



# Organisational Change Management – Das Kommunikations-Tool Erfolgsgeschichten (Teil 2)

**Veröffentlicht** am 4. Mai 2022

**Ihre Ansprechpersonen:** Valérie Greisler

**Tags:** Fachbeiträge, Banken und Versicherungen, Energie und Infrastruktur, Gesundheitswesen, Handel, Transport und Logistik, Industrie, Technologie und Dienstleistung, Öffentliche Verwaltung, Projektmanagement, Strategieberatung, Organisational Change Management

Dieser Fachbeitrag ist der zweite unserer vierteiligen Beitragsreihe zum Thema Organisational Change Management (OCM). Wir beleuchten darin die Herausforderungen und Möglichkeiten für Unternehmen, Veränderungsbewegung zu initiieren und Veränderungen zielführend zu begleiten.

Im folgenden Fachbeitrag gehen wir den Change Massnahmen/Tools der Kategorie Kommunikation auf den Grund. Erfahren Sie, anhand des Beispiels mit Erfolgsgeschichten, wie Sie interne und externe Zielgruppen für ein Change Vorhaben begeistern können.

Im Beitrag drei und vier widmen wir uns dann den Change Massnahmen Interaktion sowie Begleitung, die Sie für Ihre Change Vorhaben gewinnbringend einsetzen können.

## Die Change Kategorie Kommunikation

Mit den Change Massnahmen/Tools der Kategorie Kommunikation stellen wir sicher, dass alle Beteiligten des Veränderungsvorhabens über die für die jeweilige Zielgruppe relevanten Inhalte informiert werden. Wir definieren und etablieren Kommunikationsgefässe, um eine zielgruppengerechte Vermittlung der Inhalte in schriftlicher und visueller Form zu gewährleisten.

Mit den übermittelten Informationen werden sich Beteiligte ihrer Rolle bewusst. Damit schöpfen wir das vorhandene Potenzial aus und aktivieren die nötige Energie für das Veränderungsvorhaben.



Bei den Massnahmen/Tools dieser Kategorie handelt es sich primär um eine einseitige Informationsvermittlung.

# Wir stellen vor: Das Kommunikations-Tool Erfolgsgeschichten

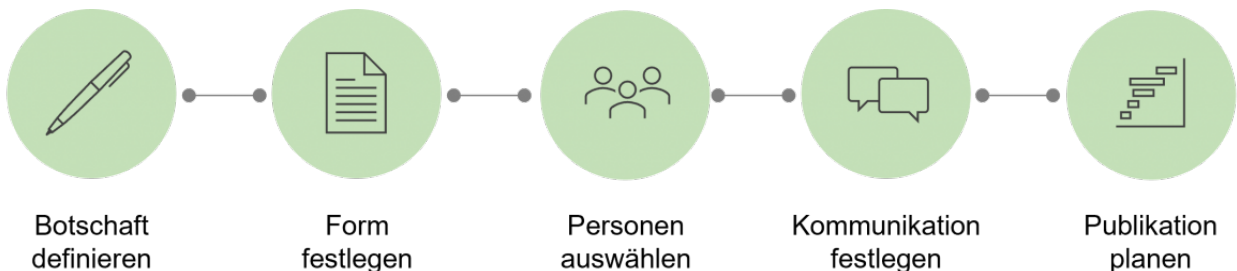
Slogan: «Mit Erfolgen begeistern.»

## Beschreibung und Wirkung

Erfolgsgeschichten, Success Stories oder Erfahrungsberichte sind Berichte über erfolgreiche Entwicklungen im Projekt oder eines Prototyps/Piloten. Mit der Kommunikation über Erfolgsgeschichten veranschaulichen wir den Mitarbeitenden die Veränderung anhand eines konkreten Beispiels und zeigen Ihnen, dass das Angedachte funktioniert.

Wir wollen Mitarbeitende begeistern und sie für die Veränderung «in Bewegung» bringen. Je nachdem, um was es in der Erfolgsgeschichte geht und von wem diese stammt (bspw. eine Erfolgsgeschichte «aus den eigenen Reihen»), trägt dies dazu bei, dass die Veränderung breit abgestützt mitgetragen und als sinnvoll und nutzenstiftend wahrgenommen wird.

## Erfolgsgeschichte konzipieren



### 1. Botschaft definieren

Welche Thematik und Botschaft sollen mit den Erfolgsgeschichten vermittelt werden?



## 2. Form festlegen

Wie sollen die einzelnen Erfolgsgeschichten ausgestaltet werden (Interviews mit Personen/Projektteammitgliedern, kurze Videos zum Projektfortschritt etc.)? Wie viele Beiträge werden erarbeitet?

## 3. Personen auswählen

Falls Interviews oder Portraits von Personen angedacht sind, muss festgelegt werden, wer hierfür entsprechend der definierten Botschaft in Frage kommt. Handelt es sich um Personen aus der Unternehmensleitung oder Anwender?

## 4. Kommunikation festlegen

Wie sollen die einzelnen Erfolgsgeschichten kommuniziert und publiziert werden? Welche Kommunikationskanäle und -medien eignen sich hierzu?

## 5. Publikation planen

Wann sollen die Erfolgsgeschichten publiziert werden?

# Tipps zur Gestaltung von Erfolgsgeschichten

Bei der Gestaltung der Erfolgsgeschichten bieten sich Ihnen viele Möglichkeiten:

- 
- Portrait/Interview einer Person

---

  - Beispiele anderer Unternehmen oder Abteilungen

---

  - Leuchtturmprojekte aus der Wissenschaft oder Medien

---

  - Kennzahlen

---

  - Projekterfolge / Erreichte Zwischenziele

---



Seien Sie kreativ und gestalten Sie die Erfolgsgeschichten ansprechend.

## Zeitpunkt – Relevante Phasen

Sensibilisieren	Mitnehmen	Vorbereiten	Einführen	Festigen
	X	X	X	X

Erfolgsgeschichten sind insbesondere während der Phasen «Mitnehmen», «Vorbereiten», «Einführen» und «Festigen» relevant. Die Zeitpunkte der Erfolgsgeschichten lassen sich beispielsweise anhand des Projektvorgehens (Proof of Concept, Prototyp, Experiment) planen.

## Checkliste zur Planung Ihrer Change Management Begleitung

Sie möchten ein Projekt mit geeigneten Change Management Massnahmen begleiten und stellen sich hierbei die Frage, ob Sie auch wirklich an alles gedacht haben? Unsere Checkliste hilft Ihnen dabei, alle wichtigen Punkte zu berücksichtigen.

[Zur Checkliste](#)

Weitere Informationen zum Thema «Organisational Change Management» finden Sie auch auf unserer diesbezüglichen [Webseite](#).

Haben Sie Fragen zur Beitragsreihe? Möchten Sie konkrete und umsetzbare Inputs für Organisational Change Management in Ihrer Organisation erhalten? Oder möchten Sie allgemein mehr zum Thema Change Begleitung der APP erfahren?

Unsere Experten und Expertinnen freuen sich auf Ihre Anfragen. Kontaktieren Sie uns unverbindlich per Telefon unter 058 320 30 00, per E-Mail unter [office@app.ch](mailto:office@app.ch) oder mittels des untenstehenden Formulars.

Lesen Sie auch die weiteren Fachartikel dieser Beitragsreihe:

- Teil 1: [Organisational Change Management – Veränderungsvorhaben richtig angehen](#)
- Teil 2: [Organisational Change Management – Das Kommunikations-Tool Erfolgsgeschichten](#)
- Teil 3: [Organisational Change Management – Das Interaktions-Tool Gerüchteküche](#)



- Teil 4: Organisational Change Management – Das Begleitungs-Tool Change Agents
-