

# Storytelling voor managers, trainers en onderzoekers!

**N**og niet iedereen is vertrouwd met de rol en het potentieel van verhalen in een organisatiecontext. Voor hen is er nu het *Storytelling handboek* van Suzanne Tesselaar en Annet Scheringa.

Het boek is ingedeeld in vier grote delen. Het eerste heeft een hoofdzakelijk theoretische insteek en biedt een helder overzicht van wat *storytelling* is en kan betekenen voor een organisatie. Ook wordt het wezenlijke verschil tussen *corporate stories* – veelal ‘gemaakte verhalen’ die het imago van de organisatie in de verf moeten zetten – en *organisatieverhalen* – de persoonlijk en authentieke verhalen van mensen in de organisatie – uit de doeken gedaan. Door organisatieverhalen te vormen, te vangen en naar de formele organisatie te halen om inzicht te krijgen in de informele organisatie, kunnen organisatieverhalen de brug vormen tussen de informele en de formele organisatie. Andersom kunnen gemaakte verhalen uit de formele organisatie een rol gaan spelen in de informele organisatie.

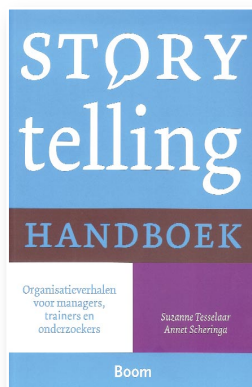
Volgens de auteurs zit de toegevoegde waarde van organisatieverhalen vooral in het feit dat ze aanzetten tot actie, ze mensen met elkaar verbinden en dat ze het abstracte concreet maken. Bovendien geven ze richting en inzicht in een organisatie. De échte kracht van organisatieverhalen zit hem echter in de dynamiek van de drie ‘V’s’: vertellen, vangen en vormen.

Dankzij dit rijke potentieel kunnen verhalen dus uitstekend ingezet worden bij veranderings-, leer- en onderzoeksprocessen. Hoe dat in zijn werk gaat wordt uitgelegd in delen twee, drie en vier van het boek. Bijzonder handig zijn de hapklare handleidingen voor de verschillende doelgroepen. Daarin vindt de manager, trainer of onderzoeker zonder veel moeite de belangrijkste handvatten om de theorie in de praktijk om te zetten. Om het geheel beheersbaar te houden hebben de auteurs gekozen voor de gefa-

## Meer informatie?

Op de website van het Storytelling handboek kan men, onder meer, terecht voor enkele ‘sneak previews’:  
[www.storytelling-handboek.nl](http://www.storytelling-handboek.nl).

De websites van de auteurs: [www.suzannetesselaar.com/index.html](http://www.suzannetesselaar.com/index.html) en [www.tekstentraining.nl](http://www.tekstentraining.nl).



Suzanne Tesselaar en Annet Scheringa  
*Storytelling handboek*  
Boom, 2008

## Recensent

Karolien Selhorst

seerde aanpak. Zo wordt, bijvoorbeeld, vrij gedetailleerd ingegaan op hoe storytelling kan worden ingezet binnen de verschillende fasen van een veranderingstraject. Net zoals in het eerste deel van het boek, boren de auteurs meermaals de bronnen aan van hun eigen praktijkervaring. Ook delicate thema’s zoals de integriteit van de manager als verhalenverteller worden niet geschuwd.

Conclusie: Het boek heeft meerdere kwaliteiten. Ten eerste is het een uiterst laagdrempelig en toegankelijk werk voor de storytelling-leek. De gebruikte termen, bijvoorbeeld, worden duidelijk uitgelegd zonder te vervallen in wetenschappelijk jargon. De structuur van het boek is helder en overzichtelijk en vermijdt dat de lezer hopeloos moet zoeken en bladeren. De theorieën waarnaar verwezen wordt zijn wetenschappelijk onderbouwd en dat bevordert de geloofwaardigheid.

Beide auteurs hebben ruimschoots ervaring opgedaan in het storytelling-domein en het boek is dan ook doorspekt met allerlei cases en verhalen, wat het geheel gemakkelijk verteerbaar maakt. Ook de intermezzo’s bieden de nodige afwisseling.

De aangehaalde voorbeelden maken de voor de leek vaak abstracte theorieën ook een stuk tastbaarder. De verhalen zijn zo gepresenteerd dat ze betrokkenheid creëren en de lezer prikkelen om meteen aan de slag te gaan.

In tegenstelling tot veel andere managementboeken biedt dit werk ook een verhelderend en vaak verrassend inzicht in de ongeschreven regels en motieven die gelden in de informele organisatie. Het stukje over ‘het verhaal als epidemie’, bijvoorbeeld, biedt een boeiende visie op hoe verhalen zich verspreiden in de organisatie.

Voor wie, ten slotte, zelf aan de slag wil met storytelling, bieden de *factsheets* op het einde van het boek de nodige houvast. Zij bieden een samenvatting van de belangrijkste hoofdlijnen die vervat zitten in de vijf ‘V’s’ van storytelling. **IK**