

GILDE ZET BUSINESS STORYTELLING OP DE KAART

‘Geen hype maar een vak!’

Het werd al vaak over ‘communicatie’ gezegd, nu is ‘storytelling’ aan de beurt: ‘Dat kan toch iedereen?’ Niet dus. Het is een vak apart, een metier dat je moet beheersen om er uit te kunnen halen wat er in zit. De hoogste tijd om business storytelling in een professionele jas te steken. Vakgenoten sloegen de handen ineen en Het Storytelling Gilde was geboren.



Auteur

Annelies Kruse
redacteur C, zelfstandig
tekstschrijver en communi-
catieadviseur

Illustrator

Marloes de Vries

Initiatiefnemer van het eerste uur is Annet Scheringa van TheStoryConnection. Hoe is het idee voor zo'n storytelling gilde ontstaan? 'Ik werd enige tijd geleden gebeld door iemand die er veel over gelezen had. "Maar", zei hij: "Bij ons werkt het totaal niet!" Ik vroeg natuurlijk wat ze precies gedaan hadden. Zo bleek dat dit bedrijf een reclamebureau had ingeschakeld om een corporate verhaal te bedenken. Er rolden fantastische oneliners uit, maar het was bedacht. Het kwam dus niet voort uit gezamenlijkheid, waardoor het niet overkwam. Mensen *voelden* er niets bij omdat het niet *hún* verhaal was. En het was ook geen *verhaal*.'

Dit is een voorbeeld van een situatie die zij in de praktijk heel vaak tegenkomt. Annet: 'Storytelling, het boven water krijgen van verhalen en ze duiden, betekenis geven en patronen aan het licht brengen, is een proces dat deskundige begeleiding vraagt. Anders krijg je niet het resultaat dat je verwacht had. Je kunt erover lezen en een workshop volgen maar dan heb je het nog niet in je vingers; dat is niet voldoende. Het is een vak.'

Zo is het idee ontstaan om storytelling als ambacht te benaderen en het verder te professionaliseren. Annet: 'Er zijn veel mensen die heel goede dingen hebben gedaan op het gebied van storytelling; er zijn boeken gepubliceerd, opleidingen opgezet, spellen ontwikkeld. Het leek mij goed de aanwezige kennis en ervaring met elkaar te verbinden en als één gezicht naar buiten te treden. Daar hebben storytellers wat aan, maar ook opdrachtgevers die storytelling willen inzetten in hun organisatie.'

Mooie diversiteit

Vorig najaar kreeg het idee vorm. Vakgenoten die hun sporen hebben verdiend, sloten zich aan. De groep initiatiefnemers groeide uit tot

de twaalf mensen. Zij vormen nu de kern van het gilde. Mensen die het instrument volledig beheersen vanuit verschillende disciplines. 'Een mooie diversiteit die meteen de breedte van het vak weerspiegelt', vindt verhalenmaker Sigrid van Iersel. 'Schrijven, opleiden, trainen, theater, communicatie, veranderen: hier komt het allemaal samen.' De keuze voor een gilde komt voort uit de gedachte dat storytelling een ambacht is. Gilde associeer je met vakmanschap. 'Dat is wat we beogen. Ook willen we met het gilde toe naar het systeem meesterleerling-gezel. Kennisoverdracht is een speerpunt. We willen bereiken dat storytelling deskundig wordt ingezet.'

Wereldprimeur

Hoe moet, daarover is al uitgebreid gediscussieerd. De plannen liggen klaar. Annet: 'Het idee is om een kwaliteitskeurmerk te ontwikkelen. We buigen ons over de vraag over welke competenties een goede business storyteller moet beschikken, welke opleidingen zijn er, wat is er nog nodig aan opleidingen, wanneer en hoe je je als business storyteller kunt aansluiten bij het gilde?' Kristel Keuren van buro ROOD heeft een helder toekomstbeeld: 'We willen een *go-to place* zijn voor business storytellers en organisaties waar ze brede expertise op dit vlak vinden. Een toegankelijke club professionals waar je terecht kunt voor kennis, cases en advies. Dat bestaat nu nog niet, ook niet in het buitenland.' Annet vult enthousiast aan: 'Het Storytelling Gilde is dus een wereldprimeur!'

Doorleefde verhalen

Er blijkt in de praktijk veel onduidelijk over de betekenis van het begrip storytelling. Niet iedereen heeft daar hetzelfde beeld bij en er bestaan verschillende vormen. Hoe kijkt het gilde hier tegenaan? Sigrid: 'Storytelling zien wij als toepassing van doorleefde verhalen om processen, mensen, visies, strategieën in organisaties te ondersteunen en zo concrete resultaten te krijgen.' Manon de Groot-van Gelder van buro ROOD, voegt eraan toe: 'En die resultaten komen via storytelling voort uit verbinding, de mensen zelf, niet uit ronkende marketingslogans. Dat is de essentie. Het gaat om persoonlijke verhalen en ervaringen. Het heeft alles te maken met echtheid en authenticiteit.'

Resultaat

Nog even over die resultaten: wat levert het een organisatie concreet op? Annet: 'Storytelling draagt bij aan beter onderling begrip en aan organisatieverbetering. Je kunt aan de hand van een inspirerend visieverhaal weerstand voorkomen, mensen motiveren en meekrijgen, lading geven aan kernwaarden zodat ze echt begrepen worden, leidinggevend die beter functioneren, om maar iets te noemen. Voor een organisatie zijn dat belangrijke opbrengsten. Een organisatie mét een verhaal is altijd sterker dan eentje zonder verhaal.' Maar het gilde heeft ook nog een hoger doel, vertelt Manon: 'Via storytelling geef je mensen aandacht en ruimte om hun verhaal te vertellen. Zo leg je als organisatie echt verbinding met

de mensen. Dat is niet iets eenmaligs, maar iets duurzaam. Daar wordt uiteindelijk iedereen gelukkiger van.'

Pubergedrag

Storytelling maakt in Nederland een enorme groei door. Eerst werd het ontdekt als iets nieuws en werd het een soort hype. Nu moet het tot volwassenheid komen. Kristel: 'Je kunt het zo zien: storytelling bevindt zich in de pubertijd. Een fase die vraagt om goede begeleiding en aandacht, om te voorkomen dat de puber verzandt of ontspoord. Het is een vak in ontwikkeling. Het spreekwoord *It takes a village to raise a child* sluit hier goed op aan: een kind opvoeden doe je samen met anderen. Dat geldt ook voor het gilde: samen, met gebundelde krachten, willen we business storytelling volwassen maken en duurzaam in de wereld zetten. Het vak een stap vooruit helpen.'

Symboliek

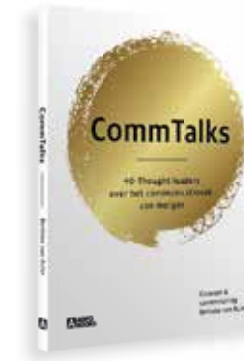
Het gilde kwam de afgelopen periode regelmatig bijeen om na te denken over de visie en stappen die gezet moeten worden. Er is keihard gewerkt, nu is de tijd rijp om naar buiten te treden en zichtbaar te worden. De lancering van de website www.hetstorytelling-gilde.nl wordt de eerst volgende mijlpaal. Het gilde-logo werd tijdens het gesprek al vol trots onthuld. Het verhaal erachter? Manon: 'De vorm van een stempel heeft een ambachtelijke uitstraling. De symboliek is duidelijk: het kompas duidt op de richting die storytelling geeft aan mensen en organisaties. De vlam? Natuurlijk: de passie voor ons vak. De sleutel laat zien dat je met verhalen deuren opent naar de binnenwereld van mensen. Zo kom je tot doorleefde en pure verhalen. Wij voelen ons dan ook bevoorrecht om dit proces te mogen begeleiden. Voor de drie gekozen symbolen van het logo zijn natuurlijk meerdere betekenissen denkbaar. Het mooie is, dat dit ook zo werkt met verhalen: je haalt eruit wat op dat moment voor jou of je organisatie van belang is.' ●

BOEKEN VOOR DE AMBITIEUZE COMMUNICATIEPROFESSIONAL



ALIGNMENT 2.0
BEA AARNOUTSE
€ 27,95

Een sterke reputatie begint intern. Een aligned workforce is dan ook essentieel voor elke organisatie. Ontdek hoe je de kracht van je (potentiële) medewerkers optimaal kunt inzetten.



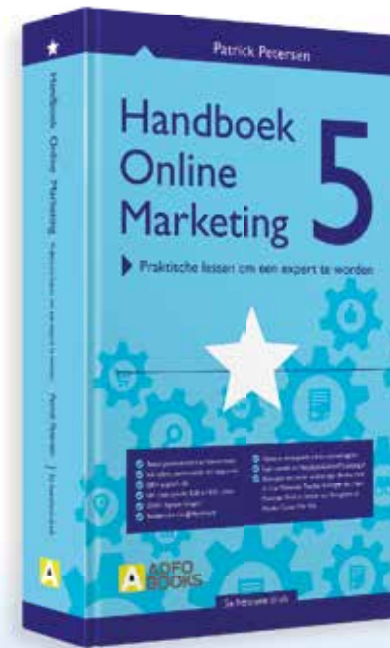
COMMTALKS
BETTEKE VAN RULER
€ 27,95

Waardevolle inzichten uit de communicatiepraktijk voor houvast, ideeën en inspiratie.



ONLINE REPUTATIEMANAGEMENT
ALEX VAN LEEUWEN
€ 24,95

Een handvat voor het optuigen en uitbouwen van de online reputatie van je organisatie.



HANDBOEK ONLINE MARKETING 5
PATRICK PETERSEN
€ 49,95

Bestsellerauteur Patrick Petersen geeft het meest complete overzicht van strategische online marketing. Theorieën, cases, cijfers en rapporten helpen je de digitale transitie te maken naar moderne marketing.



COMMUNICATIE IS EEN VAK
BETTEKE VAN RULER
€ 24,95

60 communicatieprofessionals over hun specialisme, van de persvoorlichter tot SEO-specialist.



HET GROTE MARCOM INSPIRATIEBOEK
€ 24,95

Snel op de hoogte en vol ideeën tijdens de zomervakantie.

'Resultaten komen via storytelling voort uit verbinding, de mensen zelf, niet uit ronkende marketingslogans'

KOOP DEZE BOEKEN EENVOUDIG EN SNEL OP ADFOSHOP.NL

