

---

Het geheim van de smid (28)

# De kracht van een goed verhaal

In de themareeks ‘Het geheim van de smid’ zijn we op zoek naar methoden of aanpakken die waardevol zijn voor de praktijk.

In dit artikel bespreken we de kracht van het werken met verhalen in leersituaties.

Raymond den Boestert

Het was mei 2002, ik stond op een podium van tien meter breed, 800 man in de zaal en het balkon afgeladen. Ik kwam hier om een verhaal te vertellen, aan onbekende mensen, in een vreemde maar gigantische zaal. Ik begon met mijn eerste zinnen en mijn publiek reageerde zoals je verwacht van een theaterpubliek: ze luisterden stilletjes en braaf. Tussen neus en lippen door gebruikte ik een woord waar één persoon, helemaal achter in de zaal, in zijn eentje, hardop om moest lachen. Hij was door mij niet eens te zien, maar ik kon het toch niet laten om nog even een gevatte opmerking naar hem terug te maken. Waar niet alleen hij nogmaals hartelijk om moest lachen, maar waar de hele zaal spontaan van begon te grinniken.

Vanaf dat moment bestond mijn publiek niet meer uit passieve luisteraars, maar ontstond er voor hen de ruimte om mij aan te sturen tijdens het vertellen en mee te bewegen met mijn verhaal. Want een verhaal vertel je nooit alleen, en dat beseftte ik nog maar weer eens toen ik daar stond. Zelfs in een grote, overweldigende setting kun je door middel van persoonlijke details en persoonlijk contact, mensen met elkaar verbinden.

Iedereen die regelmatig als trainer, begeleider, coach of manager voor een groep staat, zal de uitdaging kennen om zijn publiek te willen boeien met een belangrijke boodschap. Het is mijn passie om mensen te leren hoe ze een verhaal kunnen inzetten als effectieve vorm van communicatie.

Met een aantal naaste collega's heb ik een methode ontwikkeld om iedereen zijn verhaal te laten vertellen. Het maakt niet uit om welk werkterrein het gaat, of je

nu werkt binnen marketing, kennisoverdracht of coaching, een goed verhaal raakt ons op het persoonlijke en zet op die manier allerlei processen in beweging.

## Drie pilaren

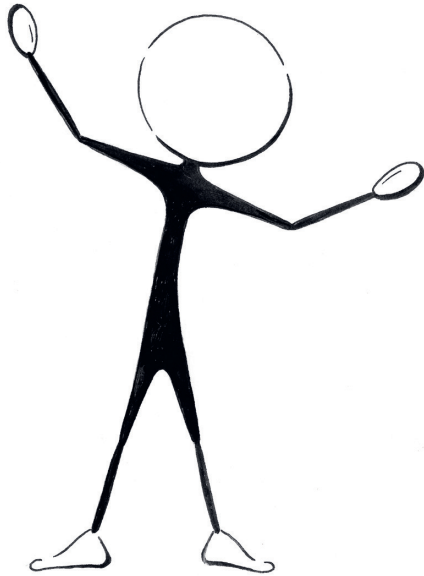
Als ik mensen begeleid bij het werken met verhalen, onderscheid ik drie pilaren die een verhaal dragen. Een goed verhaal bestaat uit de volgende componenten:

### Structuur

Om een verhaal zonder papier, zonder PowerPoint, maar in contact met je publiek te kunnen vertellen, heb je een stevige basis nodig om vanuit te werken. Structuur en een heldere opbouw geven je houvast, zodat je vervolgens vrij bent om in het moment te vertellen. Er zijn (gebaseerd op de klassieke verhaalopbouw van Aristoteles) vijf bouwstenen die het skelet van het verhaal vormen: Expositie, Motorisch moment, Climax, Afloop en Eindbeeld. Als je deze bouwstenen voor jezelf helder hebt, geeft dit genoeg zekerheid om de rest van het verhaal vrij in te vullen, afhankelijk van jouw doel en jouw toehoorders.

### Beelden

Wanneer je een verhaal vertelt, communiceer je door middel van beelden. Je schildert de beelden in de hoofden van je toehoorders, zodat het verhaal tot leven komt. Omdat ieder mens zijn eigen achtergrond en ontwikkeling heeft, maakt iedereen zijn eigen, unieke beeld bij jouw verhaal. Toen ik dus in 2002 op dat grote podium stond, liep er in de hoofden van de toehoorders niet één film, maar 800 verschillende versies van dezelfde film. Blijkbaar was de film van die ene toehoorder achter in de zaal nogal een grappige versie.



Peploen (Ingrid Hagenaars) [www.peploen.nl](http://www.peploen.nl)

### Verbinding

Toehoorders hebben het direct in de gaten als jij zelf niet in jouw eigen verhaal gelooft. Een verhaal waar je niet mee verbonden bent, is voor het publiek ook niet de moeite waard om zich mee te verbinden. Verbinding aangaan met een verhaal is kwetsbaar, je zet niet alleen je verhaal neer voor je luisteraars, maar laat ook jezelf als verteller zien. Juist doordat jij jezelf kwetsbaar opstelt, en je hart aan het verhaal verbindt, nodig je jouw publiek uit om hetzelfde te doen. Je biedt je toehoorders als het ware veiligheid en ruimte om in het luisteren iets van zichzelf in te brengen en zich persoonlijk met het verhaal te verbinden. Of het nu gaat om een veranderingsproces, leertraject of de externe communicatie, de verbinding met het verhaal is cruciaal.

Deze pilaren gebruik ik al jarenlang met veel plezier en succes om iedereen te helpen een goed verhaal te vertellen. Maar hoe kun je nu als HRD-professional in jouw werk gebruikmaken van storytelling?

### Zelf vertellen

Je kunt kennis en inzichten in een kort verhaal verpakken, zodat de mensen die je begeleidt er letterlijk een beeld bij krijgen. Gebruik verhalen bijvoorbeeld bij de start van een sessie. Je zou zelfs een verzameling kunnen aanleggen van toepasselijke verhalen die je vaker gebruikt. Deze verhalen kunnen waargebeurd zijn of uitnodigen om iemand anders naar de werkelijkheid te laten kijken. Een vriend vertelde mij ooit eens het verhaal van een man die in Schotland leefde en rond 1970 in zijn eentje in tien jaar tijd een weg van vier kilometer door de rotsige heuvels aanlegde om zijn leeglopende dorp uit een isolement te redden. Ik gebruikte het verhaal daarna in een training als opmaat naar een uitleg over 'het waarom' van Simon Sinek.

### Uitnodigen om te vertellen

Binnen een kleinschalige setting kan het waardevol zijn om persoonlijke verhalen uit te wisselen. Deze

hoeven niet per se werkgerelateerd te zijn. Ik begeleidde eens een managementteam van een groot bedrijf dat een nieuwe slogan had bedacht. Met deze slogan wilden ze aan de hele wereld laten weten dat ze de beste waren. Als opening heb ik hun gevraagd om persoonlijke verhalen uit te wisselen over een gebeurtenis in hun leven waarbij ze de beste in iets waren geweest of net niet... Dit rondje maakte dat het team opeens helder kreeg waarom hun medewerkers op de werkvloer niet direct stonden te springen bij deze nieuwe missie.

Realiseer je wel dat je wat vraagt, als je mensen uitnodigt om verhalen te vertellen.

Zo kreeg ik een tijdje geleden een e-mail van een ledenorganisatie die tijdens de jaarlijkse ALV ruimte wilde creëren om de leden hun persoonlijke verhalen te laten vertellen. Ze wilden graag dat het eens niet alleen over koopkracht en juridische formuleringen zou gaan. De vraag was dus of ik het team bij de voorbereiding zou kunnen helpen. Tijdens de sessie met de medewerkers, heb ik hen uitgenodigd het verhaal te vertellen over het besluit om destijds hun baan op te zeggen en te solliciteren bij hun huidige werkgever. Het waren aangrijpende, gepassioneerde en indrukwekkende verhalen. Verhalen die ze nog nooit met hun collega's hadden gedeeld. Door de ervaring van het zelf vertellen, kregen ze het gereedschap in handen om ook hun leden op een veilige manier aan het vertellen te krijgen. Goed voorbeeld doet tenslotte altijd goed volgen.

### Pareltjes

Een verhaal ontstaat pas echt als je het vertelt en daarbij gebruikmaakt van een herkenbare structuur, communiceert door middel van beelden en jezelf weet te verbinden met de vertelling. Storytelling als trucje, bedacht door een marketingafdeling, de manager of trainer, werkt niet. Als je het doet, doe het dan goed. Neem er de tijd voor, ontwikkel en school jezelf in het vertellen van verhalen. Ik garandeer je dat je dan niet alleen zelf prachtige en waardevolle verhalen gaat vertellen, maar zeker ook pareltjes terug zult krijgen van de mensen om je heen. ●

Met dank aan Sanne Kamphorst

### Literatuur

- Holmer, M. (2009). *Professioneel vertellen*. Utrecht: Free Musketeers.
- 70 auteurs (2017). *Vertel!* Utrecht: Vertelacademie.



**Raymond den Boestert** werkt als trainer, coach en cultureel-educatief ondernemer in Nederland en Duitsland. Vanuit de Vertelacademie leert hij mensen om verhalen te vertellen, zowel op 'open inschrijving' als in-company.  
[info@vertelacademie.nl](mailto:info@vertelacademie.nl) / [www.vertelacademie.nl](http://www.vertelacademie.nl)