

BIOGRAPHIEZENTRUM HEIDELBERG

Geschichte schreiben und weiter erzählen

Firmengeschichte ist mehr als nüchterne Daten und Fakten. Sie ist der Herzschlag eines Unternehmens – und eine richtige Schatzkiste für guten Content.

➤ Erzählen Unternehmen die Höhen und Tiefen ihrer Entwicklung so, dass sie die Unternehmenskultur stützen, fördern sie das „Wir-Gefühl“. Das schafft Vertrauen, vermittelt Kontinuität, zeigt Wandlungsfähigkeit und festigt die Marke.

Das Biographiezentrum in Heidelberg feierte jüngst sein 20-jähriges Jubiläum. Es wurde 2004 unter der Leitung des Journalisten und Biographen Dr. Andreas Mäckler gegründet und ist heute ein Verein, der nicht nur Biographen in verschiedenen Regionen vermittelt, um Biographien als Buch, Podcast oder Film zu erstellen, sondern auch Workshops anbietet.

Wie entsteht die Biographie eines Unternehmens?

Biographen begleiten die Verantwortlichen, den roten Faden ihrer Historie zu finden und verpacken die Geschichte spannend, unterhaltsam und emotional. Etwa in einem Buch, einem Film, auf der Website oder in den Social-Media-Kanälen. Ob produzierendes Gewerbe, Dienstleister oder öffentliche Einrichtung.

Verena Glaese aus Heidelberg ist eine der Biographinnen in der Region, die für das Biographiezentrum arbeitet. Erlebte Unternehmensgeschichte hilft, neue Talente anzuziehen und unterstützt sie, sich bereits im Onboarding mit den Werten zu identifizieren. So helfen reale Beispiele im Jobinterview, die kulturelle Passung zu prüfen. Sie vermitteln Nähe und zeigen, wie schwierige Situationen in der Vergangenheit bewältigt wurden: „Damit Sie unsere Wurzeln ken-

nenlernen und verstehen, woher wir kommen, reisen wir kurz ins Jahr xy. Damals hat ...“.

Historische Aufbereitung

Auch in der Außenwirkung zahlt die historische Aufbereitung auf die Marke ein. Zum Beispiel wenn die Firmenhistorie anlässlich eines Jubiläums oder einer Messe erzählt wird oder Mitarbeitende für ein Projekt oder einen anstehenden Ruhestand gewürdigt werden. Zentrale Zutaten sind authentische Anekdoten sowie Perspektivenvielfalt durch Zeitzeugen. Unternehmern kommt als Wertevermittler und Vorbilder für nachfolgende Generationen eine besondere Rolle zu. Im Idealfall orientiert sich das Storytelling an den Elementen der klassischen Heldenreise. Wie das geht, wissen darauf spezialisierte Mitglieder des Biographiezen-

trums, der professionellen Heimat deutschsprachiger Biographinnen und Biographen. Dort vernetzen sie sich, um sich auszutauschen und die Profession kontinuierlich weiterzuentwickeln. Sie blicken hinter die Kulissen und erwecken die Fakten zum Leben.

Steht der Erzählumfang fest, geht es auf Spurensuche: Wo schlummern historische Unterlagen? Welche Wegbegleiter können wir befragen? Sind O-Töne vorhanden? Den Konzeptrahmen bilden wichtige Meilensteine und Wendepunkte. Mit Blick auf den Unterhaltungswert werden die Formate produziert: Prägnante Videos oder kurzweilige Serien im Short-Format sprechen potenzielle Talente und Kunden emotional an und setzen die Geschichte so in Szene, dass sie in Erinnerung bleibt.

● **Christiane Haase.**

Weitere Informationen zum Biographiezentrum Heidelberg



Verena Glaese und Rolf Geigert (ehemaliger Oberbürgermeister Stadt Sinsheim) im Austausch für seine Biographie-Erstellung.

Foto: Verena Glaese