

Narrative Kommunikation in Unternehmen

oder was Theater mit Unternehmenskultur zu tun hat

Narrative Kommunikation ist ein innovatives Kommunikationsmodell, das aus der gekonnten Verknüpfung von Theater und Kommunikationspsychologie entwickelt wurde. Ziel ist eine sozial wertvolle Unternehmenskultur.

Was im Theaterhandwerk seit Jahrtausenden praktiziert wird, kann - übertragen auf Unternehmen - die **Kommunikation von Organisationen nach innen und außen wesentlich verbessern**: Unternehmer, PR- und Marketingverantwortliche können durch den Einsatz narrativer Modelle in ihrer Kommunikationsgestaltung auf kreative Weise Präsentationen, Referate, Moderationen oder Veranstaltungen spannend und wertvoll gestalten. Durch den Einsatz der narrativen Methoden im Coaching und im Training erfahren Führungskräfte eine Stärkung ihrer sozialen Kompetenzen und ihres Rollen- und Kommunikationsverhaltens. Ziel ist eine verbesserte Unternehmenskultur durch die Erweiterung sozialer Kompetenzen wie Intuition, Empathie, Perspektivenwechsel, Dialogbereitschaft und Gesprächsführung.

Zwischenmenschliche Kommunikation findet sowohl auf der rationalen Sachebene, als auch auf der intuitiven Beziehungsebene statt. Wenn wir also Geschichten hören und mit den erlebten Inhalten in Resonanz gehen, erleben wir die Themen so, als ob wir sie selbst am eigenen Leib erfahren würden. Sie sind deshalb ein ideales Kommunikationsmittel für Führungskräfte im Dialog mit einer Gruppe, für Teams im Gespräch miteinander und für die Darstellung komplexer Inhalte. Geschichten bestehen aus vier wesentlichen Bausteinen: dem Texten (**Story-Writing**), dem Darstellen (**Story-Representing**), dem Erzählen (**Story-Telling**), und dem Zuhören (**Story-Listening**) von Geschichten. Gemeinsam ist diesen vier kreativen Elementen das Vermitteln und Aufnehmen von Wissen in Form von Bildern und dem Dialog mit einem Gegenüber. Durch die methodische Anwendung dieser vier Elemente wird Wissen nicht nur gehört und erlebt, sondern sowohl auf einer bewussten, als auch auf einer unbewussten Ebene rezipiert.

Narrative Kommunikation folgt in ihrer Konzeption und Umsetzung im Sinne einer konstruktiven Unternehmenskultur diesen vier erzählenden Faktoren: 1. Jede Organisation, jedes Produkt und jeder Mensch hat eine Geschichte. 2. Erlebte Geschichten brauchen einen Raum. 3. Wir alle sind Schauspieler auf der Bühne des Lebens. 4. Geschichten sind mündliche Erzählungen an eine Gruppe. Daraus entsteht ein systemisches Modell, das in Unternehmen komplexe Inhalte wie Wissen mit Werten, Traditionen mit Erfahrungen vermittelt, Ressourcen und Potentiale von Menschen weckt, konstruktive Lösungswege aufzeigt und alternative Denk- und Handlungsmuster bei Problemen und Konflikten entwickelt, gemeinsame Ziele und Visionen gestaltet und damit **kollektive Veränderungsprozesse in Gang setzt**.