



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