

Narrative für eine bessere Zukunft

Schüller

2026

ISBN 978-3-8006-7998-0

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Schüller

Narrative

für eine bessere Zukunft


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



Narrative

für eine bessere Zukunft

Wie kraftvoll erzählte Geschichten
unser Leben und die Arbeitswelt
positiv wandeln

beck shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

von Anne M. Schüller



VERLAG FRANZ VAHLEN MÜNCHEN

vahlen.de

ISBN PRINT 978 3 8006 7998 0

Dieser Titel ist auch als E-Book beim Verlag und im Buchhandel erhältlich.

© 2026 Verlag Franz Vahlen GmbH,
Wilhelmstr. 9, 80801 München
info@vahlen.de

Druck und Bindung: Westermann Druck Zwickau,
Crimmitschauer Straße 43, 08058 Zwickau

Satz: Medienservice Frauchiger
Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen
Produktion: Sieveking Agentur, München
Umschlag: Nadine Bernhardt, grafische-angelegenheiten.de



vahlen.de/nachhaltig
produksicherheit.vahlen.de

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Alle urheberrechtlichen Nutzungsrechte bleiben vorbehalten.
Der Verlag behält sich auch das Recht vor, Vervielfältigungen dieses Werkes
zum Zwecke des Text and Data Mining vorzunehmen.

Inhaltsverzeichnis

EINFÜHRUNG

Über die Macht guter Geschichten	9
Geschichten haben Vorfahrt in unserem Denkapparat	13
Weshalb die Menschen gute Geschichten so lieben	15
Raus aus dem Dschungel, rein ins Vergnügen	17
Moderne Narrative: zugleich analog und digital	20
Wie Narrative und Storytelling zusammenpassen	22
Der Weg zum Ziel: Mind-Set, Skill-Set, Tool-Set	25

TEIL 1

Narrative für mehr Lebensqualität	27
Geschichten sind ein Archiv des Überlebens	32
Das Ende der Lügengeschichten? Leider nein	35
Empörungsgesellschaft? Das können wir ändern	38
Zahlen lügen nicht? Oh doch. Und wie!	41
Und in den Unternehmen? Zahlenmanie!	44
Katastrophe oder Anastrophe? Wir haben die Wahl	47
Optimismus: eine menschliche Superkraft	49
Fortschritt lässt sich nicht am Fortschreiten hindern	51
A-Typ oder K-Typ: Welcher Typ bist denn du?	53
Das narrative Ich: eine wandelbare Gestalt	56
Unsere Emotionen haben Vorfahrt im Hirn	58
Verhinderungsnarrative verhindern Erfolg	61
Endlich Schluss mit der Selbstverzweigung	65
Wie Erzählungen die soziale Fitness stärken	69
Fühlt sich gut an: die Selbstermächtigung	71
Übermorgengestalter brauchen Rückenwind	74
Wie Aufbruchstimmung in die Bude kommt	77

TEIL 2

Narrative für eine bessere Arbeitswelt	81
Ready? Go! Der Start in eine narrative Arbeitswelt	85
Das größte Narrativ eines Unternehmens ist sein Purpose	87
Geschichten über Purpose und Haltung	90
Unternehmenskultur entsteht durch Geschichten	92
Geschichten über die Unternehmenskultur	96
Narrative begünstigen den Kulturwandel	98
Geschichten über Fehler bringen uns weiter	101
Narrative Führung: in wilden Zeiten ein Muss	104
Moderne Führungskräfte brauchen Erzählexpertise	106
Achtung: Auch Worte erzählen Geschichten	109
Sozialer Kitt: Narrative über das »Wir«	112
Wie Geschichten für drinnen und draußen entstehen	115
Über das alte Heroische – und über das neue	118
Wie Gründungsgeschichten erzählt werden können	121
Auch Logos und Symbole erzählen Geschichten	124
Was geht ab? Narrative über das Tagesgeschäft	126
Mit narrativer Hilfe die Menschen mobilisieren	128
Geschichten über Change und Transformation	131
Change-Projekte misslingen? Das liegt am »Wie«	133
Change erfolgreich machen: die Innovation Curve	137
Wie ihr narrative Brücken in die Zukunft baut	140
Imaginative Wege ins Morgen: KI als Helferlein	142

TEIL 3

Narrative für eine bessere Zukunft	145
Wohin des Wegs? Alptraum oder Aufbruch	149
Zukunftsgeschichten: Was wäre, wenn	152
Liebe Zukunft, was hast du also für uns parat?	154
Zukunftsfit? Startet euer eigenes Future Lab	157
Rein in die Zukunft – mit einem Storyboard	159
Jedes Zukunftsmanagement braucht Geschichten	162
Green Storytelling: »Grün« ist das neue Normal	165
Das alte Normal muss schnellentsorgt werden	168
Noch holprig: Auf dem Weg zum neuen Normal	171
Öko-Fans, Öko-Muffel und die attraktiven »60%«	174

Tu Gutes und vor allem: Verpack es gut!	177
Wortwahl und Sprachstil in Sachen »grün«	180
Eingängige Narrative entscheiden über grünen Erfolg	182
Neue Kommunikationswege in Sachen »grün«	185
In welcher Welt spielt das Storytelling der Zukunft?	188
Narrative sind Sprungbretter in eine gute Zukunft	190

ANHANG

Der Storykosmos	193
Das Storylistening: Wie man gute Geschichten entdeckt	197
Das Storymaking: Wie gute Geschichten gelingen	201
Das Storytelling: Wie Geschichten in Umlauf kommen	210
Alle vorgeschlagenen Tools im Überblick	214
Dank	217
Literaturempfehlungen	219
Über die Autorin	223
Anne M. Schüller: Keynote-Speaker und Workshop-Coach	225
Quellenangaben	227

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG