

Geschichten verbinden

Als ich Ende der 70er in die Migros wechselte, fand ich mich unversehens in einem Unternehmen voller Geschichten wieder. Beim Mittagessen in der Kantine, an jedem Apéro oder Mitarbeiteranlass erzählten mir altgediente Hasen Geschichten von «Dutti», dem legendären Gründer der Migros. Wie er die ersten Verkaufswagen losschickte, um günstige, abgepackte Lebensmittel zu den Leuten zu bringen (Newcomer). Wie er das Monopol der alteingesessenen Detaillisten mit ihren teuren Lebensmitteln brach – und sie Jahrzehnte lang mit allen Mitteln versuchten, die Migros zu ruinieren (David gegen Goliath). Wie er Hausfrauen zu seinen Verbündeten machte und damit Macht gewann (Kämpfer). Wie er gesellschaftliche Verantwortung hochhielt, seine Migros AG in eine Genossenschaft umwandelte, sie an die Kundinnen und Kunden «verschenkte». Bereits während des 2. Weltkriegs die Klubschule gründete und Sprachkurse anbot, gleich auch ein Reisebüro gründete (Held). Das Bild von Gottlieb Duttweiler, diesem massigen Mann, der demonstrativ Topolino fuhr, an einem Mitarbeiteranlass gern auch mal in den Zürichsee sprang, blieb haften. Die Geschichten bewirkten, dass ich mich schnell zugehörig fühlte zu dieser verschworenen Gemeinschaft, stolz darauf war, in gerade diesem Unternehmen zu arbeiten. Bald begann ich, bei meinen Freundinnen und Freunden von der Migros zu schwärmen. Heute würde man sagen: perfektes Storytelling!

Unser Gehirn liebt Geschichten. Mit ihnen können wir uns besser an Dinge erinnern und sie behalten. Geschichten wecken Interesse und garantieren Aufmerksamkeit – wenn sie kurz und leicht verständlich sind. Im Marketing, im Journalismus und in der Bildung wird Storytelling seit Langem eingesetzt. Jeder Werbespot erzählt eine Geschichte. Etwa die von den drei urchigen Appenzellern auf einer grünen Alp, die das Rezept ihres Käses unter keinen Umständen einem Fremden verraten. Oder die vom jungen Mann, der dank Fertigpizzas Freunde gewinnt und nie mehr allein essen muss. Oder die vom ewigen Jungbrunnen der Antiaging-Cremes. Auch Vereine sind Newcomer, kämpfen mal gegen Goliath oder vollbringen Heldentaten. Sie können Geschichten von Kampf, Erfolgen oder auch einfach lustigen Erlebnissen nutzen. Sie lassen sich mit Wort und Bild auf der Website, auf Facebook und Flyern erzählen. Sie können helfen, neue Mitglieder zu finden, vielleicht sogar neue Vorstandskolleg(inn)en. Und nicht zu vergessen: Storytelling wirkt auch gegen innen! Packende oder lustige Geschichten an einer Mitgliederversammlung, bei Ausflügen oder Treffen stärken die Identifikation mit dem Verein und fördern den Zusammenhalt. Und sie führen neue Mitglieder oder Vorstandskolleg(inn)en ein in die Kultur und die Werte des Vereins.



Von Maja Graf, Verantwortliche für den Bereich Bildung bei vitamin B und Co-Redaktorin B-Dur
→ graf@vitaminb.ch



MGB-Archiv,
MGB_Dok_Fo_o60447

Geschichten sind mehr als Informationen

- Sie lösen einen Film im Kopf aus.
- Sie wecken Emotionen.
- Sie verleihen einem Thema Bedeutung und Sinn.
- Sie bleiben länger und einfacher im Gedächtnis.
- Sie werden weiter erzählt.

Story
telling

... Newcomer,
Kämpfer,
Held ...

Beispiel – Erfolgsgeschichten erzählen!

Wir hatten eine Idee und machten uns daran, sie umzusetzen. Vereine sind für das Leben in der Schweiz wichtig, sagten wir uns. Zum Amt eines Vorstandsmitglieds kommen aber viele wie die Jungfrau zum Kind. Also helfen wir ihnen und machen sie fit für ihre neue Aufgabe! Mitte 2000 gingen wir online mit der Website, im September dann der erste Bazar, eine Vorabend-Veranstaltung. Nervös standen wir an der Tür zum grossen Saal im Hochhaus, schüttelten Hände und lächelten tapfer. Statt der erhofften 100 Gäste kamen mehr als 350. Der Saal platzte aus allen Nähten, wir mussten improvisieren. Natürlich waren wir komplett überfordert, aber unsäglich glücklich. Das war der fulminante Start von vitamin B.

Beispiel – Emotionen zeigen!

Wir sind uns um den Hals gefallen, haben alle gleichzeitig geredet und gelacht. Derart erleichtert haben wir uns gefühlt! Nach dem dritten Gespräch unserer Präsidentin und des Kassiers mit der für Finanzen zuständigen Gemeinderätin hat uns diese endlich einen wirklich substanziellen Beitrag an den Verein versprochen, auf drei Jahre. Und auch Wort gehalten, das Geld ist eingegangen! Das haben wir gefeiert! Endlich ist die lange Zitterpartie Vergangenheit, und wir können uns wieder unserem Auftrag widmen. Unser Verein besteht weiter!

Beispiel – Kurz und knackig bleiben!

Immer die Ersten. Immer dort, wo Lücken sind: Alkoholfreie Restaurants, Berufsschulen für Frauen, Kinderkrippen und Brockenhäusern aufbauen. Eine Vorreiterrolle übernehmen. Das sind Frauenvereine. Darauf dürfen wir stolz sein!

... Unser
Gehirn liebt
Geschichten ...