

Wertevolle Unternehmensgeschichten – Storytelling

1. Der Wert	<p>An dieser Stelle wird der Wert genannt und es wird vorgestellt, wie die Geschichte diesen Wert verdeutlicht. Was hat das Festhalten an diesem Wert gebracht? Umfang: 2-4 Sätze.</p>	
2. Die Geschichte	2.1 Der Protagonist	<p>Im Mittelpunkt der Unternehmensgeschichte steht ein Unternehmer, der Eigenschaften hat, mit denen sich das Publikum identifizieren will. Er hat einen bestimmten Mangel erkannt und besitzt eine Idee und Vision.</p>
	2.2 Das auslösende Dilemma	<p>Zu Anfang einer Geschichte gerät die Welt des Unternehmers durch ein äußeres Ereignis in eine Schiefelage. Er hat einen Mangel erkannt, den es zu lösen gilt. Er hat eine Innovation, die er etablieren will. Er entwickelt eine Vision, die er erreichen will.</p> <p>(Hinweis: Bedeutet nicht, dass das Dilemma auch am Anfang genannt werden muss – auch ein späterer Verweis möglich)</p>
	2.3 Der Veränderungswunsch	<p>Der Unternehmer versucht im Laufe der Geschichte, seine Idee/Vision zu verwirklichen, den Mangel zu beheben und seine Innovation zu etablieren. Geschichten erzählen immer von der Transformation ihres Hauptcharakters, von einer Vorher- in eine Nachher-Situation.</p>
	2.4 Der Antagonist	<p>Alle Kräfte, die den Unternehmer davon abhalten, sein Ziel zu erreichen, nennt man antagonistische Kräfte. Das kann ein Mensch oder eine menschenähnliche Gestalt sein (zum Beispiel bei Batman der Joker), die Natur (Bill Gates im Kampf gegen Malaria-Überträger), die Zeit (James Bond und die Bombe), körperliche Gebrechen (James Bond wird alt) oder psychologische Gebrechen (Filmhelden leiden unter Ängsten oder Phobien). Die antagonistischen Kräfte sind immer genau so stark wie die Kräfte des Unternehmers. Sie haben in der Geschichte die Funktion eines Katalysators, die den Unternehmer zur Veränderung zwingen.</p>
	2.5 Der Konflikt	<p>Packende Unternehmensgeschichten handeln vom Kampf von (Wert-) Gegensätzen und der Auseinandersetzung des Unternehmers mit den antagonistischen Kräften. Bei der erfolgreichen Auseinandersetzung mit diesen Kräften macht der Unternehmer auch Lernerfahrungen, die auf eine endgültige Veränderung hinauslaufen, indem er die gegen ihn wirkenden Kräfte überwindet. Der Unternehmer versucht mit all seinen Kräften seine Vision zu verwirklichen. Ihn leiten dabei seine Werte, insbesondere ein bestimmter Wert, der durch die Geschichte erzählt werden soll.</p>

	<p>2.6 Die Transformation</p>	<p>Am Ende der Wertvollen Unternehmensgeschichte hat der Unternehmer seine Welt wieder in Balance gebracht. Er hat seine Vision verwirklicht, konnte die Innovation etablieren. Er hat etwas Bleibendes geschaffen, an das es sich zu erinnern lohnt. Er selbst hat Erkenntnisse gewonnen, die ihn menschlich haben wachsen lassen.</p>
--	--------------------------------------	---

Aufgabe	<p>1. Recherche</p>	<p>Recherchieren Sie nach einer Unternehmensgeschichte oder einer Unternehmergegeschichte, die einen für Sie wichtigen Wert verdeutlicht.</p>
	<p>2. Geschichte</p>	<p>Schreiben Sie darüber eine Wertvolle Unternehmensgeschichte nach oben genannter Gliederung und unter Berücksichtigung der oben genannten Inhalte. Beachten Sie dabei eine klare Struktur und versetzen Sie sich in den Leser – er muss von dieser Geschichte gepackt werden und muss sie zu Ende lesen wollen!</p> <p>(1-2 A4-Seiten, Schriftgröße 12, Zeilenabstand 1,5)</p>
	<p>3. Präsentation</p>	<p>Fertigen Sie zu dieser Geschichte eine Präsentation an.</p>
	<p>4. Vortrag</p>	<p>Halten Sie über diese Geschichte einen Vortrag (5 Min.)</p>
	<p>5. Abgabe</p>	<p>Geben Sie die Geschichte und die Präsentation zur Bewertung ab. Ihr Vortrag und Ihre Unterlagen fließen in die Bewertung der Prüfung mit ein.</p>