

HEHN  
*Nadine*

REVOL  
**YOU**  
TION

# Modul 9 - Storytelling

Durch spannende Geschichten überzeugen

## Inhalt

1. Storytelling .....	3
2. Warum Storytelling? .....	3
3. Was macht eine gute Geschichte aus? .....	4
4. Deine Aufgabe.....	10

## 1. Storytelling

Storytelling ist eines der wichtigsten Eigenschaften von guten Managern in der Geschäftswelt. Als mehrjährige Angestellte mit Führungsverantwortung in einem Maschinenbauunternehmen gab es dabei eine Sache, die mich oft gestört hat: *Die Emotion und die Gefühle sind verloren gegangen!*

Wir versuchen nur noch über Zahlen, Daten und Fakten andere zu überzeugen. Es entstehen Machtgefüge und –Verhältnisse, die Zusammenarbeit und ein gemeinsames Miteinander nur bedingt zulassen.

Für eine gemeinsame Sache zu sein oder einen anderen, vielleicht auch nicht so erfahrenen Kollegen zu supporten, ist nicht an der Tagesordnung. Und doch ist es so, dass uns gemeinsame Geschichten mitreißen und überzeugen können. Geschichten generieren Gemeinsamkeit, Sympathie und einen gemeinsamen roten Faden.

Schon als Kinder lieben wir Geschichten, wir tauchen sehr gerne in andere Welten und Blickwinkel ein. Aber wir müssen auch die Möglichkeit dafür bekommen. Zwischen zu vielen Zahlen und Fakten geht diese Fähigkeit bei Managern, aber auch bei den Mitarbeitern verloren.

*Lass uns gemeinsam Geschichten erzählen und andere damit glücklich machen!*

Versuche du in deiner neuen Funktion als Abteilungsleiter/-in oder Manager diese Fähigkeit ausbauen, weiterzugeben und dadurch Gemeinsamkeit generieren!

## 2. Warum Storytelling?

Warum ist das Thema Storytelling so wichtig? Ich möchte dir an dieser Stelle nochmal kurz erläutern, warum wir uns über das Thema „Geschichten erzählen“ Gedanken machen und was wir dadurch erreichen können.

Deine Vorteile mit deiner individuellen Geschichte:

1. Geschichten suggerieren dem Gehirn eine reale Situation. Zu unterscheiden zwischen Geschichte und Realität ist im Gehirn nur bedingt möglich, deshalb wird der Zuhörer über eine Geschichte in deine Realität gezogen. Das überzeugt, ohne zu überreden.
2. Seit jeher kennen wir Geschichten: Filme, Bücher, Werbung usw. All diese Geschichten enthalten eine immer wiederkehrende Storyline. Über den bekannten Ablauf der Geschichte und den typischen Spannungsverlauf geben wir dem Zuhörer ein Hilfsmittel, bereits bekannte Geschichten ganz einfach auf die Neue zu übertragen.
3. Geschichten kombinieren Fakten und Emotionen. Dadurch werden viele Teile des Gehirns angeregt und die Identifikation mit dem Thema fällt dem Zuhörer leichter. Überzeugen durch Emotion, das ist das Geheimnis der Geschichten.
4. Geschichten können dir helfen deine Authentizität zu maximieren und als charismatischer überzeugender Speaker wahrgenommen zu werden.

Aus all diesen Gründen lohnt es sich auf jeden Fall, das Thema Storytelling genauer zu betrachten und zukünftig bei der Vorbereitung deiner Präsentation immer im Werkzeugkasten zu haben. Generiere deinen roten Faden über deine individuelle Story.

### 3. Was macht eine gute Geschichte aus?

Anhand der folgenden Grundprinzipien für das richtige Storytelling kannst du in Zukunft deine Präsentation immer mehr zu einer Geschichte verwandeln und deine Zuhörer in den Bann deiner Geschichte ziehen:

Authentizität

In den ersten Modulen haben wir bereits viel über Authentizität gelernt und wie wir diesen gewünschten Zustand bzw. diese Wirkung erreichen können. Neben den bereits gelernten Aspekten können wir auch durch die richtige Geschichte authentisch wirken und dadurch überzeugen. Dabei sollte die Geschichte zu dir, deiner Persönlichkeit und dem was du machst passen. Statt einfach nur über deine Inhalte zu sprechen kannst du auch deine persönliche Einstellung preisgeben und deinen Weg erzählen, den du

bei dem entsprechenden Thema durchlaufen bist. Generiere Emotion und Sympathie indem du deine Zuhörer an dir und deiner Geschichte teilhaben lässt! Zeige Leidenschaft für das, was du machst und präsentierst!

### Nutze deine Stimme

PowerPoint, Flipchart oder sonstige Medien sind wichtige Kommunikationsmittel in der heutigen Zeit. Allerdings solltest du nicht zu viele dieser Tools verwenden. Du solltest deine Stimme nicht unterschätzen. Wenn du die richtige Geschichte mit einer angenehmen Stimme erzählst, du dadurch die Emotion deiner Zuhörer erreichst, dann hast du es geschafft. Und das ganz ohne oder nur teilweise mit externen Hilfsmittel.

### Schweigen

Schweigen beim Präsentieren? Ja, du hast richtig gehört! Eines der effektivsten Stilmittel bei Reden oder eben Präsentationen ist das Schweigen bzw. die Stille.

Vielleicht ist dir dieses Stilmittel auch bei dem einen oder anderen Redner bereits aufgefallen. Z.B. Helmut Schmidt hat dieses Stilmittel in seiner Politikkarriere sehr effektiv angewendet. Ein weiteres Beispiel ist Steve Jobs, der in einem seiner Vorträge im Jahr 1997 das Stilmittel des Schweigens verwendet, um Kritik zu behandeln. Schau dir hierzu einfach das Video an, es ist sehr eindrucksvoll wie Jobs Schweigen beim Publikum ankommt.<sup>1</sup>

Dabei wird speziell zwischen wichtigen Aussagen und auch provozierenden Details eine kleine Pause eingebaut. Normalerweise dauert dieses Pause wenige Sekunden, als Regel kann man leise „21,22,23,24“ im Kopf zählen. Das Aushalten dieser Stille Phase stellt man sich recht einfach vor, ist allerdings am Anfang sehr ungewohnt und die Gefahr besteht, dass man verunsichert zu früh das Wort ergreift. Dann ist der Effekt des Schweigens nicht gegeben. Diese Stille Phase muss mit einem starken Ausdruck und Entschlossenheit durchgezogen werden. Am besten ist es, man nimmt in dieser Phase noch zusätzlich Blickkontakt zum Publikum auf.

---

<sup>1</sup> <https://youtu.be/FF-tKLISfPE>

Probiere es bei deiner nächsten Präsentation aus. Suche dir eine Stelle in der Präsentation aus, die dir inhaltlich sehr wichtig ist und baue eine rhetorische Pause ein. Bleib standhaft, achte auf die positive Reaktion deiner Zuhörer und nimm genauso entschlossen den Faden wieder auf!

#### Dein Publikum kennen

Vor deiner Präsentation solltest du immer etwas Zeit darauf verwenden, deine Zuhörer bzw. deine Zielgruppe zu analysieren. Dies benötigst du zum einen, um dein Angebot richtig zu formulieren. Zum anderen ist diese Analyse auch für die Auswahl deiner richtigen Geschichte sehr wichtig. Über die Interessen und die Wertevorstellung deines Gegenübers kannst du die Geschichte so gestalten, dass sie nicht nur für deine Authentizität steht, sondern auch direkt bei deinem Gegenüber ankommt. Damit schwingst du und deine Publikum in der gleichen Frequenz, d.h. es entsteht ein Verständnis füreinander. Die Sympathie und der Support füreinander werden maximal gesteigert.

#### Pitching

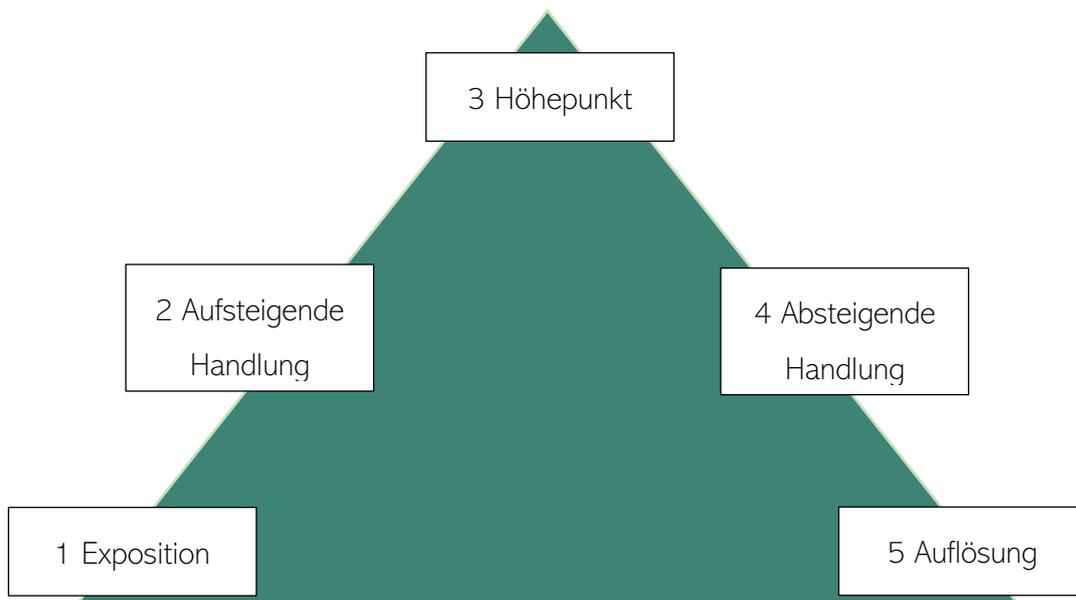
Das Pitching beherrscht du nach Modul 8 wahrscheinlich perfekt! Umso besser, denn auch bei deiner Geschichte ist das Pitching sehr wichtig. Die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen wird durch viel Ablenkung wie E-Mails, Social Media etc. immer kleiner. Eine Microsoft Studie geht bei Menschen von circa 8 Sekunden Aufmerksamkeitsspanne aus (im Jahr 2015), Tendenz sinkend. D.h. du musst versuchen, die Menschen schnell in deinen Bann zu ziehen. Nutze deinen Pitch, um deine Story aufzubauen. Erwecke Emotion, zieh die Menschen in deine Storyline!

#### Positives und Negatives

Ein wichtiger Aspekt beim Storytelling ist, dass du dein Leben und deine Geschichte nicht in „Glanz und Glamour“ darstellst, so wie dies aktuell in der freien Wirtschaft der Fall ist. Traue dich auch negative Aspekte zu behandeln, zeige Schwächen und Verletzlichkeit. Mach dich vergleichbar und zugänglich, sodass dein Gegenüber dich als wahre Persönlichkeit mit guten und schlechten Phasen wahrnimmt und nicht als Schauspieler mit einem oberflächlichen Erscheinungsbild. Deine Verletzlichkeit macht glaubwürdig und authentisch.

## Die Storyline einer Geschichte

Der Ablauf von guten Geschichten ist immer gleich: Es gibt einen Anfang, ein Hauptteil und ein Ende. Den Anfang und das Ende haben wir bereits ausführlich in den vorherigen Modulen besprochen, wichtig ist nun der rote Faden der Story und der Spannungsverlauf. Dieser sollte sich wie eine Welle zum Mittelteil hin aufbauen und ab dem Höhepunkt in der Mitte wieder auflösen. So läuft jede Geschichte ab, ob in der Werbung oder im Märchenbuch. Orientiere dich für deinen Vortrag und deine Geschichte an der folgenden Storyline:



Diese Struktur lässt sich weiter vereinfachen, indem wir das Dreieck mit seinen 3 Ecken betrachten. Jede Ecke steht für einen Akt in deiner Präsentation, der eine unterschiedliche Zielsetzung haben.

Akt 1:

Exposition oder auch unser bereits behandelter Pitch. (siehe Modul 8)

Ziel: Status quo darstellen, Publikum abholen, Eis brechen, Anker setzen

Grundfrage: Wo hole ich das Publikum ab?

Länge: Maximal 15 % des Vortrags

Akt 2:

Das „Heute“ mit dem „Morgen“ vergleichen

Ziel: Spannungsaufbau, Ziel darstellen, Kontraste schaffen, Emotionen erzeugen

Grundfrage: Eigene Sicht auf Morgen darstellen.

Länge: 70 % des Vortrags

Akt 3:

Unser Action Statement (siehe Modul 8)

Ziel: Gemeinsamer Abschluss, Trigger setzen, Benefits zusammenfassen

Grundfrage: Welchen Typ von Action Statement möchte ich für meine individuelle Message nutzen?

Länge: max. 15 % des Vortrags, eher weniger

Für ein praktisches Beispiel kannst du dir an dieser Stelle die [Stanford-Eröffnungsrede von Steve Jobs im Jahr 2005](#) anschauen und nach unserer Struktur oben analysieren.

Schaue dir die Rede an und achte ganz Besonders auf die Emotionen von Jobs und wie diese auf die Studenten übertragen werden.

Analyse der Rede anhand der Struktur der 3 Akte:

Akt 1:

Kurzer Eisbrecher in 2 Sätzen, Publikum durch Kompliment auf den gleichen Standpunkt gebracht.

„Ihr habt das College bestanden, herzlichen Glückwunsch. Ich hab keinen College-Abschluss und dies hier ist der nächste Punkt, an den ich bezüglich eines College-Abschluss gekommen bin. (Publikum lacht)“

Akt 2:

Hauptteil des Vortrags, macht circa 90 % der Rede aus. Jobs bringt sehr viele persönliche Details aus seiner Vergangenheit mit ein und gleicht diese immer wieder mit der Gegenwart der Studenten ab. Dadurch wird Spannung erzeugt und Emotionen werden von authentischen Steve Jobs auf das Publikum übertragen.

Akt 3:

Action Statement in Form einer kurzen bündigen und inspirierenden Aussage: „Bleibt hungrig. Bleibt verrückt!“

Und nun bist du an der Reihe. Kreiere deine eigene Geschichte!

## 4. Deine Aufgabe

Schreibe deine Geschichte. Suche dir ein Thema, das dir richtig am Herzen liegt. Wähle gerne etwas, das mit deiner täglichen Arbeit oder deinem Studium zu tun hat, gerne kannst du aber auch auf ein Hobby oder eben eine Herzensangelegenheit zurückgreifen.

Überlege dir eine Storyline, die deine Zielperson entsprechend einschließt und überzeugen kann. Gehe hierfür alle oben genannten Punkt durch, überlege dir die einzelnen Phasen und vor allem auch den roten Faden. Wie steigst du ein? Wie rundest du dein Thema ab?

Dauer deiner Präsentation: circa 10 Minuten

Deine Teilaufgaben:

1. Schreibe deine Story so auf, dass du diese anhand der Notizen präsentieren kannst.
2. Nimm die Story per Video auf.
3. Analyse kann bei Bedarf im Live Coaching erfolgen, hierfür das Video vorab an deinen Coach schicken.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---







Platz für weitere Notizen

