

Geschichten erzählen und Herzen gewinnen (Teil 2)

Wie Sie “Storytelling” in Ihren Reden und Präsentationen nutzen können

Es sind unsere Geschichten, unsere Erlebnisse und Erfahrungen, die uns zu der Person machen, die wir sind. Und es sind unsere Geschichten, die bestimmen, wie wir von unserer Umwelt wahrgenommen werden.

Nehmen wir den aktuellen Wettlauf um die Präsidentschaft der Vereinigten Staaten. Die politischen Überzeugungen geraten beinahe in den Hintergrund, wenn drei so “geschichtenträchtige” Kandidaten wie Hillary Clinton, Barack Obama und John McCain den steinigen Weg ins Weiße Haus antreten. Drei Personen mit drei Geschichten, die auf jeder Leinwand überzeugen würden: Das Drama der betrogenen Ehefrau, die es allen zeigen will und zu politischen Höhen erwächst, um ihrem Mann ins oberste Staatsamt zu folgen. Die Underdog-Geschichte des ersten Afro-Amerikaners, der mit Schneid und Herz ganz nach oben aufsteigt und seine Chance nutzen will, die verschiedenen Bevölkerungsgruppen der USA zu vereinen. Und letztendlich die Heldengeschichte des Vietnamveteranen, dessen Flugzeug über Hanoi abgeschossen wurde, der lange in Gefangenschaft gefoltert wurde, ohne den Glauben an das Gute zu verlieren und jetzt Amerikas Schicksal in die Hände nehmen möchte.

Wer könnte sich der Magie dieser beeindruckenden Geschichten entziehen?

Und genau weil sich niemand der Kraft einer guten Geschichte widersetzen kann, sollten Sie Ihre Präsentationen mit Geschichten zum Volltreffer machen.

Es ist gar nicht so schwer.

Auf den nächsten Seiten stelle ich Ihnen verschiedene Geschichtenformen und Ihre besten Einsatzgebiete vor. Damit finden Sie garantiert für jeden Anlass die passende Story.

Fünf Arten von Storys und Geschichten und wann Sie diese einsetzen sollten

1.) Die Schlüsselmomente

Geschichten über zentrale Ereignisse in Ihrem Leben. Sie beschreiben Momente, in denen Ihnen unerwartet etwas zugestoßen ist – positiv oder negativ – oder wichtige Entscheidungen fällen mussten, um Ihr Leben auf den Kurs zu bringen, auf dem er heute ist.

Wann Sie diese Geschichten einsetzen können:

Diesen Geschichten wohnt meist eine große Moral inne. Nutzen Sie sie, wann immer Inspiration und Motivation gefragt sind. Wenn Sie ein Unternehmen leiten und dem Engagement ihrer Mitarbeiter einen kleinen Kick geben möchten, können Sie mit einer Schlüsselmoment-Story dafür sorgen, dass Ihre Angestellten wieder an den Sinn ihrer Arbeit glauben. – Diese Geschichten sind ideal, um längere Reden und Präsentationen einzuläutern.

2.) Die Anekdote

Die wahrscheinlich hilfreichste Geschichtenform in Ihrem Fundus. Hier geht es um die kleinen schönen und weniger schönen Dinge, die uns täg-

lich begegnen. Die Freude, wenn ein Busfahrer die Türen ein wenig länger offen hält und wartet, bis wir über die Straße gerannt sind. Die Frustration, am ersten Tag in einer neuen Stadt von einem Taxifahrer übers Ohr gehauen zu werden.

Wann Sie diese Geschichten einsetzen können: Da Sie kurz und nicht allzu dramatisch sind, können Sie beinahe jeden Vortrag mit diesen Geschichten würzen. Anekdoten sind perfekte Opener, weil Sie damit sehr schnell den Kontext Ihrer Botschaft etablieren und gleichzeitig eine emotionale Verbindung zu Ihrem Publikum schaffen können. Sie sind auch hervorragend geeignet, sehr dichte oder technische Erläuterungen aufzulockern und trotzdem beim Thema zu bleiben.

3.) Die Tolpatsch-Geschichte

Wenn Sie eine Geschichte über ein etwas peinliches Erlebnis oder eine Punktlandung im Fettaßchen zum Besten geben, haben Sie die Sympathien Ihrer Zuhörer garantiert auf Ihrer Seite. Kleine Ungeschicklichkeiten zuzugeben, ist ganz einfach liebenswürdig. Und wie bei der Anekdote ist auch hier der Fundus nahezu unerschöpflich.

Wann Sie diese Geschichten einsetzen können: Keine Geschichte zeigt Ihren Zuhörern so gut, dass Sie einer von Ihnen sind, wie die Tolpatschgeschichte. Setzen Sie sie ein, wenn Sie Misstrauen oder Nervosität bei Ihrem Publikum vermuten oder zu Mitarbeitern sprechen, die rangmäßig unter Ihnen stehen. Sie ist der perfekte Eisbrecher. Wofür sich die Tolpatsch-Geschichte nicht gut eignet: als Opener.

4.) Die Fabel

Antike Mythen, Märchen, Volksweisheiten und alle anderen Geschichten, die wir in Büchern gelesen oder als Kind beim Vorlesen gehört haben, können wir in Präsentationen und Vorträgen wirkungsvoll einsetzen. Die meisten enthalten eine sehr

eindeutige Moral und es gibt so viele von ihnen, dass Sie selbst für die abwegigsten Themen die passende finden werden.

Wann Sie diese Geschichten einsetzen können: Die meisten Zuhörer werden mit den einzelnen Fabeln schon vertraut sein. Deswegen können Sie in der Regel darauf verzichten, die gesamte Geschichte herunter zu leiern und können sich darauf beschränken, zentrale Aspekte herausgelöst darzustellen. Es wird zum Beispiel ausreichen, nur ein paar Worte über König Salomon zu verlieren, wenn Sie zum Thema Gerechtigkeit sprechen.

5.) Tagesaktuelle Ereignisse

Dazu gehört alles, was Sie in der Zeitung oder einer Zeitschrift gelesen, im Internet gefunden oder im Fernsehen gesehen haben. Vom riesigen Skandal, von dem jeder gehört hat bis hin zur kleinen menschelnden Geschichte, über die Sie gestolpert sind.

Wann Sie diese Geschichten einsetzen können: Diese Geschichten eignen sich, wenn Sie eine fesselnde Geschichte erzählen wollen aber Ihre eigenen Erlebnisse lieber außen vor lassen möchten. Sie können Ereignisse aus dem Tagesgeschehen sehr gut dazu verwenden, einen gemeinsamen Gegner zu etablieren. Wenn Sie beispielsweise vor einem Publikum mit ähnlichen politischen Ansichten sprechen, können Sie die letzten "Schandtaten" der Oppositionspartei aufs Tapet bringen und diese solidarisierende Geste nutzen, um sich mit Ihren Zuhörern zu verbünden.

Ich wette, dass Ihnen zu jeder Geschichtenart mindestens ein Dutzend Geschichten eingefallen ist. Wie wählen Sie nun die passende aus? Zwei Dinge sollten Ihre Auswahl leiten: Ihre Argumentation und Ihr Publikum. Dass die Geschichte zur Rede passen muss, ist klar. Selbst die spannendste oder komischste

Geschichte ist fehl am Platz, wenn sie sich nicht mit Ihrer Argumentation in Einklang bringen lässt. Doch auch zum Publikum muss sie passen, damit Ihre Geschichte die gewünschte Wirkung entfalten kann.

Denken Sie an Ihr Publikum

- **Bringen Sie sich auf Augenhöhe mit Ihren Zuhörern:** Dass Sie Ihrem Publikum damit auf einfachste Weise vermitteln können, ein echter Mensch mit Stärken und Schwächen – also “einer von ihnen” – zu sein, ist eins der schlagkräftigsten Argumente für die Verwendung von “Storytelling” (vor allem von persönlichen Geschichten) in Vorträgen.
- **Versetzen Sie sich in die Position Ihres Publikums:** Denken Sie gründlich darüber nach, was die Bedürfnisse, Hoffnungen und Nöte Ihres Publikums sind. Wenn Sie dann mit der dazu passenden Anekdote oder Tolpatsch-Geschichte aufwarten, kommunizieren Sie Ihrem Publikum, dass Sie sich wirklich mit den Belangen Ihrer Zuhörer auseinandergesetzt haben. Sie werden vertrauenswürdig, und Ihre Botschaft kann besser ankommen.
- **Bauen Sie interaktive Momente ein:** Fragen Sie Ihr Publikum nach einer Geschichte zum Beispiel, ob einige von ihnen schon selbst Ähnliches erlebt haben. Selbst wenn sich Ihre Zuhörer nicht zur Teilnahme ermutigen lassen, werden sie doch zumindest im Kopf mitspielen. Das hält wach und sorgt für größere Aufmerksamkeit.
- **Achten Sie auf die Rangordnung:** Wenn Sie vor einem Raum voller Aktionäre sprechen, sollten Sie sich mit den Tolpatschgeschichten besser zurückhalten. Und wenn Sie als Geschäftsführer vor Ihren Mitarbeitern sprechen, sollten Sie Geschichten vermeiden, die Sie zu schwach aussehen lassen. Der gesunde Menschenverstand wird Ihnen hier ein guter Ratgeber sein.

Wie Sie mit “Storytelling” Ihre Präsentation strukturieren

Von Kindesbeinen an sind wir daran gewöhnt, mit Geschichten und Erzählungen umzugehen. Wir “verstehen” sie, weil sie uns als Mittel der Wissensvermittlung vertraut sind. Die meisten Geschichten folgen dem gleichen vierstufigen Aufbau, den ich hier kurz skizzieren möchte. Ich empfehle Ihnen: Nutzen Sie ihn in Ihren Präsentationen. Denn wenn Sie von Ihrem Publikum verstanden werden möchten, sollten Sie auf einen Präsentationsaufbau setzen, dem Ihre Zuhörer intuitiv folgen können.

1. Der Status Quo: Hier erläutern Sie den Kontext, klären das Setting und führen Hauptcharaktere (oder Hauptthemen) ein
2. Der Konflikt: Sie stellen das Problem vor. Im Märchen ist es vielleicht der Drache, bei Ihnen geht es vielleicht um eine ungerechte Steuerpolitik. Zwischen den Hauptcharakteren und dem Problem kommt es zur Auseinandersetzung.
3. Die Auflösung: Der Drache ist erlegt, das Budget wieder im Lot. Die Harmonie ist wiederhergestellt.
4. Die Moral: Was geschehen musste, um vom Konflikt zur Auflösung zu führen, enthält eine Lektion. Und diese Lektion wird an das Publikum weitergegeben. Es ist die Handlungsaufforderung.

Wenn Sie immer darauf achten, dass Ihr Vortrag diesen Spannungsbogen einhält, wird Ihnen Ihr Publikum auf der Reise von Problem zu Lösung gern folgen. – Ja, es wird gar nicht anders können. Versuchen Sie dies bei der Vorbereitung Ihrer nächsten Präsentation: Strukturieren Sie Ihre Präsentation anhand dieser vier Punkte. Dann wird sie schon von vornherein einen gewinnenden Geschichtencharakter besitzen. Als nächstes nehmen Sie sich Ihren kleinen Geschichtenfundus vor, den Sie bei der Lektüre des ersten Teils und

beim Lesen der fünf Kategorien zusammengestellt haben und wählen für die einzelnen Punkte passende Geschichten aus.

Die Moral ist der Knackpunkt bei Geschichten. Sie muss sich wirklich natürlich aus der Geschichte ergeben. Wenn sie nicht glaubwürdig ist und an den Haaren herbei gezogen wirkt, dann nimmt sie Ihnen das Publikum nicht ab. – Wenn meine Mutter mich beispielsweise mit der Geschichte vom Rotkäppchen dazu ermahnt hätte, immer auf direktem Weg nach Hause zu kommen, hätte das für mich bestimmt ganz plausibel geklungen. Hätte sie jedoch gesagt, dass ich zusätzlich immer mein Zimmer aufräumen und den Abwasch erledigen muss, weil es mir sonst wie dem Rotkäppchen ergehen wird, hätte ich diesen Sprung wohl nicht mitgemacht.

Ja, natürlich brauchen Sie etwas Mut, um Geschichten – vor allem persönliche – in Ihre Vorträge und Präsentationen einzubauen. Da beißt die Maus keinen Faden ab. Am Anfang werden Sie sich wahrscheinlich sogar etwas seltsam vorkommen.

Doch ich verspreche Ihnen: Es wird sich alles gelohnt haben, sobald Sie merken, wie Sie Ihre Argumente mit Geschichten wirkungsvoll illustrieren und Ihrem Publikum unerwartet nah kommen. Versuchen Sie es einfach bei der nächsten Gelegenheit.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg –

Kommen Sie gut an!

Ihr
René Borbonus