

Storytelling 'Geschichten erzählen' für Ihr Recruiting von schnelleStelle.de

Was ist Storytelling?

Wer sich mit Marketing auseinandersetzt, kennt möglicherweise bereits den Begriff „Storytelling“. Wortwörtlich übersetzt bedeutet er „Geschichten erzählen“.

Das Erzählen von Geschichten kann mehrere Gründe haben. Dazu zählen die Weitergabe von Wissen, die Mitteilung von Beweggründen und die Warnung vor Gefahren. Diese Informationen können jedoch auch durch reine Zahlen, Daten und Fakten kommuniziert werden.

Doch mittels Geschichten können Menschen im Vergleich dazu besser angesprochen werden. Das liegt daran, dass durch reine Zahlen, Daten und Fakten lediglich zwei Areale des menschlichen Gehirns und zwar die für „Sprache verstehen“ und „Sprache verarbeiten“ angesprochen werden.

Doch neben diesen beiden gibt es noch 5 weitere Areale im menschlichen Gehirn. Dazu zählen die Areale „Hören“, „Farben und Formen“, „Emotion“, „Sensorik“ sowie „Bewegen“. Durch Storytelling können alle 7 Areale im menschlichen Gehirn angesprochen werden. Somit können durch das Erzählen von Geschichten Zahlen, Daten und Fakten erlebbar gemacht werden.

Auch können dabei Emotionen bei den Rezipient/-innen hervorgerufen werden und eine Identifikation mit den Charakteren der Geschichte ist möglich.

Zu beachten ist: Je mehr Sinne angesprochen werden, desto mehr Gefühle können ausgelöst werden. Das wiederum kann zu einem intensiveren Erleben führen. Die Rezipienten/-innen der Geschichte können sich dadurch Informationen besser und länger einprägen bzw. merken.



Storytelling im Recruiting

Wie kann Storytelling im Recruiting eingebaut werden? Folgend sind 4 Tipps aufgeführt:

Richtige Kommunikationskanäle auswählen

Ein wesentlicher Vorteil vom Storytelling ist, dass dieses prinzipiell bei allen Kommunikationskanälen angewendet werden kann, um z. B. die Arbeitgebermarke zu beschreiben. Dennoch sollte sich die Auswahl eines Kommunikationskanals an der Zielgruppe und der Positionierung des Unternehmens orientieren. So eignen sich z. B. Online-Kanäle für eine jüngere Zielgruppe. Die Grundlage sollte dennoch die eigene Karriereseite mit den Stellenanzeigen sein. Bereits in der Jobbeschreibung ist es möglich mit Storytelling zu arbeiten. Auch Erfahrungsberichte von Mitarbeiter/-innen können dafür herangezogen werden.



Werte und Emotionen nutzen

Neben den für die Mitarbeiter/-innen angebotenen Leistungen und Benefits, sollten auch die Gründe für deren Attraktivität kommuniziert werden. Dabei kann auf spezielle Werte und Emotionen eingegangen werden. Es folgen 4 Beispiele:

- Flexible Arbeitszeiten stehen für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf und ein höheres Maß an Selbstbestimmung.
- Eine angenehme Arbeitsatmosphäre steht für eine offene Kommunikation und einen respektvollen sowie freundschaftlicher Umgang, ungeachtet der hierarchischen Stellung.
- Ein Angebot von kostenfreien Getränken kann zwischendurch zu einem Pläuschen mit den Kolleg/-innen führen.
- Ein Betriebliches Gesundheitsmanagement ermöglicht eine langfristige Gesundheitsvorsorge und mehr Sicherheit im Bereich Gesundheit.



Bei der Wahrheit bleiben

Es geht nicht darum, eine fiktive, überaus dramatische Geschichte zu erzählen, sondern die Geschichten sollten realistisch und nachvollziehbar sein. Das ist auch deshalb wichtig, da sich die Rezipient/-innen dadurch besser mit den Charakteren der Geschichte identifizieren können. Es kann durchaus zielführend sein, wenn die Geschichte alltägliche Wünsche und Bedürfnisse anspricht. Außerdem können auch Schwächen und Herausforderungen dargestellt werden. Das Beschreiben der Entwicklung des Unternehmens mit dessen Lernkurve kann mehr Emotionen erzeugen als die reine Darstellung von Stärken.

Die Mitarbeiter/-innen stehen im Mittelpunkt

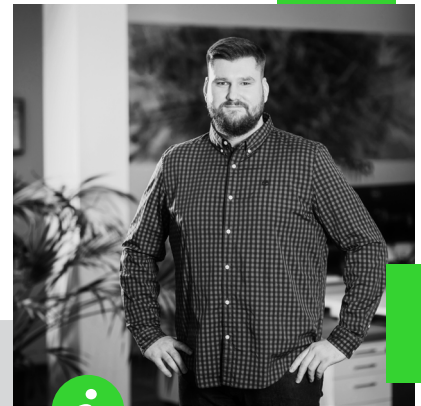
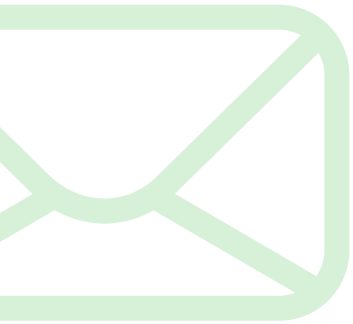
Im Mittelpunkt der Geschichte sollten die Mitarbeiter/-innen bzw. die Bewerber/-innen und nicht das Unternehmen stehen. Es geht um die Menschen mit ihren Bedürfnissen, Werten und Ängsten.

Mehr Informationen zu dem Thema Storytelling?

Dann besuchen Sie unseren Blogbeitrag „Storytelling - ‘Geschichten erzählen’ für Ihr Recruiting“. Diesen finden Sie [HIER!](#)

Sie möchten sich gern individuell beraten lassen?

Kontaktieren Sie uns!



Ihr Ansprechpartner:

Michael Volosinovszki
Teamleiter Vertrieb

T +49(0) 341-25 66 98 21

F +49(0) 341-25 66 98 30

michael.volosinovszki@schnellestelle.de

Quellen

Heller, Dan, 2020. Storytelling: Was ist das & warum ist es so wichtig? - URL: <https://business.trustedshops.de/blog/storytelling-erklart-beispiele/>

Monster Worldwide Deutschland GmbH (Hrsg.), 2020. E-Book, Storytelling - Wer erzählt, gewinnt! - URL: <https://monster-de.jebbit.com/iqcewsio>

Reppel; Doro, 2022. Corporate Influencer und Storytelling. Ein perfektes Match. - URL: <https://dororeppel.com/corporate-influencer-und-storytelling/>

Swiss Direct Marketing AG (Hrsg.), o. J. Storytelling – Wie Geschichten beim Verkaufen helfen - URL: <https://www.mysdm.ch/blog/storytelling-wie-geschichten-beim-verkaufen-helfen/>

Westerholt, Annika; Westerholt, Jan (Hrsg.), 2020. 7 Storytelling Beispiele für kleine Unternehmen (die du bestimmt noch nicht kennst) - URL: <https://marketingcafe.de/storytelling-beispiele-fuer-unternehmen/#top>

**schnelle
Stelle.de**