ja nichts einzuwenden – aber lösen solche Zeilen Begeisterung

**«FACT TELL – STORY SELL»**

# VORGEHEN STORYTELLING

«Auch heute noch ist Geschichtenerzählen die einzige Form der Wissensvermittlung zwischen Menschen, bei der die Sachebene und die emotionale Informationsebene ausgetauscht werden. Wir erfahren nicht nur, was passiert, sondern fühlen mit den Personen mit und lernen aus ihrem Handeln. Und jede Geschichte hat eine Moral, die der Erzähler vermitteln will.» (Christian Riedl, Story-Architekt Jimdo)

Somit ist der Nutzen von Storytelling definitiv klar – nun stellt sich noch die Frage: Wie mache ich das konkret, dieses «Storytelling»?

VARIANTE: IDEEN VORHANDEN		
1. Ideen sammeln	Form	eigene Ideen (sortiert nach Themen): <ul style="list-style-type: none"> <li>• im eigenen Notizbuch (von Hand)</li> <li>• elektronische «Aufgabe- bzw. Themen-Liste»</li> </ul>
		gemeinsame Ideen (sortiert nach Themen): <ul style="list-style-type: none"> <li>• in gemeinsamen elektronischen Ordner</li> <li>• im Intranet für alle zugänglich</li> <li>• gut sichtbares, allen zugängliches Ideen-Board</li> </ul>
	Quellen	Inputs aus Workshops
		spezielle Erfolgsgeschichten von/mit Kunden («Testimonials»)
		Kundenreklamationen
		Mitarbeiterumfragen (auch nach verrückten Ideen fragen!)
		Kundenumfragen
		Events
		Medien und Reports
		Messen
2. Ideen gewichten	Auswahl	Ideen bewerten nach vorgegebener Skala
		Ideen priorisieren
3. Ideen umsetzen		Einsatzgebiet und Nutzung der Idee festlegen
		Idee in Form von Storytelling inhaltlich aufbereiten
		Storytelling-Version formulieren
		Storytelling-Variante üben
		erste Storytelling-Versionen austesten
		Storytelling-Version optimieren und einführen
		Story auf andere Kanäle etc. ausweiten und regelmässig nützen
4. Kontrolle		Storys regelmässig auf Aktualität überprüfen

- Für die Sammlung, Bewertung, Kommentierung von Ideen gibt es verschiedene Tools auf dem Markt, die sicher hilfreich sind für Firmen.
- Werden im Team Ideen gesammelt, ist es hilfreich, wenn man eine gemeinsame Vorlage schafft, innerhalb

## UNSER TIPP



Möchten Sie z.B. eine Story zu Ihrer Firma machen, sind folgende Fragen hilfreich:

- Von wem wurde die Firma gegründet – was sind das für Menschen, warum haben Sie das gemacht – was hat sie inspiriert, was haben sie sich erhofft?
  - Wie ist die Firma gestartet? Wie hat sie sich entwickelt? Was waren die wichtigsten Meilensteine?
  - Gab es prägende Erlebnisse – z.B. auch für die Gründer?
  - Wie erreicht die Firma ihre Ziele?
  - Was bietet sie an Produkten und Dienstleistungen an? Und was sind deren USP?
  - Was hat die Firma schon Spektakuläres erreicht? Gab es Misserfolge, aus denen die Firma danach aber etwas Grosses geschaffen hat?
  - Für welche Werte steht die Unternehmung, und wie zeigt sich das im Alltag?
  - Was würde der Region bzw. der Welt fehlen, wenn es diese Firma nicht gäbe?
- Am besten stellen Sie sich diese Fragen auch immer wieder mal in der Geschäftsleitung und zusammen mit Ihren Führungskräften und Mitarbeitenden.
- Aus diesen Antworten lasse sich tolle Storys kreieren.