

Nutzenden-Perspektive

Organisations-Perspektive

1. Von den Nutzenden her gedacht

Wovon wollen wir uns weg entwickeln?
Wo wollen wir uns hin entwickeln?

Weg von

Hin zu

2. Von der Organisation her gedacht

Wovon wollen wir uns weg entwickeln?
Wo wollen wir uns hin entwickeln?

Anmerkungen:

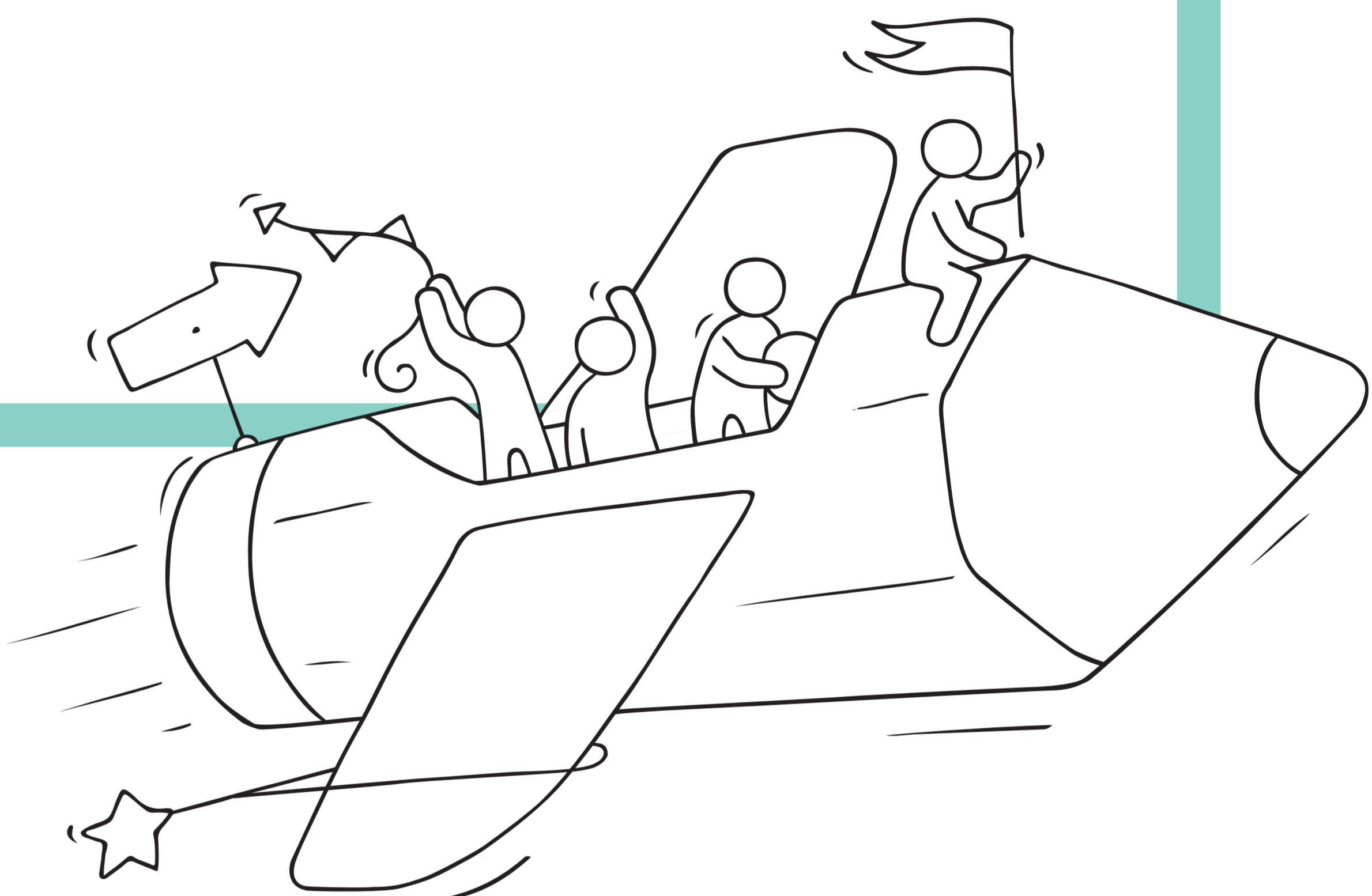
Zumeist sind das „Weg von“ und „Hin zu“ zwei Seiten einer Medaille: „Weg von Papier“ hin zu „Digitalem Posteingang“ kann etwas ähnliches beschreiben. Der Unterschied liegt vornehmlich darin, ob ein Problem gelöst oder eine Chance realisiert werden soll. Es ist sinnvoll eine so klare wie mögliche Zuordnung zu haben.

Beispiele:

- Weg von zentraler Marktbearbeitung
- Weg von Performance-Problemen der IT
- Hin zu regionalen Marktbearbeitung
- Hin zu einer hohen Anpassungsfähigkeit der IT-Architektur



Fangen wir an! Im ersten Schritt geht es darum, die Weichen zu stellen und den Fokus und die Ziele für die Kommunikationslandkarte festzulegen. Das Schärfen hilft dir, mehr Klarheit über zu den Zielgruppen zu gewinnen und die Kartierung zu vereinfachen.



1. Wozu erforschen

Basierend auf den Ergebnissen des Weg von - hin zu -Templates:
Wie würdet ihr das Wozu der Veränderung beschreiben?

2. Wozu in einem Satz

Nichts ist schwieriger als eine Veränderung in einem Satz zu formulieren. Lasst es uns dennoch versuchen.

Anmerkungen:

Häufig wird dieser letzte Schritt als stark trivialisierend und der Komplexität nicht gerecht werdend empfunden. Jedoch zeigen sich gerade in dieser Übereinfachung oftmals grosse Unterschiede im Verständnis, in der Akzentuierung des Schwerpunkts. Es geht hierbei nicht um einen Marketing-Slogan, sondern um eine Annäherung an eine präzise Beschreibung.

Beispiele:

- Beispiel 1
- Beispiel 2

Konkreten Nutzen beschreiben



Wenn wir das Wozu präzise fassen können, stellt sich die Frage des Nutzens und Nicht-Nutzens. Welchen Nutzen haben wir, wenn wir die Veränderung gemeistert haben? Welchen Nicht-Nutzen werden wir beobachten?

1. Welchen Nutzen?

Wenn sich die Veränderung realisiert hat:
Woran werden wir es konkret merken?

2. Welchen Nicht-Nutzen?

Wenn sich die Veränderung realisiert hat: Was wird nicht mehr beobachtet werden können? (u.a. wer wird was „verlieren“?)



Anmerkungen:

Im Fokus von Veränderung steht häufig der Nutzen - das was man mehr beobachten möchte oder die „Sieger“ einer Veränderung. Viel weniger Beachtung bekommt der Nicht-Nutzen - die „Verlierer“ einer Veränderung.

Beispiel Transparenz::

- Anhand des Beispiels Transparenz lassen sich Nutzen und Nicht-Nutzen gut erklären.
- Wenn Transparenz als Ziel ausgerufen wird, ist der Vorteil, z.B. Verfügbarkeit von Daten naheliegend.
- Gleichzeitig möchte man damit weniger Intransparenz haben, z.B. schnelle, informelle Entscheidungswege, die heute evtl. die Arbeit beschleunigen, werden damit als nicht-erwünscht erklärt. Damit gibt es keine schnellen Entscheidungswege mehr.