



## Interview mit Dr. Veit Etzold zum Thema Storytelling

Herr Dr. Etzold: Alles ist Trends unterworfen, auch die Berater-, Keynote- und Workshop-Branche. In letzter Zeit hört man immer öfter von Storytelling. Ist das jetzt der neueste Businessstrend?

*Ich glaube eher der älteste. Storytelling ist ja so alt wie die Fähigkeit, zu sprechen. Die Menschen haben Inhalte schon immer über Storys transportiert. Storys sind spannend, wollen gehört werden, haben eine Message und „bleiben hängen“. Die erfolgreichsten CEOs der Geschichte waren auch immer gute Storyteller. Zudem wollen die Menschen Storys hören. Und: Wenn Sie selbst keine gute Story erzählen, erzählen andere die Story für Sie. Aber nicht unbedingt zu Ihrem Vorteil. So tat es die BILD-Zeitung, als die Sexreisen von Schwäbisch Hall ans Tageslicht kamen: „Auf diese Schweine können Sie bauen.“ Ein witziges Mission Statement – nur nicht für Schwäbisch Hall. Da ist es doch besser, Sie erzählen Ihre eigene Story, statt dies anderen zu überlassen. Dann wird die Story zur \$tory!*

Wieso braucht die Welt noch mehr Vorträge und Beratung zu Storytelling, wenn uns das doch, wie Sie sagen, im Blut liegt?

*Weil wir es verlernt haben, gute Storys zu erzählen. Warum? Weil wir zu verkopft sind. Weil wer sprechen kann, noch lange nicht reden können muss, weil wir uns an Excel-Tabellen und Slides festklammern und auf Zahlen, Daten, Fakten berufen. Keiner mag Slides, aber jeder benutzt sie. Wir sind zu sehr bei uns und zu wenig beim anderen und haben vergessen, dass der Wurm nicht dem Angler schmecken soll, sondern dem Fisch.*

# DR. VEIT ETZOLD

## Strategie > Wirkung > Umsetzung

EXPERTE UND SPEAKER ZU STRATEGIE UND STORYTELLING

Wie ist es in Deutschland? Sind wir gute Geschichtenerzähler?

*Das sollte man, im Land der Dichter und Denker, eigentlich glauben, trifft aber in der Wirtschaft nicht zu. Wir glauben, gerade in Deutschland, wir müssten möglichst faktenbasiert argumentieren, weil nur das objektiv ist. Das ist ja auch ein lobenswertes Ziel. Es gibt aber im Gehirn nur eine Region, die Amygdala, die darüber entscheidet, was wahrgenommen wird und was nicht. Über Storys haben sich unsere Vorfahren die Best Practices des Überlebens erzählt. Deshalb winkt dieser beinharte Türsteher namens Amygdala Storys durch, faktenschwere Kommunikation hingegen muss draußen bleiben.*

Sie haben in Medienwissenschaften promoviert, in der Strategieberatung gearbeitet, haben einen MBA einer Top Business School und nun schreiben Sie sich mit einem Thriller nach dem anderen in die Bestsellerlisten.

Hätten Sie das gedacht, als Sie bei Boston Consulting in Management Meetings saßen, dass Ihre Karriere auf Thriller hinauslaufen würde?

*Sie läuft ja nicht darauf hinaus. Ich hatte in allen Branchen, in denen ich gearbeitet habe, damit zu tun, hochmarginige, abstrakte Produkte zu verkaufen: Bankprodukte, Medien, Strategie-Projekte, Management-Seminare. Da muss man immer eine Story erzählen. Equity Storytelling ist das logische Ziel. Denn das ist die Schnittmenge aus beiden Welten: die Wirtschaft verstehen und Geschichten erzählen können. Es gibt Kreative, die beraten die Wirtschaft, ohne Ahnung von der Wirtschaft zu haben. Und es gibt Berater, die Führungskräften Kreativtechniken beibringen wollen, ohne selbst kreativ erfolgreich zu sein. Bei mir gibt es beides. Und daher ist es auch sofort anwendbar!*

Letzte Frage: Haben Sie so etwas wie ein Leitmotiv?

*Wenn Sie keine gute Story über sich erzählen, erzählen andere eine schlechte Story über Sie. Denn: „If you're not at the table, you're on the menu!“*

Abdruck:

Sie können dieses Interview honorarfrei gegen Zusendung eines Belegexemplars verwenden. Zusendung an:



**DR. VEIT ETZOLD**  
**STRATEGY & STORYTELLING**

Dr. Veit Etzold GmbH  
Friedrichstraße 171  
10117 Berlin  
Phone: +49(0)30 3974 3667  
Mail: [info@veit-etzold.de](mailto:info@veit-etzold.de)  
Web: [www.veit-etzold.de](http://www.veit-etzold.de)  
UST ID: DE311354139