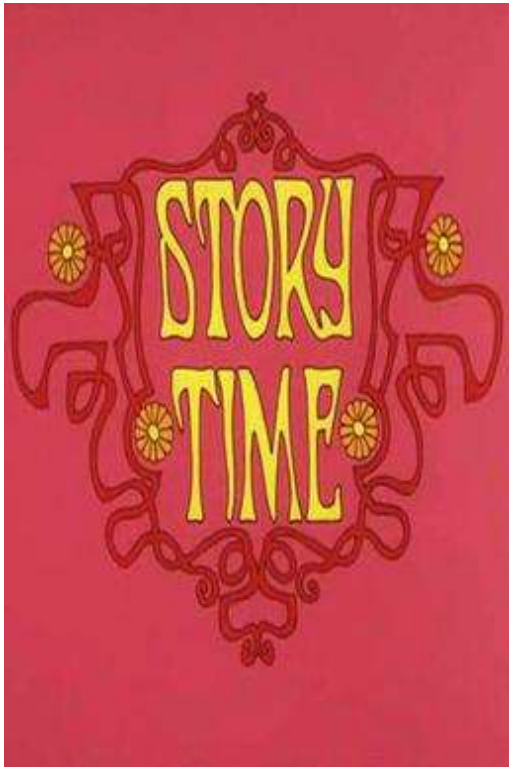


## Methode Storyleading

Von Silke Schmidt



### Warum Führen mit „Stories“ – ist das nicht was für den Kindergarten?

Menschen – völlig unabhängig von Alter, Kultur oder Bildungsstatus – lernen seit Jahrtausenden am besten aus Geschichten. Geschichten geben uns den Kontext, um neue Informationen sofort mit individuell vorhandenem Wissen und Erfahrungen zu verknüpfen. Das gelingt besonders effektiv, da Geschichten auch etwas können, das trockene Faktenberichte oder Powerpoint-Zahlen-Bingo nicht können: Sie erreichen uns emotional. Dabei geht es nicht um ein bestimmtes Gefühl, sondern allein um die Tatsache, dass wir uns mit bestimmten Charakteren oder Handlungen ganz einfach identifizieren können. Das macht betroffen und beantwortet ganz schnell die Frage, warum eine neue Information für uns wichtig und hilfreich sein kann. Wenn dieses „Big Picture“

klar ist, sind wir offen und motiviert, mehr zu lernen und das Gelernte auch direkt an der richtigen Stelle umzusetzen.

*„Whether you believe you can do a thing or not, you’re right.“  
– Henry Ford*

### Was unterscheidet Storyleading von Storytelling?

Storytelling beschreibt den Prozess des Geschichtenerzählens. Doch damit allein ist noch nicht sichergestellt, dass wirklich jeder aus dem Gehörten oder Gelesenen das lernt, was der Erzähler vermitteln wollte. Außerdem lernt jeder Leser/Zuhörer etwas anderes, denn die Wissensvermittlung durch Geschichten wird heute durch die zunehmende Komplexität der Informationsflut und die Diversität der Gesellschaft (Internationalität, Generationen, etc.) erschwert. Das ist besonders relevant für zentrale Akteure in Wandlungsprozessen, darunter Change-Abteilungen und Führungskräfte selbst. Genau darauf geht CompanyPoets mit der Methode des Storyleadings ein. Die Methode basiert auf einer Mischung aus Storytelling-Kompetenz und Leadership Development. Dabei versetzen sich Führungskräfte in die Rolle von Autoren hinein und lernen mittels zentraler Tools, wie man Geschichten nicht nur erzählt, sondern damit Mitarbeiter zum Handeln bewegt.

*„CEOs can be more powerful role models when they learn rather than when they teach.“ –  
Rosabeth Moss Kanter*

### Warum gerade jetzt eine solche Methode?

Durch die Digitalisierung wandeln sich vor allen Dingen unsere Lerngewohnheiten

radikal. Jugendliche der Generation Z konsumieren heute 1-Minuten-Clips auf TikTok und Co., um den Inhalt ganzer Bücher zu konsumieren. Selbst Senioren sitzen heute mit iPads im Park, lesen ebooks und hören Podcasts. Reines Faktenwissen steht heute überall, zu jeder Zeit und (fast) kostenfrei zur Verfügung. Auch innovative Bildungseinrichtungen haben dies längst erkannt und das Prinzip des „flipped classroom“ (= umgedrehter Klassenraum) eingeführt. Der Name leitet sich aus dem Prinzip ab, dass sich Lernende Grundlagenwissen individuell und angepasst auf ihre Lebenssituation aneignen und dieses dann im zweiten Schritt im Klassenzimmer oder der Uni mit kompetenten Lehrern/Professoren vertiefen. Auch hierbei hängt der Lernerfolg wesentlich von der Qualität des Lernmaterials ab.



Storyleading als innovative Beratungs- und Coachingmethode überträgt genau dieses Prinzip auf die Consulting-Praxis. Denn genau hier ist der Wandel auch unumgänglich. Seit Jahren belegen Studien einschlägig, dass die alte Beratungspraxis von „Kunde, wir lösen Dein Problem nach Schema xy, weil wir es schon 1.000 mal gemacht haben und alles darüber wissen“ ausgedient hat. Stattdessen geht es um Hilfe zur Selbsthilfe bzw. Befähigung zum Lösen der eigenen Probleme und die Begleitung dieses Lernprozesses durch erfahrene Berater, die die Werte der Neuen Arbeitswelt vorleben. Storyleading hat hierbei

den zusätzlichen Wert, dass durch die Kombination von Expertenberatung und Einzelcoaching die Persönlichkeitsentwicklung der Führungskräfte direkt in den Prozess eingebettet ist. Dieser Motivationsaspekt ist, gerade in Zeiten hoher Unsicherheit, absolut erfolgskritisch für Unternehmen und öffentliche Organisationen.

*„My task is not to motivate people to play great football. They are already motivated when they come to me. My challenge is simply not to demotivate them.“ - Lou Holtz*

### **Ist das nicht nur ein origineller Weg, um Führungskräfte als „alte Eisen“ unter Druck zu setzen?**

Lernende Organisationen stehen im Mittelpunkt der Neuen Arbeitswelt. Companypoets hat hierbei durch den Fokus auf Einzelcoaching eine ganz klare Position: Im Zentrum der Lernenden Organisation steht der lernende Mensch. Und Führungskräfte sind der Dreh- und Angelpunkt, um diese einfache Philosophie erfolgreich vorzuleben – oder eben nicht. An dieser Entscheidung, „ja“ zum Lernen und zur persönlichen Weiterentwicklung zu sagen, kann und will Companypoets überhaupt nichts ändern, denn das ist nicht Aufgabe eines Coaches oder Beraters – jedenfalls nicht nach unserer Auffassung. Außerdem wäre es vollends vergebene Zeit und Energie, denn jemanden „zum Jagen zu tragen“ bringt wenig Aussicht auf Erfolg. Wir sind dafür da, die entsprechenden Instrumente und das dafür nötige Wissen bereit zu stellen, damit Führungskräfte dem Wandel nicht ausgeliefert sind, sondern ihn selbst gestalten können. Geschichten sind hierfür ein einzigartiges

Medium. Und genau damit ist auch erklärt, warum es „alte Eisen“ im Grunde gar nicht gibt. Vermeintlich „alte“ Werte wie Vertrauen, harte Arbeit, Disziplin und Wertschätzung haben absolut nicht ihre Relevanz verloren. Im Gegenteil, sie sind wichtiger denn je.

*“Nobody can make anybody be someone he or she doesn’t want to be.” – Malcolm Forbes*

Es geht nur darum, eine neue Perspektive kennen zu lernen, um die Bedeutung dieser Werte vor dem Hintergrund der digitalen Welt neu zu interpretieren und entsprechend an unterschiedliche Zielgruppen zu kommunizieren. Soll heißen: Ja, Führungskräfte sollten sich wandeln, indem sie lernen, flexibel und situativ neue Perspektiven einzunehmen auf Bekanntes zu schauen. Aber nein, sie sollen damit nicht ihre Werte über Bord werfen oder irgendeinem Trend nachjagen, sofern sie nicht selbst zu der Überzeugung gelangen, das dies an der ein oder anderen Stelle Wert hätte für ihr eigenes Leben.

### **Woher weiß ich, welche(s) Führungstool(s) für mich die “richtigen” sind?**

Coaching und Beratung bei Companypoets beginnen mit einer einzigen Erkenntnis: „Es gibt kein universelles richtig oder falsch.“ Diese Erkenntnis ist alles andere als neu und

jeder seriöse Berater wird genau dasselbe sagen. Leider leben wir aber besonders in Deutschland in einer Kultur, wo Worte wie „perfekt, optimal, exakt, etc.“ hoch im Kurs stehen. Genau das ist der Grund für die Angst vor Fehlern, die allerorten für Stillstand und angezogene Handbremse sorgt, obwohl teuer eingekaufte Talente mit viel PS mit den Hufen scharren. Angst ist aber der allerschlechteste Begleiter, um Wandel voranzutreiben. Vorsicht und eingehende Reflexion dagegen sind durchaus angebracht. Richtig oder falsch kann daher nur bedeuten: „Zum jetzigen Zeitpunkt mit den jetzigen Informationen die passendste Handlungsoption, die uns/mich einem formulierten Ziel näher bringt.“ Um das heraus zu finden, reichen eben keine quick fixes und auch der Berater mit 30 Jahren Managementenerfahrung kann lediglich seine Perspektive beisteuern. Er ersetzt nicht den eigenen Entscheidungsprozess und die Lernerfahrung, die damit einhergeht. Entscheidungen gehen immer mit Risiko einher und persönliches Wachstum als Führungskraft findet nur statt, wenn ich lerne, dieses Risiko verantwortungsvoll aber mit dem nötigen „Arsch in der Hose“ zu tragen.

*„People wish to learn to swim but at the same time to keep one foot on the ground.“ – Marcel Proust*

Fallbeispiele zur Methode auf [www.companypoets.com](http://www.companypoets.com)



### **Kontakt:**

[schmidt@companypoets.com](mailto:schmidt@companypoets.com)