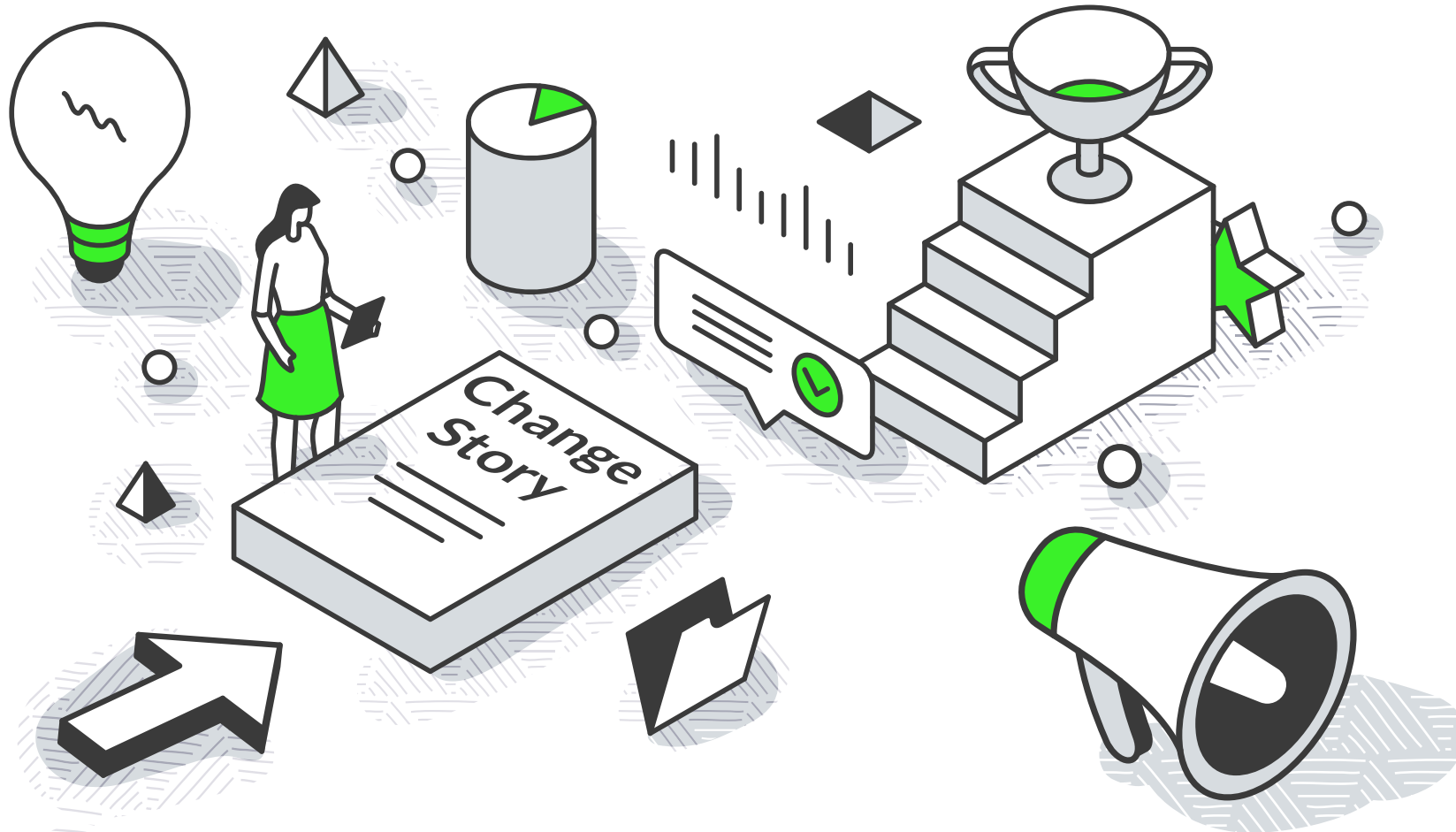


WIE KOMMUNIZIERE ICH UNSERE VISION? DIE CHANGE STORY



CHANGE STORY

ÜBERBLICK

Vorbereitung:



- Überlege dir, ob eine Change Story das richtige Instrument für deine Situation ist. Sieh dir zu diesem Zweck den Hintergrund und die Vorteile dieser Methode an. Zusätzlich können diese Reflexionsfragen bei der Entscheidung helfen:
 - Kennen alle den Veränderungsgrund?
 - Ist jedem klar, wohin die Reise geht?
 - Wissen alle wie das Ziel erreicht werden kann?
 - Sind die Führungskräfte in der Lage den Veränderungsgrund, die Vision und den Weg zu kommunizieren?
- Falls eine Change Story sinnvoll ist, schaue dir den Ablauf ab [Slide 5](#) an und überlege, wen du in diesen Prozess einbinden möchtest. Es empfiehlt sich frühzeitig das Team miteinzubinden.
- Gibt es schon eine Vision in euerem Team? Diese dient euch als eine gute Basis, um euer „Warum“ greifbar zu machen und sollte sich in der Change Story wiederfinden. Falls ihr noch keine Vision habt, solltet ihr diese im Prozess erarbeiten.

Hintergrund:

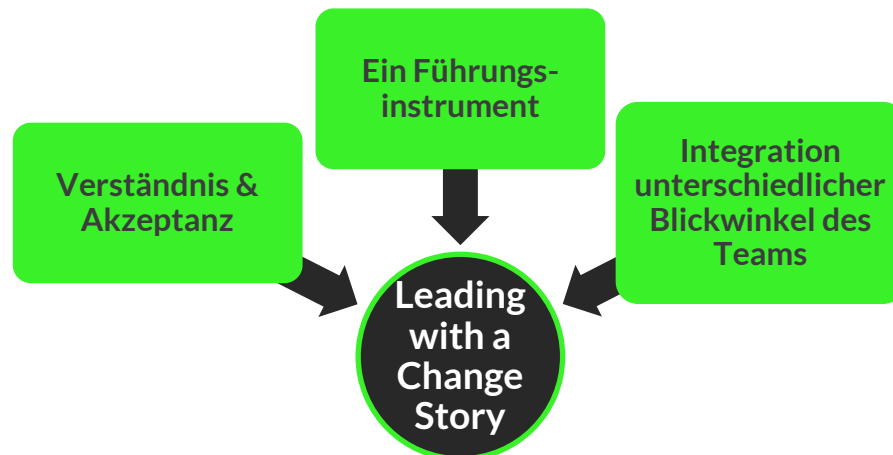


- Wenn Veränderungen anstehen und man diese alle Beteiligten und Betroffenen erklären möchte, kann eine Change Story dabei helfen.
- Wir führen in dieser Unterlage durch die fünf Schritte auf dem Weg zu einer Change Story. Hinweise auf den Ablauf und die Durchführung findest du ab [Slide 5](#). Alternativ kann euch [dieses Miro-Board](#) dabei helfen.
- Eine Change Story erklärt dir und deinem Team die Gründe für die anstehende Veränderung, ggfs. den Grund für ein neues Zusammenarbeitsmodell. Somit stellt sie den Bezug zur übergeordneten Strategie und/oder Vision dar und sollte alle Beteiligten/Betroffenen emotional ansprechen.
- Das Ziel einer Change Story ist es, die Bereitschaft aller Beteiligten zur Veränderung zu steigern. Hierbei werden verständliche und ansprechende Kernbotschaften formuliert. Sowohl die Führungskraft als auch die Mitarbeitenden sollten in der Lage sein, die Kernbotschaften und Hintergründe kommunizieren zu können.
- Daher ist es wichtig, dass die Change Story gemeinsam entwickelt und diskutiert wird, sodass jeder leicht und je nach Zielgruppe mit den eigenen Worten beschreiben kann, warum und wie die Veränderung einen selbst oder das Team/den Bereich betrifft.

CHANGE STORY

VORTEILE

- ✓ Macht den **Veränderungsgrund** greifbar und verständlich für alle.
- ✓ Zeigt wohin die Reise in der Zukunft gehen soll und den Weg dorthin, dadurch wird das Ganze greifbarer.
- ✓ Verständliche und ansprechende Kernbotschaften, die helfen eine **gemeinsame Sprache** zu entwickeln. Diese kann dann von Führungskräften und anderen wichtigen Rollen, wie Change Agents oder Projektleiter:innen, genutzt werden.
- ✓ Ermöglicht eine positive, emotionale Verbindung zu der Veränderung.



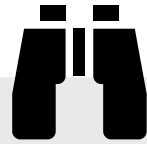
INHALTE EINER GUTEN CHANGE STORY | CHECKLISTE



Organisatorische Notwendigkeit

Warum muss sich etwas verändern?

- ✓ Es wird deutlich gemacht, warum die derzeitige Situation nicht nachhaltig ist
- ✓ Kolleg:innen und Mitarbeitende können das Gesagte mit ihrem vorhandenen Wissen und der aktuellen Geschäftslage in Verbindung bringen
- ✓ Es wird darauf hingewiesen, dass ein Nichteintreten unerwünschte Folgen haben wird



Zukunftsvision

Wie sieht die Welt nach der Veränderung aus?

- ✓ Die Geschichte vermittelt ein klares Bild davon, wie die Zukunft aussehen wird
- ✓ Es enthält realistische und erreichbare Ziele
- ✓ Es bietet der/dem Hörer:in/ Leser:in genügend Anleitung, um Entscheidungen zu treffen



Lösungsweg

Welche Schritte sind erforderlich?

- ✓ Es gibt Meilensteine, die die Entwicklung veranschaulichen
- ✓ Bereiche, die außerhalb der Veränderung liegen, werden klar herausgestellt
- ✓ Es wird deutlich, wie Kolleg:innen und Mitarbeitende in die Lösung einbezogen werden

UNSERE CHANGE STORY

VORGEHEN ZUR ERSTELLUNG EINER CHANGE STORY



In die Erstellung der Change-Story empfiehlt es sich frühzeitig dein Team miteinzubinden, damit geprüft und erprobt werden kann, ob sie die Geschichte tatsächlich verstehen und weitererzählen können.



INPUT SAMMELN | EINZEL INTERVIEWS ODER WORKSHOP AUSARBEITUNG



- Ggfs. Führen von Einzelinterviews oder Erarbeitung in einem gemeinsamen Workshop
- Konsolidierung der Ergebnisse

Teil 1 – Warum müssen wir überhaupt etwas ändern

		Heute	→	Zukunft
Probleme		Welche Probleme sehen wir bereits heute?		Welche Probleme sehen wir in der Zukunft, wenn wir uns nicht ändern?
	Chancen	Welche Chancen sehen wir, wenn wir bereits heute beginnen uns zu verändern? (kurzfristig)		Welche Chancen sehen wir für die Zukunft? (langfristig)

INPUT SAMMELN | EINZEL INTERVIEWS ODER WORKSHOP AUSARBEITUNG



- Ggfs. Führen von Einzelinterviews oder Erarbeitung in einem gemeinsamen Workshop
- Konsolidierung der Ergebnisse

Teil 2 – Wie sieht die Welt aus, wenn wir unsere Ziele erreicht haben?

Mehr	Weniger
SEIN	
MACHEN	
HABEN	

STRUKTUR FÜR DIE STORYLINE

Notwendige Bausteine einer Change Story sind das ‚**Warum?**‘, ‚**Wohin?**‘ und ‚**Wie?**‘ der Veränderung. Antworten auf diese Fragen können innerhalb der folgenden Struktur abgebildet werden.



2
Kernbotschaften
ableiten

- Festlegen einer Struktur für die Storyline
- Herausstellen der Kernbotschaften

1.) Ausgangssituation und Teamvorstellung

- Was macht das Team aus?
- Worauf basieren die Erfolge des Teams?
- Worauf seid ihr stolz?

2.) Herausforderungen

- Was sind die aktuellen Herausforderungen
 - auf dem Markt?
 - innerhalb des Unternehmens?
 - im Team?

3.) Vision

- Was ist das Zielbild der Veränderung?
- Welche Chancen und Vorteile ergeben sich aus der Veränderung?

4.) Der Weg dorthin

- Wie wird diese Vision erreicht?
- Was sind die Meilensteine?

5.) Rolle der Mitarbeitenden

- Inwiefern werden die Mitarbeitenden mit eingebunden?
- Welche Vorteile ergeben sich für die Mitarbeitenden?

6.) Was verändert sich (nicht)?

- Mit welchen Veränderungen müssen die Mitarbeitenden rechnen?
- Worauf können die Mitarbeitenden vertrauen, dass es gleich bleibt?

VORGEHEN ZUR ERSTELLUNG EINER CHANGE STORY

In die Erstellung der Change-Story empfiehlt es sich frühzeitig dein Team miteinzubinden, damit geprüft und erprobt werden kann, ob sie die Geschichte tatsächlich verstehen und weiter erzählen können.



Melde dich bei
Interesse gerne
bei uns!

Carina Throne

carina.throne@cpc-ag.de

Milena Pein

milena.pein@cpc-ag.de

