

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Geschichten und Erzählungen in Unternehmen	7
2.1	Kennzeichen organisationaler Geschichten	8
2.2	Geschichtentypen in Unternehmen	10
2.3	Macht der Geschichten: Was Geschichten in Unternehmen bewirken	13
3	Die Methode „Storytelling“	17
3.1	Grundhaltung im narrativen Management	18
3.2	Was ist die Storytelling-Methode?	19
3.2.1	Hintergründe und Einflüsse der Methodenentwicklung	20
3.2.2	„Storytelling“ – eine Definition	21
3.3	Phasen der Storytelling-Methode	23
3.4	Nutzen von Erfahrungsgeschichten für Unternehmen	26
4	Anwendungsbereiche	31
4.1	Storytelling im Wissensmanagement	33
4.2	Storytelling für das Project Debriefing	34
4.3	Storytelling zur Dokumentation wichtiger Projekte	36
4.4	Storytelling bei „Leaving Experts“	37
4.5	Storytelling zur Analyse der Unternehmenskultur	38
4.6	Storytelling in Veränderungsprozessen	40
4.7	Storytelling in der Markenführung bzw. im Brand Management	42
4.8	Storytelling in der Marktforschung	43
4.9	Storytelling im Qualitätsmanagement	44
4.10	Storytelling in Netzwerken, Clustern und Kooperationen	46
4.11	Storytelling im Konfliktmanagement	47
5	Evaluation und Wirksamkeit von Storytelling	51
5.1	Wissenschaftliche Untersuchungen über Praktikabilität und Wirksamkeit	53
5.1.1	Evaluation der Handhabung der Methode	53
5.1.2	Wirksamkeit der Ergebnisse des Methodeneinsatzes	54
5.2	Stimmen aus der Praxis	55
6	Durchführung der Storytelling-Methode	59
6.1	Planungsphase	64
6.1.1	„Kick-off“-Gespräch mit dem „Entscheider“	65
6.1.2	Gespräch mit einem internen Experten	70
6.2	Interviewphase	73
6.2.1	Entwicklung des Interviewleitfadens	74
6.2.2	Durchführung der Interviews	76
6.3	Extrahierphase	82
6.3.1	Bilden von Auswertungskategorien	83
6.3.2	Vorgehen zur Auswertung der Interviewinhalte	85

6.4	Schreibphase	89
6.4.1	Aufbau der Kurzgeschichten	91
6.4.2	Leitlinien für die Gestaltung der Kurzgeschichten	95
6.4.3	Entwicklung des Erfahrungsdokumentes	104
6.5	Validierungsphase	105
6.6	Verbreitungsphase	107
6.7	Erfolgsbewertung von Storytelling im Unternehmen	111
7	Weitere Storytelling-Methoden und Varianten	115
7.1	„Appreciative Inquiry“ – Einsatz von Geschichten in Großgruppen-Konferenzen.	116
7.2	Erzählungen zur Entschlüsselung der inoffiziellen Unternehmenskultur	118
7.3	„Transfer Stories“ zur Sicherung von Expertenwissen	119
7.4	„Springboard Story“ zur Unterstützung von Veränderungsprozessen	120
7.5	„Story Construction“ zur Veränderung der Unternehmenskultur	122
7.6	Storymanagement zur Unterstützung von Führungserfolg	123
8	Weiterführende Literatur	127
9	Ausblick – Kurzvarianten von Storytelling	133
	Serviceteil	137
	Literatur	138
	Stichwortverzeichnis	140

Storytelling

Eine Methode für das Change-, Marken-, Projekt- und
Wissensmanagement

Thier, K.

2017, X, 142 S. 25 Abb. Mit Online-Extras., Softcover

ISBN: 978-3-662-49205-5