



Inhalt

| | |
|--|----|
| Einleitung | 11 |
| Kapitel I | |
| Der narrative Ansatz für Management und Beratung | 16 |
| 1 Die wichtigsten Thesen des narrativen Ansatzes | 18 |
| Der Unterschied zwischen narrativem und abstraktem Denken | 18 |
| Sequenzierung | 19 |
| Dramatische Form | 22 |
| Die narrative Einheit des Selbst und des Lebens | 23 |
| Die narrative Suche nach dem guten Leben | 25 |
| Sinn wird in Organisationen erzählt | 27 |
| 2 Eine Landkarte für narrative Interventionen | 29 |
| Geschichten als rhetorisches Mittel | 29 |
| Geschichten als Speicher und Medien für Handlungsmuster, soziale Regeln und Normen | 33 |
| Geschichten als Emergenzphänomene | 37 |
| Die Bedeutung narrativer Interventionen | 41 |
| Zusammenfassung der vier Perspektiven narrativer Interventionen: eine gute Geschichte daraus machen | 46 |
| 3 Einige Schlußfolgerungen für Management und Beratung | 50 |
| Vier Aspekte von Interventionen | 50 |
| Die vier Aspekte als Prüfkriterien | 52 |
| Es geht um Erfolg | 53 |
| Integration von harten und weichen Faktoren | 54 |
| Geschichten schaffen Gemeinschaft(en) | 55 |
| Jede Intervention wirkt auf die ganze Organisation | 55 |
| Management mit Geschichten | 56 |

Kapitel II

| | |
|--|-----|
| Narratives Management | 57 |
| 1 Das Management der organisatorischen Basiserzählung | 57 |
| Der Geschichtenkreis des Unternehmens | 57 |
| Die organisatorische Basiserzählung | 61 |
| Merkmale von organisatorischen Basiserzählungen – wie Zwecke erzählt werden | 65 |
| Weiterentwicklung der Basiserzählung | 68 |
| Entwicklung als Geschichte – einige Grundmuster | 74 |
| Tragische Muster: wenn die Basiserzählung versagt | 77 |
| Die mythische Kraft der Basiserzählung | 80 |
| 2 Interventionen in die organisatorische Basiserzählung | 82 |
| Narrative Interviews der Basiserzählung | 83 |
| Einführung und Verstärkung der Lösungsorientierung in die Basiserzählung mit wertschätzenden Interviews | 89 |
| Interventionen mit kreativen Medien | 94 |
| Kritik der Basiserzählung | 100 |
| Geschichten, die wirken | 104 |

Kapitel III

| | |
|---|-----|
| Interventionen mit Geschichten | 113 |
| 1 Wie Geschichten funktionieren | 114 |
| Die Wirkung von Geschichten | 114 |
| Wie Geschichten wirksam erzählt werden | 119 |
| Merkmale guter Geschichten in Organisationen | 129 |
| Gefahren von Geschichten in Organisationen | 132 |
| 2 Strategisches Management mit Geschichten | 135 |
| Vom narrativen Geschäftsmodell zum Businessplan | 136 |
| Management von Ungewißheit | 139 |
| Strategische Geschichten erzählen | 143 |
| Praxis strategischer Geschichten | 147 |
| Veränderungsprozesse als Geschichten | 152 |
| Narratives Management des Wissens | 154 |

| | |
|---|-----|
| 3 Storytelling – Geschichten erzählen als Intervention | 161 |
| Wie eine passende Geschichte gefunden wird | 162 |
| Schatzgeschichten | 164 |
| Führungsgeschichten erzählen | 166 |
| Führungsgeschichten inszenieren: Leadership | 168 |
| Inszenierung der Organisation als Geschichte: Unternehmensmarke | 171 |
| Geschichten für Veränderungsprojekte | 174 |
| Verwendung von Sprungbrettgeschichten | 177 |
| Geschichten für Unternehmenszusammenschlüsse | 179 |
| Den Geschichtenkreis für ein Veränderungsprojekt gestalten | 180 |
| Geschichten des Wandels als Muster für Veränderung | 181 |
| Die Wirkung von Geschichtenprojekten | 185 |

Kapitel IV

| | |
|---|-----|
| Narrative Beratung | 188 |
| 1 Die Geschichte(n) des Klienten | 191 |
| Lebenserzählung | 191 |
| Professionelle Erzählung | 195 |
| Problemerzählung | 197 |
| 2 Praxis des narrativen Ansatzes in der Beratung | 200 |
| Zur Geschichte des narrativen Ansatzes in der Beratung | 200 |
| Worum es geht: Beratung zum guten Leben | 202 |
| Zum Verhältnis von Personen und Organisationen | 204 |
| 3 Narrative Interventionen | 206 |
| Vom Problem zur Geschichte | 207 |
| Erweiterung und Bereicherung der Problemerzählung | 208 |
| Fokussieren der Problemerzählung | 209 |
| Vervielfältigung der Erzählungen | 210 |
| Kommentierende Interventionen | 211 |
| Personalisierung und Dramatisierung von inneren Zuständen | 212 |
| Verwendung von narrativen Metaphern | 214 |
| Vervielfältigung der Deutungen | 215 |
| Geschichten erzählen | 217 |
| Verwendung von kleinen Lehrstücken | 219 |
| Einbezug der professionellen Erzählung | 220 |

Deutung aus dem Rahmen der Lebenserzählung 221
Sokratisches Gespräch 223

Kapitel V

Sinnmanagement – Managing Sense 226

1 Sinn als narrative Kategorie des Managements 228

Management von Bruchstellen 228

Herausforderungen für Sinnmanagement 231

2 Praktisches Sinnmanagement 236

Den Anfang mit dem Anfang der Geschichte machen 237

Neue Geschichten ermöglichen 238

Spirituelles Management 239

Grenzen des Sinns, Grenzen der Geschichten 241

Narrative Managementethik 243

Narrative Kompetenz 245

Narrative Nachhaltigkeit 246

Literaturhinweise 251

Register 259

Dank 262

Der Autor 263