

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Geschichten und Erzählungen in Unternehmen</b> .....	<b>7</b>
2.1	Kennzeichen organisationaler Geschichten .....	8
2.2	Geschichtentypen in Unternehmen .....	9
2.3	Die Macht der Geschichten: Was Geschichten in Unternehmen bewirken .....	11
<b>3</b>	<b>Die Methode »Storytelling«</b> .....	<b>15</b>
3.1	Was ist die Storytelling-Methode? .....	16
3.1.1	Hintergründe und Einflüsse der Methodenentwicklung .....	16
3.1.2	»Storytelling« – eine Definition .....	17
3.2	Die Phasen der Storytelling-Methode .....	19
3.3	Der Nutzen von Erfahrungsgeschichten für Unternehmen .....	21
<b>4</b>	<b>Anwendungsbereiche</b> .....	<b>25</b>
4.1	Storytelling im Wissensmanagement .....	27
4.2	Storytelling für das Project Debriefing .....	28
4.3	Storytelling zur Dokumentation wichtiger Projekte .....	29
4.4	Storytelling bei »Leaving Experts« .....	30
4.5	Storytelling zur Analyse der Unternehmenskultur .....	31
4.6	Storytelling in Veränderungsprozessen .....	32
4.7	Storytelling in der Markenführung bzw. im Brand Management .....	34
4.8	Storytelling in der Marktforschung .....	35
4.9	Storytelling im Qualitätsmanagement .....	36
4.10	Storytelling in Netzwerke, Clustern und Kooperationen .....	38
<b>5</b>	<b>Evaluation und Wirksamkeit von Storytelling</b> .....	<b>41</b>
5.1	Wissenschaftliche Untersuchungen über Praktikabilität und Wirksamkeit .....	42
5.1.1	Evaluation der Handhabung der Methode .....	42
5.1.2	Wirksamkeit der Ergebnisse des Methodeneinsatzes .....	43
5.2	Stimmen aus der Praxis .....	44
<b>6</b>	<b>Die Durchführung der Storytelling-Methode</b> .....	<b>49</b>
6.1	Die Planungsphase .....	53
6.1.1	»Kick-off«-Gespräch mit dem »Entscheider« .....	54
6.1.2	Gespräch mit einem internen Experten .....	58
6.2	Die Interviewphase .....	61
6.2.1	Entwicklung des Interviewleitfadens .....	62
6.2.2	Durchführung der Interviews .....	64
6.3	Die Extrahierphase .....	68
6.3.1	Bilden von Auswertungskategorien .....	69
6.3.2	Vorgehen zur Auswertung der Interviewinhalte .....	71
6.4	Die Schreibphase .....	75
6.4.1	Aufbau der Kurzgeschichten .....	77
6.4.2	Leitlinien für die Gestaltung der Kurzgeschichten .....	80

6.4.3	Entwicklung des Erfahrungsdokumentes .....	87
6.5	Die Validierungsphase .....	88
6.6	Die Verbreitungsphase .....	90
6.7	Erfolgsbewertung von Storytelling im Unternehmen.....	93
<b>7</b>	<b>Weitere Storytelling-Methoden und Varianten .....</b>	<b>97</b>
7.1	»Appreciative Inquiry« – Einsatz von Geschichten in Großgruppen-Konferenzen .....	98
7.2	Erzählungen zur Entschlüsselung der inoffiziellen Unternehmenskultur .....	99
7.3	»Springboard Storys« zur Unterstützung von Veränderungsprozessen .....	100
7.4	»Story Construction« zur Veränderung der Unternehmenskultur.....	102
7.5	Storymanagement zur Unterstützung von Führungserfolg .....	103
<b>8</b>	<b>Weiterführende Literatur .....</b>	<b>105</b>
<b>9</b>	<b>Ausblick – Kurzvarianten von Storytelling .....</b>	<b>109</b>
	<b>Literatur .....</b>	<b>113</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>117</b>
	<b>Über die Autorin .....</b>	<b>121</b>