

## Die Kunst der Vereinfachung

### Bitte nur ein einziges Chart

**Herrsching, 14. März 2018 – Eine neue Studie der Universität Berkeley untersuchte 5.000 Angestellte und Manager aus den verschiedensten Branchen. Sie fragte: Was zeichnet Top-Performer aus? Der wichtigste Punkt: Sie können radikal vereinfachen – gerade beim Storytelling.**

Die Studie, Basis für das Buch *Great at Work* von Professor Morten Hansen und Jim Collins zeigt, dass diejenigen, die sich viel Arbeit aufladen, die lieber drei bis fünf als zwei Projekte gleichzeitig umsetzen, sich verzetteln. Ihre Leistung nimmt ab. Top-Performer arbeiten nach dem Motto: Do less, then obsess – mache weniger, aber sei davon besessen.

Diese Disziplin wenden Top-Performer auch auf ihr Storytelling an. Während andere nach vielen Überstunden mit 100 Charts ihre Kompetenz demonstrieren wollen, enthält ihre Präsentation eine Handvoll Folien. Vielleicht auch nur eine einzige.

Professor Hansen erzählt dazu folgende Geschichte: Er wurde gebeten, vor einem Geschäftsführer zu präsentieren, so knapp wie möglich. Er kürzte seine umfangreiche Präsentation auf 20 Charts. Zu viel, hieß es: Er solle bitte nur ein einziges Chart präsentieren. Unmöglich, dachte er. Doch genau dieses eine Chart brachte die entscheidende Diskussion mit dem CEO in Gang.

„Viele glauben, mit einer Menge möglichst komplexer Charts, mit langen Mails oder Reports bei ihrem Chef oder ihren Kollegen punkten zu können. Das funktioniert leider nicht. Wer wenige Folien zeigt und eine Geschichte erzählt, der erhält die Aufmerksamkeit“, sagt Story Consultant Thomas Pyczak.

Wie kommt man zu diesem einen Chart? Pyczak: „Ich empfehle, den Zuhörer in die Geschichte zu ziehen, indem man diese nur anreißt. Das kann ein Chart über eine Geschäftsentwicklung sein. Das Bild eines Konkurrenzproduktes, das den Markt erobert. Der Kernsatz einer Studie, der neue Geschäftsfelder aufzeigt. Oder ein emotionaler Satz, der wie eine gute Headline eine Story anreißt, ohne sie zu erzählen.“

Ein eindrucksvolles Beispiel für diese Art der Verdichtung liefert Literaturnobelpreisträger Ernest Hemingway. Er wettete, er könne eine Geschichte in einem Satz erzählen – und gewann. ‚For sale, baby shoes, never worn‘, schrieb er in einer Bar in Havanna auf eine Serviette. ‚Zu verkaufen: Babyschuhe, ungetragen.‘ Dieses eine Wort am Ende schürt Emotionen und Neugier. Der Zuhörer muss wissen: Was ist passiert? Wie bei einer herausragenden Business-Präsentation.

## **Über Thomas Pyczak**

„Erzählen heißt Grenzen überschreiten.“ So lautet das Credo von Thomas Pyczak, in dessen Leben Journalismus, Management und Literatur untrennbar miteinander verknüpft sind. Pyczak war Chefredakteur und später CEO von CHIP / CHIP Online, bevor er sich Ende 2014 entschied, seiner Passion für Storytelling zu folgen. Er schreibt den Blog [www.strategisches-storytelling.de](http://www.strategisches-storytelling.de) und ist als Storytelling Consultant tätig. Wie man die Kraft guter Geschichten für den persönlichen Erfolg nutzen kann, zeigt er in seinem Sachbuch „Tell Me!“, erschienen im Mai 2017 im Rheinwerk Verlag. Der gebürtige Hamburger lebt mit seiner Frau in Herrsching am Ammersee.

## **KONTAKT**

Thomas Pyczak  
Pilsenseestraße 9a  
82211 Herrsching  
Tel.: +49 170 2297521  
Email: [tp@strategisches-storytelling.de](mailto:tp@strategisches-storytelling.de)  
[www.thomas-pyczak.de](http://www.thomas-pyczak.de)  
[www.facebook.com/thomaspyczak.autor](https://www.facebook.com/thomaspyczak.autor)  
[www.strategisches-storytelling.de](http://www.strategisches-storytelling.de)

## **PRESSEKONTAKT**

DOORS OPEN  
Judith Berkemeyer  
Bahnhofstraße 43  
82340 Feldafing  
Tel. + 49 157 71733591  
Email: [presse@doorsopen.de](mailto:presse@doorsopen.de)  
[www.doorsopen.de](http://www.doorsopen.de)