

[PAGE online](#) / [Branche & Karriere](#) /

Interview mit Petra Lammers: »Das Menschliche, das Miteinander, die Zusammenarbeit müssen herausgearbeitet werden«

[BRANCHE & KARRIERE](#)

Interview mit Petra Lammers: »Das Menschliche, das Miteinander, die Zusammenarbeit müssen herausgearbeitet werden«

08.03.2025 von [Lena Simonis](#) | Lesezeit: ca. 5 Minuten

Digitale Transformation, Wertetransformation, Leadership wie funktioniert das eigentlich? Petra Lammers CEO von onto[Story] sprach im Interview mit uns über kollaboratives Storytelling und den 3D-Charakter Yuuki T.



Petra Lammers CEO Onto [\[Story\]](#)

● **Petra Lammers ist CEO von onto[Story], Büro für Transformation und Storytelling** und ursprünglich Theaterregisseurin mit einem MBA und MFA aus New York. Sie arbeitete unter anderem in Puerto Rico, in Berlin an der Volksbühne bei Castorf sowie in der Schweiz und nutzt ihre Erfahrung, um große Unternehmen spielerisch durch die digitale Transformation zu begleiten. Mit ihrem Ansatz des **strategischen & kollaborativen Storytellings** lassen sich nicht nur Geschichten erzählen, sondern es hilft herauszufinden, wohin man sich entwickeln möchte.

In ihrer Keynote am 6. März beim German Creative Economy Summit in Hamburg wird Petra Lammers darüber sprechen, wie wir der KI gute Eltern sein können.

Uns erklärt **Petra Lammers im Interview**, was es damit genau auf sich hat, wie ein 3D-Avatar die Mitarbeitenden in Sachen KI schult und dazu motiviert, sich der Technik selbst zu nähern.

PAGE: Petra, erklär uns bitte, was es mit kollaborativem & strategischem Storytelling auf sich hat.

Petra Lammers: Strategisches & kollaboratives Storytelling sind aktivierende Formate, die sowohl Kunden als auch Mitarbeitende dazu anregen, sich gemeinsam auf ein Ziel zu fokussieren. Durch **Kampagnen oder Storylines** soll eine Art Movement innerhalb einer Gruppe entstehen, bei der jeder mitmachen kann. So ein Movement muss aber permanent getriggert werden, also ist unsere Idee, die Stränge so miteinander zu verweben, dass die Gruppe auf Dauer von selbst stärker miteinander wird. Ein weiterer Aspekt ist **Value Driven Data Analysis**, also wertebasierte Datenanalyse, die wir nutzen, um die Prozesse transparent zu machen und gut nachzujustieren. Dazu werten wir zum Beispiel ganz viele Kommentare oder Posts aus.

Kurz, es geht darum: Wie kriege ich die Leute in eine Aktivierung, in eine Vernetzung, in ein Voneinander-Lernen.

Wann kommen Unternehmen zu euch?

Petra: Unternehmen holen uns für die unterschiedlichsten Themen rein. Entweder weil es zu dynamisch ist oder man die Leute aktivieren muss, wo man Fokus generieren muss. Und weil wir nicht klassisches Consulting machen, sondern eben ein sehr, sehr spezielles Modell haben. Wir nennen uns oft einfachheitshalber

Transformationsdramaturgen.



Mit ihrem **Team bei onto[Story]** entwickelt Petra Lammers interaktive Storylines für die digitale transformation. Bild: onto[Story]

Was genau macht ihr in dieser Rolle?

Petra: Wir schauen erstmal mit der Gruppe, was ist denn der Nordstern, wo willst du hin, was willst du erzählen? Und dann formulieren wir es in einem Narrativ und übersetzen es in ein Format. Das können Inszenierungen sein, oder Kampagnen, je nachdem, was man braucht, um gut zu formulieren, zu erzählen und erlebbar zu machen, wo man eigentlich hinwill. Wir entwickeln unterschiedliche Formate, die helfen, dort hinzukommen, wo man hinmöchte.

Ein neues interaktives Format habt ihr mit Yuuki T. geschaffen, kannst du bitte erkläre, wie es funktioniert?

Petra: Yuuki ist eine 3D-Figur und Mitarbeiterin bei Takeda. Zum einen vermittelt sie verschiedene KI-Tools zum anderen wird sie zum Gesicht für die digitale Transformation und spricht zum Beispiel über Werte und über Kollaboration, je nachdem. Wichtig ist, dass sie die Story im Unternehmen immer weitererzählt und triggert, damit man sie nicht vergisst, also Yuukis große Aufgabe ist es, diese **kollaborativen Storylines** mit den Gruppen zu verweben.



Hallo Yuuki!

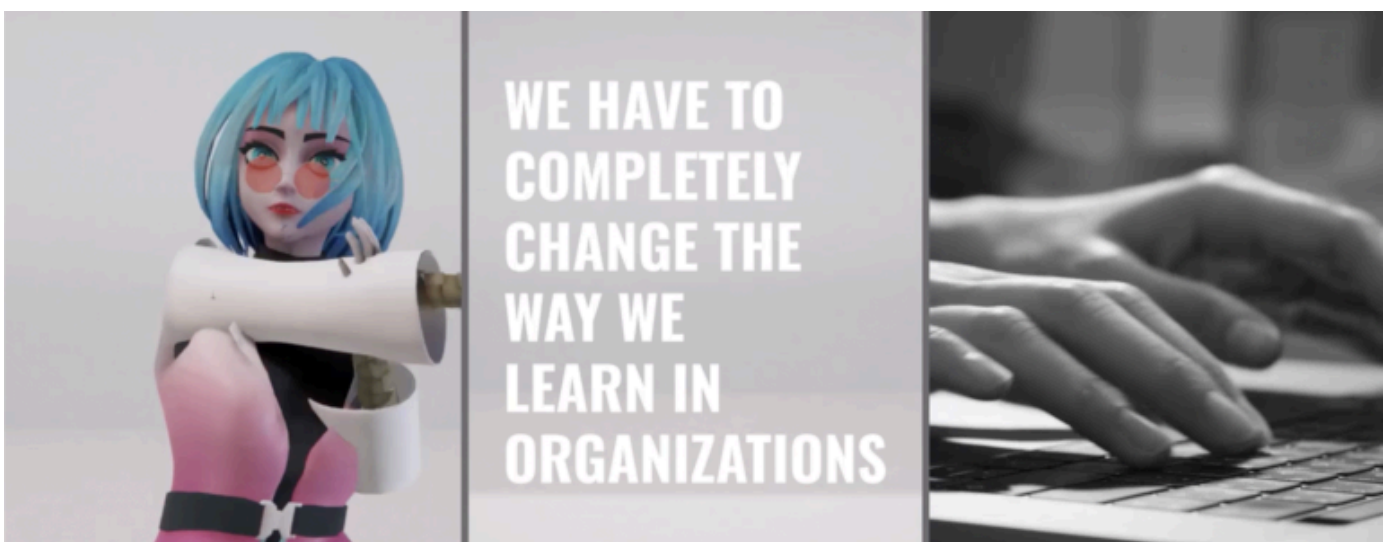
Seit KI ständig präsent ist, spüren die Menschen immer stärkere Tool Fatigue, gleichzeitig entwickeln sich Innovationen rasant, alle versprechen sich mehr Effizienz, stattdessen landen sie beim Productivity Paradox of IT... also sinkender Produktivität je mehr IT. Empfindest du das auch und wie hilft Yuuki das zu überwinden?

Petra: Ja, die Entwicklung geht immer schneller. Ich habe gerade irgendwo gelesen, dass sie den KI Summit in Shanghai nun zweimal im Jahr machen, weil einfach zu viele, zu schnelle Entwicklungen passieren. Einmal im Jahr reicht nicht. So ist das auch mit den neuen Tools; jedes Tool, das du lernst, ist ja schon wieder passé. Es geht vielmehr darum, das **Mindset zu verändern**, dass man anfängt, überhaupt neugierig zu sein, zu erkunden und voneinander zu lernen.



Und deshalb ist **Yuukis Ansatz: das Medium ist die Botschaft**. Sie vermittelt eine neue kollaborative Form von Lernen, weg von formalen Strukturen hin zu neugierigen, gemeinsamen Erkundungen. Dazu haben wir Yuuki zuerst animiert und Videos gemacht, und dann hat sie Mitarbeitende durch die Level eines KI-Escape Rooms gelotst.

In jedem Level mussten die Spieler:innen ein anderes KI-Tool nutzen, um eine bestimmte Aufgabe zu lösen, zum Beispiel Yuukis Tagebuch übersetzen, es analysieren und Bilder von ihren Erinnerungen generieren. Inzwischen hält sie große Vorträge, hat ein virtuellen Tea-Room, wo sie Leute trifft und immer wieder anstupst, oder Mitarbeitende aus ganz Europa und Kanada zusammenholt und unterschiedliche Leute und deren Projekte.



Dieser Ansatz hilft den Mitarbeitenden, viel mehr auf Qualitäten zu setzen, darüber zu reflektieren: was bin denn ich eigentlich als Mensch, was sind meine Werte, was sind meine Aufgaben und welche kann ich abgeben und wie gehe ich eigentlich eine Kooperation mit Maschinen ein?

Setzt ihr 3D-Charaktere auch für andere Zwecke ein?

Petra: Ja. Auch komplexere Themen aus der Politik oder der Klimawandel lassen sich spielerisch besser erkunden und verstehen. Wir entwickeln gerade eine Zwiebel, die das Thema **Circular Economy** vermittelt, beispielsweise auf Websites oder im direkten Austausch per Whatsapp. Dort kann aber auch die ganze Gruppe kommunizieren.

Wir arbeiten permanent dran, dass es einfach Spaß macht.

Wie bildet ihr selbst euch weiter?

Petra: Wir trainieren und coachen uns gegenseitig alles, was wir finden – vor allem neue Tools. Dazu haben wir alle 2 Wochen einen zweistündigen Termin, um sie spielerisch auszuprobieren.

In der Kreativbranche gibt es große Ängste vor Jobverlust durch KI, wie siehst du das?

Petra: Möchte ich jetzt handwerklicher Grafiker sein? Nein, vielleicht nicht. Ich glaube schon, dass es für sie schwierig wird, aber ich glaube auch, dass es nach wie vor genug Jobs gibt, insofern bin ich eher der Meinung: lass uns neugierig gucken, was geht, aber wir müssen nach wie vor all unsere Entscheidungen treffen und wir müssen führen.

Die Gefahr, die besteht, ist vor allem ethischer Natur; dass die Menschen zu faul sind und alle Entscheidungen der KI überlassen, keine Haltung mehr haben und keine eigenen Werte.

Das Menschliche, das Miteinander, die Zusammenarbeit müssen dafür herausgearbeitet werden. Man kann inzwischen aber KI in Unternehmen nutzen, um eben diese typischen **Future Skills** zu coachen.

Danke, Petra!

Weiterlesen auf PAGE Online:

- **Kreative Berufe: Das machen Wissensmanager in Agenturen** Die Dynamik der digitalen Welt erfordert permanentes Lernen. Dafür gibt es Spezialisten, die in Agenturen für die Dokumentation von Wissen – vor allem aber auch für Know-how-Austausch und Vernetzung der Mitarbeiter sorgen. <https://page-online.de/branche-karriere/kreative-berufe-das-machen-wissensmanager/>

Schlagwörter: [Interaction Design](#), [Künstliche Intelligenz](#), [PAGE Interview](#)



Download PAGE – Kreative Konzepte visualisieren – kostenlos

Techniken für Visualisierung, Briefing, Kundenpräsentation und Usability-Überprüfung.

[Produkt anzeigen](#)