



Management

Kommunikation und Selbstmanagement

Abteilungsübergreifende Seminare

Lektorat und Redaktion

Freies Lektorat

Herstellung und Gestaltung

Marketing

Vertrieb

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Medienrecht und Lizenzen

Fachzeitschriften

E-Publishing

Corporate Publishing

Sortiment

Google-Anzeigen

[Complex Selling](#)

Strategisch Verkaufen im B-to-B effizientes Deal-/Pipelinemanagement  
[www.schlatter.de](http://www.schlatter.de)

[Ihr Etikette Trainer](#)

Benimm als Schlüssel zum Erfolg Kontaktieren Sie Ihren Trainer!  
[knigge-reich.de/Etikette](http://knigge-reich.de/Etikette)

[Inhouse-Schulung Zoll](#)

Fordern Sie Ihr individuelles Zoll - Schulungskonzept an!  
[www.awa-seminare.com](http://www.awa-seminare.com)

[Wir suchen Autoren](#)

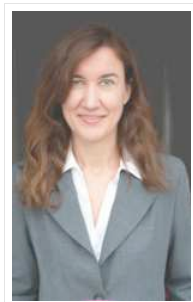
50% Bücher Veröffentlichungschance. Gute Manuskripte erhalten Angebot!  
[www.novumverlag.com/Neuauto...](http://www.novumverlag.com/Neuauto...)

[Leadership Sommercampus](#)

Eine Führungsausbildung für Ihren Erfolg. Anders - Aber besser!  
[www.leadership-seminare-bode...](http://www.leadership-seminare-bode...)

## Im Corporate Publishing erst recht: Storytelling – Ein Kurzinterview mit Susanne Hake

Veröffentlicht am 16. Mai 2012



### Warum ist gutes Storytelling gerade im Corporate Publishing wichtig?

Gute Geschichten wirken emotional, also tiefer und überzeugender als Daten und Fakten allein. Eine Organisation kann sich an entscheidender Stelle die Frage stellen: Möchte ich, dass mein Corporate Publishing wirklich Wirkung zeigt? Oder drucke ich einfach auf Hochglanz und schreibe die Namen der GeschäftsführerInnen richtig?

### Können Geschichten glaubwürdig machen?

„Storytelling für Corporate Publishing“ hat nichts mit Märchen erzählen zu tun. Lügen werden Dank des Internets noch leichter entlarvt als früher. Storytelling wirkt am besten, wenn von wirklich gelebten Werten erzählt wird. An denen müssen sich inzwischen nicht nur Bundespräsidenten messen lassen, sondern eben auch Unternehmen. Eine Firma, die Positives bewirken und begeistern will, wird von gutem Storytelling besonders profitieren können.

### Kann man gutes Erzählen überhaupt lernen?

Die Theorie ist relativ simpel und gut vermittelbar. Es sind vor allem Modelle für Charaktere und Dramaturgie. Hinzu kommen Erfahrungswerte, in meinem Fall z. B. ein Jahrzehnt als Texterin und Journalistin und eine weitere Dekade als Fernsehregisseurin. Der Rest ist Übung.

### Gibt es Corporate Publishing Geschichten, die beispielhaft sind?

Definitiv. Einige CP-Magazine und Web-Auftritte können es inhaltlich mit Kaufzeitschriften und dem Fernsehen aufnehmen. Organisationen, die mit ihren CP-Produkten wirklich bemerkt werden wollen und sich der Funktion bewusst sind, erzählen Geschichten, die mitreißen, berühren und nachhaltig wirken. Alles andere ist doch Zeitverschwendung.

*Die Fragen stellte Tina Findeiß.*

Susanne Hake (Storydynamics, Trainerin und Beraterin) ist Dozentin unseres Seminars **“Storytelling für Corporate Publisher”**, das am **16. Juni 2012 in Hamburg** stattfindet. Die Teilnehmer lernen u. a. unterschiedliche dramaturgische Ansätze kennen und erfahren anhand praktischer Übungen, wie sie Geschichten entwickeln und optimal im CP einsetzen können.