



LEA STORYTELLING ERFOLGE EMOTIONAL ERZÄHLEN

KENNEN SIE DEN MYTHOS DER FIRMENGRÜNDUNG IN DER GARAGE VON BERÜHMTE
COMPUTERHERSTELLERN?
UND WELCHE STORIES WERDEN IN IHREM UNTERNEHMEN ERZÄHLT?

Stellen Sie sich vor, ein Mann hat sich gerade bei einem Versicherungsunternehmen beworben. Nach seinem Gespräch steht er vor der Eingangshalle und wartet auf ein Taxi. Er holt einen Zauberwürfel aus seiner Tasche, rätzelt und dreht an dem bunten Würfel herum. Gerade will er in ein vorgefahrenes Taxi einsteigen, da kommt der Vorstandschef auf ihn zu. Er brauche schnell ein Taxi zu einem Termin, sein Fahrer sei gerade ausgefallen. Der Mann mit dem Zauberwürfel in der Hand fragt spontan, „Kann ich dann ein Stück mit Ihnen fahren? Ich habe mich gerade bei Ihnen beworben“. Spontan lacht der Vorstand „Wenn Sie den Würfel gelöst bekommen, bis ich am Ziel bin“ und gibt dem Taxifahrer die Adresse. Losfahren bitte. Der Mann dreht und wendet den magischen Würfel und schafft es in wenigen Minuten alle farbigen

Seiten fertig zu drehen. Am Ziel angekommen drückt der Unternehmer dem Mann die Hand: „Kommen Sie doch morgen noch einmal vorbei“.

Das war vor fünf Jahren. Mittlerweile arbeitet der Mann direkt für den Finanzvorstand.

Authentische Geschichten eingängig erzählt führen dazu, dass Mitarbeiter sich mit ihrem Unternehmen und den Führungskräften identifizieren. Storytelling erhebt die guten Geschichten der Menschen im Unternehmen und hält sie fest. Je wahrer desto eingängiger und glaubwürdiger werden sie wahrgenommen.

Was bringt Ihnen Storytelling mit LEA?

- └ Aufdecken von gelebter Unternehmenskultur, Historie und Erfahrungswissen.
- └ Pointierte authentische Geschichten passend zur Unternehmensmarke und Führungskultur.
- └ Bilder und Stimmung aus der ausformulierten Story bringen die Unternehmensmarke und Werte zum Leben.
- └ Story dient als Leitplanke und Vorbild für Führungskräfte- und Mitarbeiter-Verhalten.
- └ Grundlage für flankierende Marketingmaßnahmen, wie Historie auf der Internetpräsenz oder Vorstandsvorträge.

LEA MODERATION

LEA SEMINARE

LEA LEADERSHIP BRANDING

LEA GROSSGRUPPEN-EVENTS

LEA IMPLEMENTIERUNG DER ARBEITGEBERMARKE

LEA MARKENENTWICKLUNG

LEA MARKENERLEBNIS-CHECK IM KUNDENKONTAKT

LEA KONFLIKTLÖSUNG

LEA LABOR

LEA VORTRÄGE

LEA STORYTELLING

LEA COACHING

LEA PASSUNGSTEST: MARKE & FÜHRUNG

LEA MARKEN-VITAL-CHECK

LEA PASSUNGSTEST: MARKE & FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

LEA MARKENORIENTIERTE FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

LEA POSITIONIERUNG DES PERSONALBEREICHS

LEA IMAGE-CHECK: MARKENWIRKUNG DES TOP-MANAGEMENTS

LEA PERSONAL BRANDING



Zugespitzt gesagt erleben die Protagonisten der Story einen wichtigen Moment, der ein bestimmtes Wertesystem wieder spiegelt. Neben einer offensichtlichen Problemlösung gibt es auch mindestens eine weitere, oft märchenartige Ebene, so dass die Metapher die Gefühlswelt der Zuhörer anspricht. In obigem Beispiel wird indirekt deutlich, dass das Unternehmen die Fähigkeiten der Bewerber erkennt, die richtigen Leute unkonventionell fördert und der Vorstand sehr „volksnah“ ist. Das würde nicht zu einem konservativen, bürokratischen Versicherungsunternehmen passen, erzählt aber sehr gut die Werte eines dynamischen, anpassungsfähigen Unternehmens mit Spitzenkräften.

Die Wirksamkeit von Storytelling wird von Erkenntnissen der Neurowissenschaft bestätigt. Menschen spiegeln alles Gehörte und Gesehene in ihren Bildern von der Welt und ihrem Verhalten wieder. So bietet Storytelling die Chance eine nachvollziehbare Erklärung für die Marke und die Werte im Unternehmen zu liefern. Geschichten werden zu einer Leitplanke im Wertesystem und im Identifikationsprozess der Mitarbeiter. Und keine Methode eignet sich besser, um Erfahrungswissen aus dem Unternehmen pointiert und emotional weiterzugeben.

In gewisser Weise existiert Storytelling in unserem medial getriebenen Umfeld oft auch im negativen Sinne. Erinnern wir uns kurz an Unternehmensskandale und die Bilder von korrupten Managern in dunklen Autos. Keine wünschenswerten Geschichten für ein erfolgreiches Unternehmen. Gut, wenn das nicht die einzige Story ist, die im Unternehmen und in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Mit einer unternehmensauthentischen und zur Marke passenden Geschichte positionieren Sie die Werte und die Unternehmensmarke glaubwürdig und positiv.

WIE FUNKTIONIERT STORYTELLING MIT LEA?

Erfolgreiche Marken machen es vor. Sie erzählen eine Geschichte oder zeigen uns einen Werbeclip, mit dem sich die Zielgruppe identifizieren kann. LEAs Storytelling Ansatz fokussiert die Erfolgsgeschichten im Unternehmen und entdeckt dabei mitunter zufällige Produktentwicklungen, schicksalhafte Begegnungen, verborgene heldenhafte Taten.

Zur Erhebung der Geschichte(n) führen wir einen speziellen Workshop mit Führungskräften und einen mit Mitarbeitern zur Sammlung der bekannten und „hidden stories“ durch.

Wie begann alles einmal? Welche Situationen sind typisch für die erfolgreiche Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen? Oder für den Unternehmenserfolg insgesamt? Die Ausführungen auf viele Fragen liefern die Elemente für passende individuelle Stories. LEA dokumentiert und stellt die unterschiedlichen Sichtweisen zur Verfügung, um damit beispielsweise die Unternehmenshistorie, das Intranet oder Unternehmenspräsentationen emotional ansprechend anzureichern. Profitieren Sie von unserem Blick auf die Passung der Geschichte zur Unternehmensmarke.

AUFWAND

Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot. Sprechen Sie uns an.

LEA Leadership Equity Association GmbH
Kurfürstendamm 190-192
10707 Berlin
Fon +49.0.30.700 159 630
Fax +49.0.30.700 159 510
welcome@leadership-branding.de
www.leadership-branding.de

Erkenntnis durch Vielfalt.

Die Leadership Equity Association ist ein interdisziplinäres Team aus Experten und Beratern, die sich zur Aufgabe gemacht haben Marken zum Leben zu erwecken. Wir möchten Führungskräfte zu Markenrepräsentanten und Mitarbeiter zu Markenbotschaftern machen. Markenerfolge steigern wir, indem wir Führungs- und Organisationsentwicklung an der Marke ausrichten. Dabei stehen wir für einen eigens entwickelten Beratungsansatz, die systemisch-markenorientierte Beratung. Unternehmen aller Größen und Branchen begleiten wir auf Ihrem Weg, eine glaubwürdige Marke zu werden, indem wir die Marke von innen heraus mit Leben und Kraft füllen.