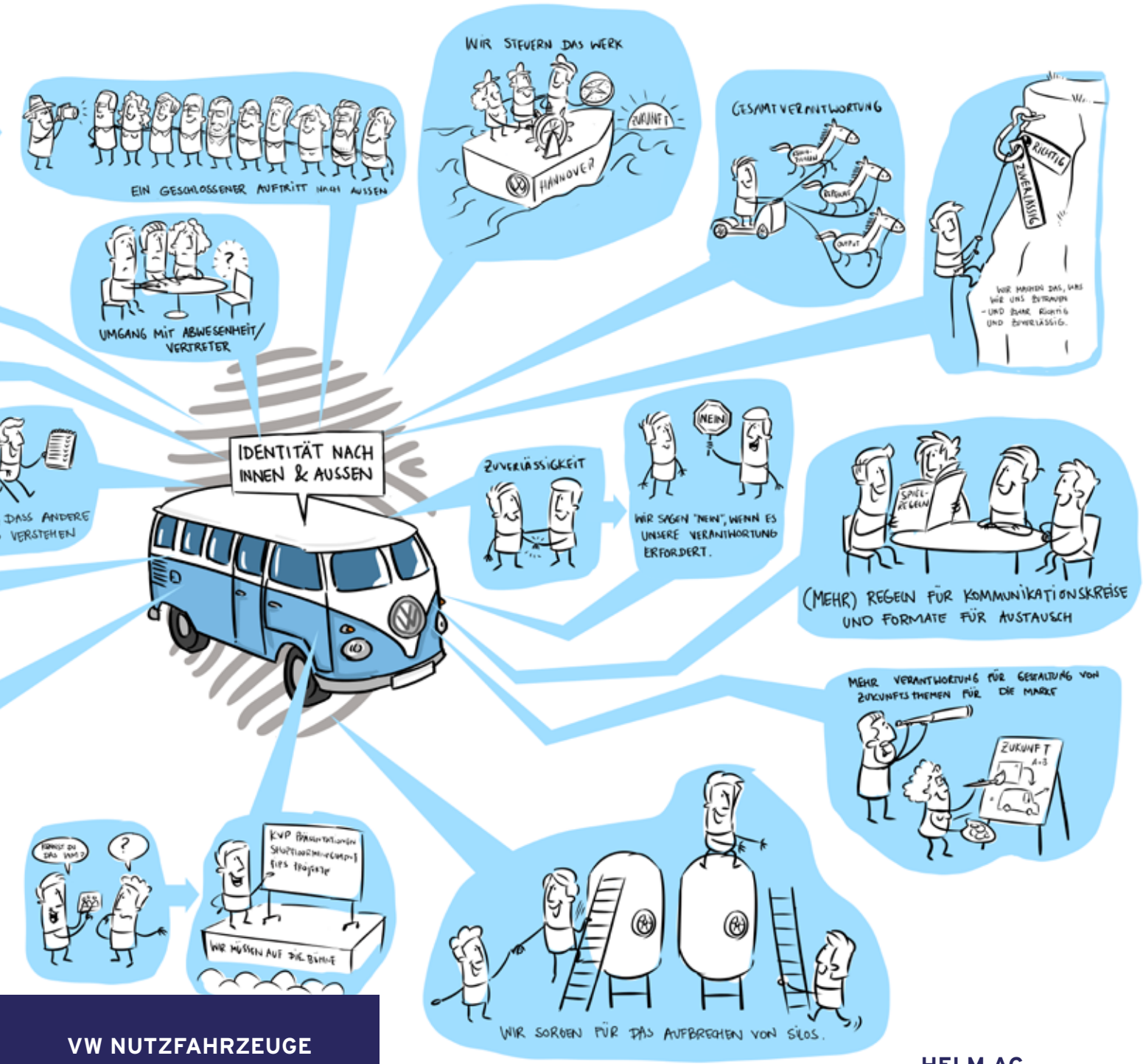
DIALOGBILD®

ZEIGEN SIE, WAS SIE SAGEN WOLLEN.

Live Illustration & Graphic Recording

Wir visualisieren Ihre Strategien, Prozesse und Visionen.

AIRBUS · ALMO · ALSTOM · Bäderland · Continental · EUROFORUM an informa business · HR SWISS CONGRESS · HELM · helvetia · KONE · Raiffeisen-Volksbank eG regional·digital·persönlich · SARTORIUS · Sparkasse Stade-Altes Land · Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling · Sparda-Bank Hamburg · STAUFEN. · Nutzfahrzeuge



VW NUTZFAHRZEUGE

IDENTITÄT NACH INNEN & AUSSEN

CONTINENTAL

7 LEADERSHIP PRICIPLES

HELM AG

TOGETHER TODAY TOMORROW

DIALOGBILD®

Zeigen Sie, WAS SIE SAGEN WOLLEN.

LIVE-ILLUSTRATION & GRAPHIC RECORDING

WENN AUS WORTEN BILDER WERDEN

Auf Events, Konferenzen und in Workshops entstehen viele Gedanken, Ideen und Diskussionen.
Live-Illustration und Graphic Recording machen diese Inhalte unmittelbar sichtbar und sorgen dafür, dass wichtige Aussagen im Gedächtnis bleiben.

Unsere Illustratoren begleiten Vorträge, Diskussionen und Workshops live und übersetzen Kernaussagen direkt in verständliche Bilder. Komplexe Themen werden auf das Wesentliche reduziert und Zusammenhänge anschaulich sichtbar gemacht.

So entsteht Schritt für Schritt ein gemeinsames Bild. Die Teilnehmenden erleben, wie ihre Ideen und Beiträge direkt in die Visualisierung einfließen. Das schafft Aufmerksamkeit, fördert Beteiligung und sorgt für ein gemeinsames Verständnis – auch bei anspruchsvollen Themen.





FÜR JEDE BRANCHE

UND JEDES THEMA

Ob Industrie, Banken und Versicherungen, Pharma und Healthcare, Energie, IT, Handel, Logistik oder öffentlicher Sektor: Live-Illustrationen funktionieren überall dort, wo Menschen gemeinsam Themen verstehen, diskutieren und weiterentwickeln: von der Strategie- und Führungskräftetagung, über Change-Prozesse und Workshops, bis hin zu Konferenzen und Mitarbeiterveranstaltungen.
Auch komplexe Prozesse, neue Visionen oder gemeinsame Ziele lassen sich auf diese Weise greifbar vermitteln.

Dabei geht es um mehr als Zeichnen: Wir hören zu, erkennen das Wesentliche und übersetzen komplexe Aussagen in eine klare visuelle Sprache. Unterschiedliche Perspektiven und Ideen werden miteinander verbunden und auf einen Blick verständlich.

So wird aus vielen einzelnen Beiträgen ein gemeinsames Bild, das Orientierung schafft, verstanden wird und nachhaltig im Gedächtnis bleibt.

VOM LIVE-BILD ZUM PROFESSIONELLEN KOMMUNIKATIONSMEDIUM

Nach der Veranstaltung kann das Ergebnis professionell weiterentwickelt werden. Wir übertragen die Live-Zeichnung in nahezu jeden gewünschten visuellen Stil – von Line-Art und Corporate Illustration über Infografik und 3D bis zu individuellen oder KI-gestützten Bildwelten. Inhalte und Aussagen bleiben erhalten, während Gestaltung und Stil gezielt an Corporate Design und Einsatzzweck angepasst werden.
So lässt sich das Ergebnis anschließend vielseitig nutzen – etwa im Intranet, in Präsentationen, auf Websites, Social Media, Postern, in Broschüren oder interaktiven Bildwelten.
Aus dem Live-Moment entsteht so ein nachhaltiges Kommunikationsmedium, das Inhalte langfristig sichtbar und erlebbar macht.

JEDES *starke* BILD WIRD WIRKLICHKEIT.

Antoine de Saint-Exupéry









EINSATZMÖGLICHKEITEN

FÜR LIVE ILLUSTRATION & GRAPHIC RECORDING

Strategie verständlich machen
Visualisieren Sie Vision und Strategie, damit alle Mitarbeitenden den gemeinsamen Weg verstehen und mittragen.

KI- & Digitalisierungsprojekte
Erklären Sie neue Technologien und Prozesse anschaulich. Bilder schaffen Akzeptanz und bauen Vorbehalte ab.

Transformation kommunizieren
Nutzen Sie Dialogbilder in Workshops, Townhalls oder Meetings, um Veränderungen verständlich zu vermitteln.

Kulturwandel begleiten
Machen Sie neue Werte und Formen der Zusammenarbeit sichtbar. So schaffen Sie Orientierung und Verständnis.

Organisation neu ausrichten
Begleiten Sie Reorganisationen und neue Rollen mit einem Zukunftsbild, das Orientierung gibt.

Onboarding im Wandel
Erleichtern Sie neuen Mitarbeitenden den Einstieg in veränderte Strukturen, Prozesse und die Unternehmenskultur.

UNSERE SINNESWAHRNEHMUNG

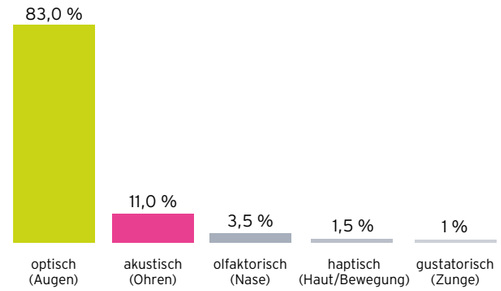
SPRICHT EINE EINDEUTIGE SPRACHE:

11 % UNSERER INFORMATIONEN NEHMEN WIR ÜBER DIE OHREN WAHR,

DAVON BEHALTEN WIR 20 %
= 2,2 %

83 % UNSERER INFORMATIONEN NEHMEN WIR MIT DEN AUGEN WAHR,

DAVON BEHALTEN WIR 50 %
= 41,5 %





Unser eigenes Dialogbild
Mit diesem Dialogbild erklären wir die Methode: Auf der linken Seite sehen Sie ein Unternehmen im Umbruch und auf der rechten Seite unten die Vision. Darin enthalten ist eine Vielzahl an Themen, die wir bereits für unsere Kunden visualisiert haben. Das ausführliche Dialogbild mit Erläuterungen finden Sie unter: www.dialogbild.de/referenzen/dialogbild



HELM

JAHRESTREFFEN

TOGETHER. TODAY. TOMORROW.

Die HELM AG, ein traditionsreiches Hamburger Familienunternehmen mit über 120-jähriger Geschichte, ist eine multifunktionale Vertriebsorganisation in: Chemikalien, Pflanzenschutzmitteln, pharmazeutischen Wirkstoffen und Arzneimitteln und Düngemitteln. HELM gehört heute zu den weltweit größten Chemie-Marketingunternehmen und sichert mit mehr als 100 Niederlassungen, Verkaufsbüros und Beteiligungen in über 30 Ländern durch spezifische regionale Kenntnis den Zugang zu den wichtigsten Märkten. Das HELM-Jahrestreffen 2019 in der Handelskammer Hamburg stand unter dem Motto „Together. Today. Tomorrow.“. Nach einer Begrüßungsrede des CEOs, folgte ein weiterführendes Programm in mehreren Sessions. Auf der Hauptbühne wurde den Teilnehmern eine Podiumsdiskussion geboten und in drei weiteren Räumen im Obergeschoss der Handelskammer fand ein inhaltlich weiterführendes Programm zu den Handelsgeschäften statt.

DIALOGBILD hat die Veranstaltung mit drei Illustratoren im Rahmen eines Graphic Recordings begleitet und die Emotionen der Menschen und Inhalte des Programms sowohl auf der Hauptbühne, als auch in den weiteren Sessions visuell festgehalten. Die Inhalte auf der Hauptbühne wurden analog auf einer 2 x 1 m großen Leinwand visualisiert. In den drei Räumen im Obergeschoss wurden die Inhalte digital festgehalten. Die Ergebnisse wurden anschließend als Dankeskarte aufbereitet und den Mitarbeitern zugesendet. Des Weiteren wurden die Ergebnisse in der internen Kommunikation im Intranet und in der Mitarbeiterzeitschrift verwendet.

Annegret Dehning
Veranstaltungsorganisation HELM AG

„Die Zusammenarbeit mit DIALOGBILD war vom ersten Kontakt an kreativ und lösungsorientiert. Unsere Veranstaltung in den verschiedenen Räumen und Themenbereichen zu begleiten, war herausfordernd und wurde sehr professionell und kooperativ begleitet. Das Ergebnis erfüllte darüber hinaus alle unsere Erwartungen. Gern werden wir bei passender Gelegenheit wieder mit DIALOGBILD zusammenarbeiten.“



HELM

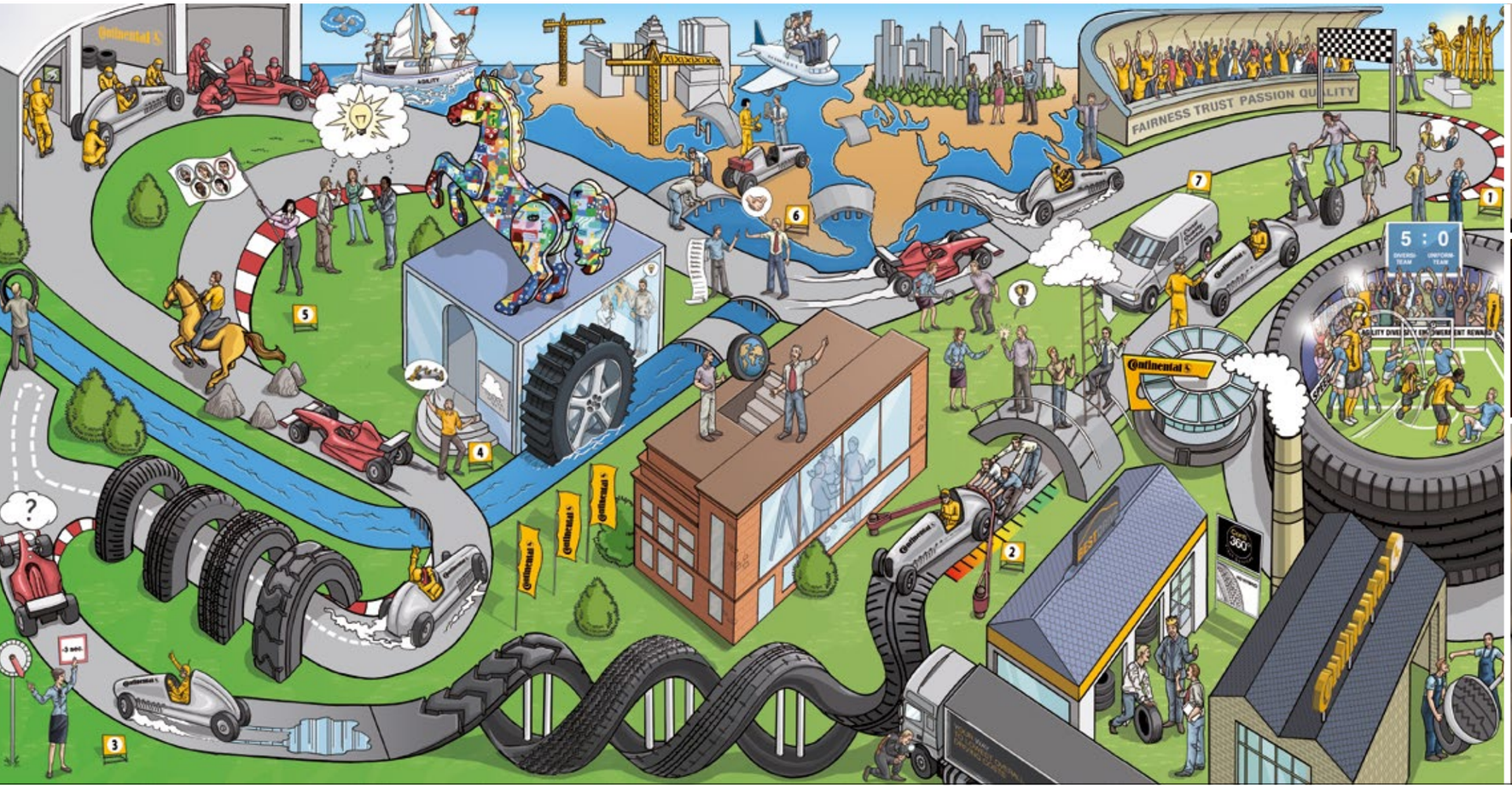
FIT FOR FUTURE

Helm ist ein global agierendes Familienunternehmen mit Hauptsitz in Hamburg. Die Tätigkeitsfelder sind die Geschäftsbereiche Chemicals, Fertilizer, Coop Protection und Pharma, um die sich unser Unternehmen mit seinen 1.500 Mitarbeitern kümmert. Im Zuge des Transformationsprozesses haben wir uns für ein Dialogbild entschieden um die verschiedenen Aspekte und Bereiche verständlich und leicht einprägsam an unsere Mitarbeiter zu vermitteln. Hierfür hat auch jeder Mitarbeiter sein eigenes Bild nach der Firmentagung erhalten.



Sophie Oldenburg
Director Corporate Communications

„Im Rahmen unseres „Fit for Future“ -Programms war es uns wichtig, möglichst einfach darzustellen, wie wir HELM fit für die Zukunft machen. Das Dialogbild vereint alle Teilbereiche, die wir in diesem Rahmen angehen und versinnbildlicht auch die Vision des Programms. So hilft das Dialogbild das Gesamtbild zu verinnerlichen und erhöht die Motivation bei den KollegInnen ihren Teil dazu beizutragen.“







Continental

Management Meeting 2011







MANAGEMENT MEETING: 7 LEADERSHIP PRINCIPLES

Continental beauftragte uns, Leitlinien für Führungskräfte in einem Dialogbild zu visualisieren.

Auf einer internationalen Führungskräfte-Veranstaltung füllten wir dazu eine vorab illustrierte Landschaft mit Leben. Die Führungskräfte schilderten uns in mehreren Workshops ihre Ideen, die wir mit Hilfe zweier Illustratoren vor Ort live illustrierten. So entstand im Laufe eines Tages ein 4 x 2 m großes Dialogbild.

Die vorab entwickelte Landschaft stellt eine moderne Teststrecke dar. Die Strecke nutzten wir als Gestaltungsbasis, da dort der zweite Teil der Führungskräfte-Veranstaltung stattfand. Jeder Führungsleitlinie wurde im Bild jeweils ein Streckenabschnitt zugeordnet, in dem die entsprechenden Szenen dargestellt werden. Um den Teilnehmern die Dialogbild-Methode zu erklären und das Ziel des Workshops zu verdeutlichen, entwickelten wir einen Info-Flyer mit möglichen Ergebnissen und der leeren Landschaft. Nach der Veranstaltung überarbeiteten und kolorierten wir die einzelnen Szenen. Daraus entstand schließlich das finale Dialogbild, das nun weltweit zu Schulungszwecken eingesetzt wird.



Lars-Oliver Stöber
Head of Human
Resource Development
Tire Divisions
Continental AG

„Die intensive bildliche Auseinandersetzung in den verschiedenen Workshops war für viele Führungskräfte völlig neu. Das Denken in Bildern hat aber zu einer anderen, kreativeren Form des gedanklichen Austauschs geführt. Viele Führungskräfte, die dem Dialogbild zunächst kritisch gegenüberstanden, hatten schließlich Spaß daran, eigene Ideen zu entwickeln und in das Bild einfließen zu lassen. Heute setzen wir das Bild ein, um Führungskräften und Mitarbeitern weltweit unsere Leadership Principles verständlich zu machen.“

EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



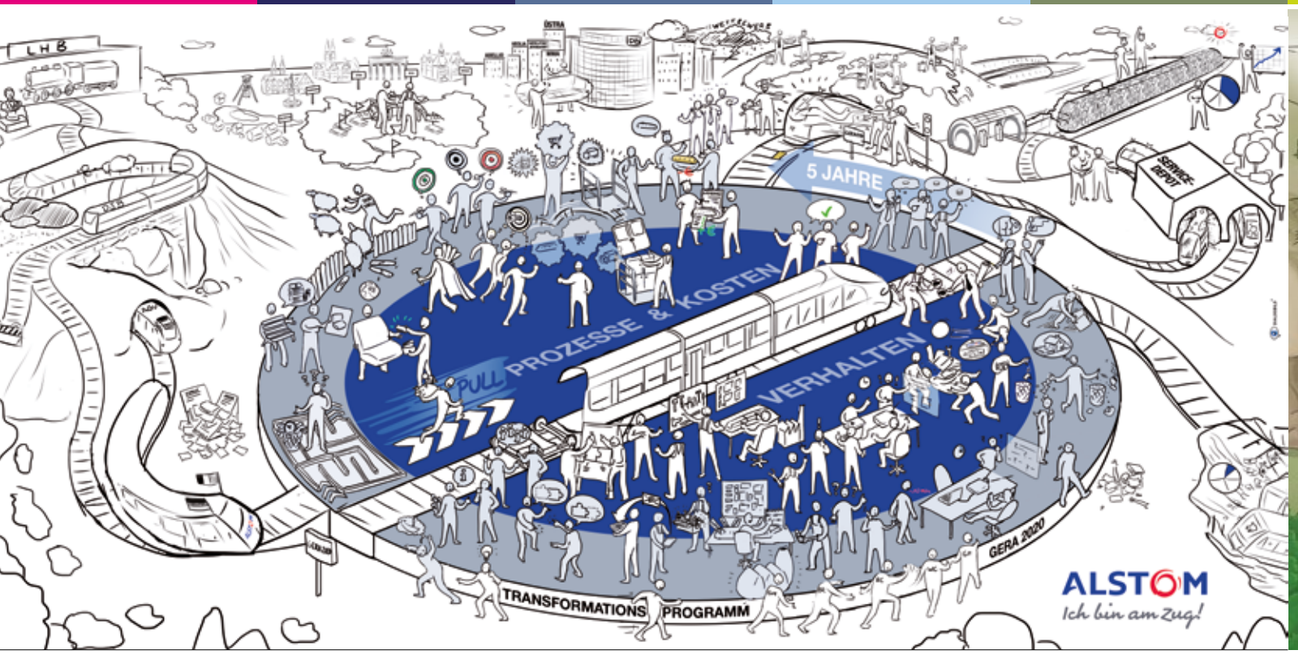
Vertrauen und Teamwork
Nicht nur in schwierigen Situationen ist man auf seine Kollegen und Mitarbeiter angewiesen. Für Führungskräfte gilt ebenso wie für Angestellte: Einige Aufgaben lassen sich nur in vertrauensvoller Zusammenarbeit lösen.



Kompetenz
Entscheidungen, die erst durch zahlreiche Unterschriften abgesegnet werden müssen, sind nicht immer zielführend. Hier wird der Mitarbeiter mit Kompetenzen ausgestattet – auch ein Zeichen von Vertrauen.



Verantwortung
Eine völlig neue Aufgabe erscheint manchem Mitarbeiter nicht als Ansporn, sondern oft eher als Überforderung: Der Schlüssel zum Erfolg ist zu groß. Stattdessen ist es sinnvoller, ihn mit vielen kleinen „Schlüsseln“ behutsam an die Aufgabe heranzuführen.

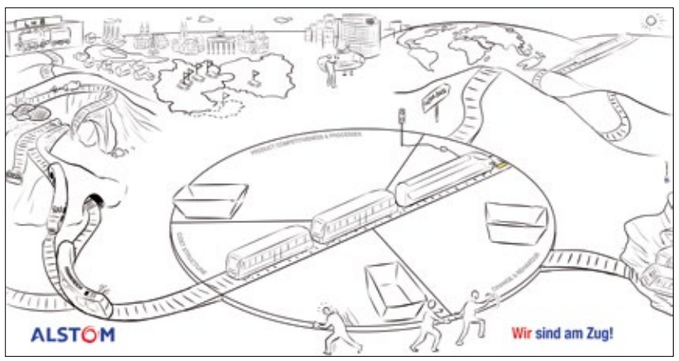




TRANSFORMATIONSPROGRAMM „GERA 2020“

ALSTOM

Die ALSTOM Transport Deutschland GmbH steht vor großen Herausforderungen, die Veränderungsstrategie muss kommuniziert, vor allem aber gelebt werden. Mit diesem Anspruch hat sich Jens Bünte (Personalchef für Deutschland & Österreich) an DIALOGBILD gewandt. Relativ schnell wurde die Situation des Unternehmens klar und so entwickelten wir eine Kommunikationsstrategie, die nicht nur visuell ansprechend ist, sondern wachrütteln und mitreißen soll. Da der Erfolg einer Strategie maßgeblich von der Akzeptanz und Mitgestaltung der Mitarbeiter abhängt, einigten wir uns auf zwei Kreativworkshops, um das Bild konzeptionell zu erarbeiten. Der erste Workshop fand mit rund 15 Führungskräften statt und resultierte in einer Bildwelt, in der eine Drehscheibe als zentraler Punkt des Dialogbildes gewählt wurde. Allen war wichtig die Vergangenheit des Unternehmens aufzuzeigen, den Weg des Transformationsprogramms „GerA 2020“ zu konkretisieren und einen Bildbereich für die Zukunft zu berücksichtigen. Diese Vorüberlegungen wurden einstimmig von der zweiten Workshopgruppe angenommen und weiter ausgearbeitet. Mit 20 Change Agents aus unterschiedlichen Fachbereichen wurde dieses Bild dann in einem gemeinsamen Plenum konkretisiert und Szenen in der Bildwelt platziert. Am Ende des zweiten Workshops war das Dialogbild prall gefüllt und die Story weitestgehend geschrieben. Entschieden wurde sich für positive und negative Darstellungen, die alle Mitarbeiter ansprechen, und zum Nachdenken anregen sollen. Mit nur einem Ziel: gemeinsam das Transformationsprogramm zum Erfolg zu führen.



Im ersten Führungskreis-Workshop wurde das visuelle Grundgerüst für das spätere Dialogbild gelegt. Gemeinsam mit den Change Agents des Transformationsprogramms wurde das Grundgerüst des Führungskreises weiter ausgearbeitet und mit Szenen gefüllt. Relativ schnell wurde sich die Workshopgruppe einig, dass wir für dieses Dialogbild zueinander passende positiv/negativ Szenen entwickeln sollen. Die Teilnehmer kommunizierten im Anschluss als Change Multiplikatoren das Dialogbild in ihrem Bereich.



Jens Bünte
Director HR
Germany & Austria
ALSTOM Transport
Deutschland GmbH



Ralf Dingerdissen
Bogie Operations
Director Germany
ALSTOM Transport
Deutschland GmbH

„Erfahrungen aus früheren Transformationsprogrammen haben gezeigt, wie wichtig es ist, die ganze Organisation in den Veränderungsprozess mit einzubeziehen. DIALOGBILD bietet dafür eine perfekte Möglichkeit, nämlich die Sorgen, Ideen aber auch Erwartungen so vieler Menschen wie möglich zu berücksichtigen und leicht verständlich für alle darzustellen. Die anfängliche Skepsis des ein oder anderen ist nach wenigen Tagen im Projekt in echte Begeisterung umgeschlagen. Das war sicher nicht mein letztes Dialogbild.“

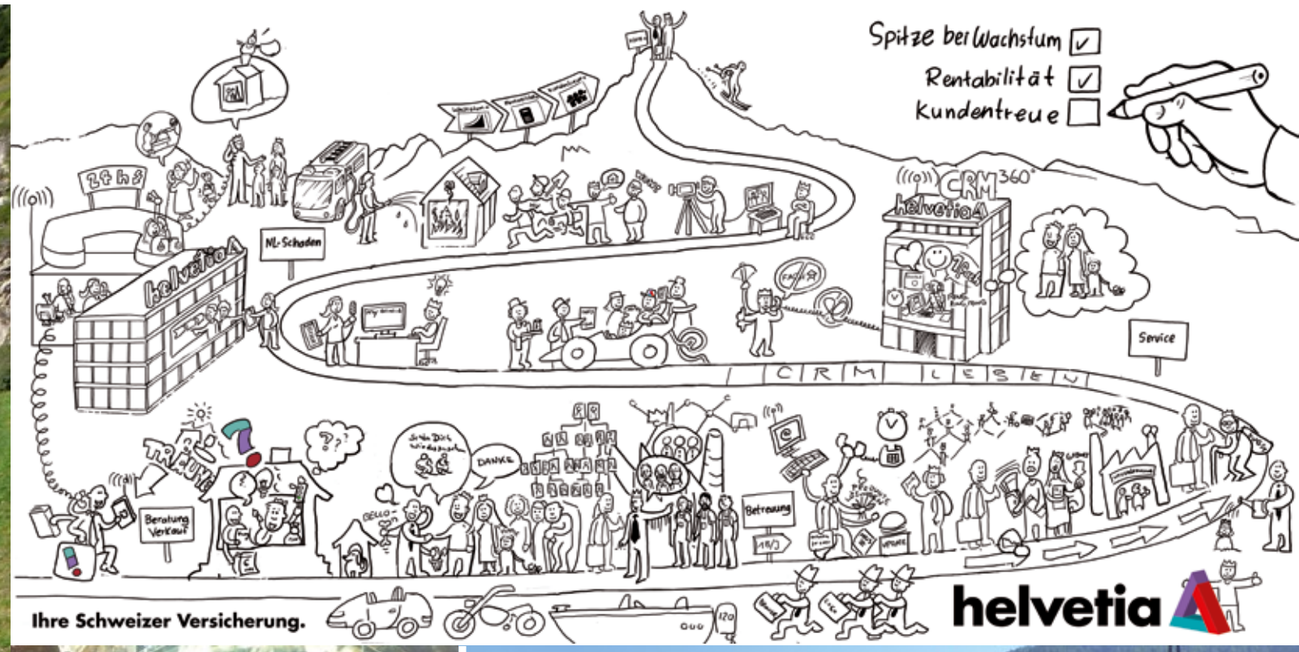
„Als wir das erste mal in Hamburg bei DIALOGBILD waren, und die vielen unterschiedlichen und tollen Beispiele anderer Unternehmen gesehen haben, waren wir – salopp gesprochen – total geflasht und von der ersten Sekunde an überzeugt, dass dies unser Tool werden musste. Wir haben es dann geschafft, dass unser Funke der Begeisterung auf unser gesamtes Managementteam übergesprungen ist. Wir sind sehr stolz auf unser Dialogbild und es hilft uns täglich bei der Umsetzung unseres Transformationsprozesses.“

Beispielszene „Problemlösung“

In der negativen Darstellung müht sich eine Task Force mit Schadensbegrenzung ab, während in der positiven Darstellung einfach die Wurzel des Problems gelöst wird.

















helvetia

KUNDENTREUE

LIVE-ILLUSTRATION

Für die Schweizer Versicherung Helvetia entwickelten wir ein Dialogbild zum Thema „Kundentreue“ während einer Führungskräfte-Tagung in Zermatt. Das Matterhorn lieferte dabei nicht nur ein faszinierendes Panorama, sondern symbolisierte auch als fünft höchster Berg der Schweiz das Ziel der Helvetia, die fünft größte Versicherung zu werden. Während der zweitägigen Veranstaltung illustrierten wir mit 120 Führungskräften via Live-Illustration den Weg hinauf aufs Matterhorn. Das Thema „Kundentreue“ spielte dabei auf Grund einer Kunden- und Außendienst-Befragung die Hauptrolle.

„Spitze bei Wachstum und Rentabilität“. Doch wie sieht es bei der „Kundentreue“ aus? Die Skizze zu Beginn der Veranstaltung ist überschaubar: Eine Serpentine führt hinauf auf’s Matterhorn. Am Wegesrand befinden sich vier Schilder: Beratung/Verkauf, Kundenbetreuung, Service allgemein, Schaden/Leistung. 120 Führungskräfte der Helvetia werden aufgefordert, die Landschaft mit Leben zu füllen. Moderiert wird das ganze von Torsten Voller vom Hamburger Unternehmenstheater „Steife Brise“. Zwei Simultan-Übersetzer unterstützen die Mitarbeiter aus der französisch- und italienischsprachigen Schweiz. Der Illustrator von DIALOGBILD verwandelt die Kommentare mit wenigen Strichen in Bilder. Einen Tag später ist die Landschaft gefüllt und das Matterhorn bezwungen. In den Folgewochen wird das Dialogbild feinillustriert, mit Farbe versehen und in drei Sprachvarianten erstellt.



DIE AUFTRAGGEBERIN

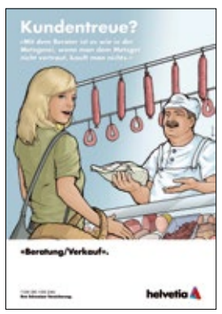


Daniela Disler
Personalentwicklerin
Helvetia Versicherungen

„Zusammen mit 120 Führungskräften haben wir in einer unterhaltsam moderierten Live-Illustration eine Dialogbild-Skizze mit unseren zentralen Ansatzpunkten zum Thema Kundentreue entwickelt. Dadurch wurde das gemeinsame Verständnis von Geschäftsleitung und obersten Führungskräften zum Thema geschärft und alle stehen hinter dem entwickelten Bild. Im Anschluss an den Anlass wurde die Skizze weiter verfeinert und die Führungskräfte werden das Dialogbild nun anhand eines Leitfadens mit sämtlichen Mitarbeitenden diskutieren. Dadurch schaffen wir eine gemeinsame Sprache und geben Orientierung für die Entwicklung weiterer Maßnahmen zum Thema – und dies auf unkonventionelle aber nachhaltige Art und Weise."

DIE PLAKATE „KUNDENZITATE"







Um die Kundentreue zu verbessern, führte Helvetia Versicherungen eine Kunden- und Außendienstbefragung durch. Die Ergebnisse haben wir während der Veranstaltung in Form von Plakaten mit den verschiedensten Kundenzitaten präsentiert. Gleichzeitig bildeten die Plakate einen anschaulichen Einstieg in die Diskussion zum Thema „Kundentreue". Das Zitat einer Kundin: „Mit dem Berater ist es wie in der Metzgerei, wenn man dem Metzger nicht vertraut, kauft man nichts."

Raiffeisen-Volksbank eG
regional·digital·persönlich

VISION 2030

ERSTER ANSPRECHPARTNER IN OSTFRIESLAND. DER MAGNET FÜR MENSCHEN.

Die Raiffeisen-Volksbank eG, Aurich hat gemeinsam mit der Unternehmensberatung Goldpark und DIALOGBILD ihre Vision 2030 sowie ein dazugehöriges Mission Statement entwickelt. Ziel ist es, erster Ansprechpartner für die Menschen in Ostfriesland zu sein und diese durch den Fokus auf die Kernwerte Gemeinschaft, Qualität, Technologie und Effizienz „anzuziehen". Als vertrauensvoller, aktiver Lebensbegleiter möchte die RVB Aurich Orientierung geben, Menschen verbinden und Gemeinschaften fördern, die die gemeinsame Heimat Ostfriesland stärken.

Zum Auftakt des Projekts entstand ein Dialogfilm, in dem einzelne Mitarbeitende in kurzen Interviews ihre Sicht auf die RVB Aurich und deren Zukunft schildern. Auf Grundlage des Mitarbeiterfeedbacks wurden über mehrere Monate hinweg in Workshops Graphic Recordings erstellt, die als Grundlage für das finale Dialogbild dienten.
Im Zentrum des Dialogbildes stehen der Wertekompass und die Mitarbeitenden. Entlang des Kompasses wird exemplarisch der Lebensweg einer Kundin dargestellt – von der frühen Kundenbindung über die Gründung eines eigenen Betriebs bis zur Vorsorge im Alter. Sie wird dabei stets von ihrem Berater der RVB Aurich begleitet und unterstützt.

DAS ROLL-OUT EVENT





Das finale Dialogbild wurde im Rahmen eines Roll-Out Events als großer Posterdruck allen Mitarbeitenden präsentiert.





Johann Kramer
Vorstands-
vorsitzender
RVB Aurich

„Die Zusammenarbeit mit DIALOGBILD im Rahmen unseres Strategieprojekts „RVB 2030" war für uns eine außergewöhnlich bereichernde Erfahrung. Gemeinsam konnten wir unsere Mission, Vision und strategischen Stoßrichtungen auf eine Weise visualisieren, die sprichwörtlich mehr sagt als 1000 Worte. Besonders beeindruckend war, wie präzise DIALOGBILD es geschafft hat, komplexe Inhalte und zentrale Aussagen in einer einzigen, lebendigen Szene zu übersetzen und darzustellen. Das innovative Konzept, Mitarbeiter aktiv in den Prozess einzubeziehen, hat nicht nur neue Perspektiven eröffnet, sondern auch einen völlig neuen Ansatz in unserer Kommunikation ermöglicht. Durch das Dialogbild wurde unsere Vision regelrecht zum Leben erweckt und farbenfroh gestaltet – das Ergebnis spricht für sich! Das Dialogbild ist für uns heute ein zentrales Instrument, um unsere Vision 2030 gemeinsam mit Mitarbeitenden und Kunden zu gestalten und in den nachhaltigen Dialog einzutreten. Es bietet Orientierung, schafft Identifikation und inspiriert dazu, unsere Zukunft aktiv anzugehen. Wir danken DIALOGBILD für die tolle Zusammenarbeit und können diese Methode der Strategiearbeit gerne weiterempfehlen."



Sparkasse
Stade-Altes Land

UNSERE VISION

WIR VERBINDEN FORTSCHRITT UND MENSCHLICHKEIT. LEIDENSCHAFTLICH FÜR GENERATIONEN.

Die Sparkasse Stade-Altes Land ist eine öffentlich-rechtliche Sparkasse mit Sitz in Niedersachsen. Ihr Geschäftsgebiet umfasst die Hansestadt Stade und das Alte Land im Landkreis Stade sowie die Hamburger Stadtteile Finkenwerder und Neuenfelde.

Zur Visualisierung ihrer Zukunftsvision „Wir verbinden Fortschritt und Menschlichkeit. Leidenschaftlich für Generationen." hat sich die Sparkasse Stade-Altes Land an DIALOGBILD gewandt.

Im ersten Schritt hat DIALOGBILD als Basis eine Bildwelt entwickelt, welche eine Landkarte der Region darstellt in der auch die Hautgebäude Stade und Jork, sowie einige regionale Wahrzeichen abgebildet sind.

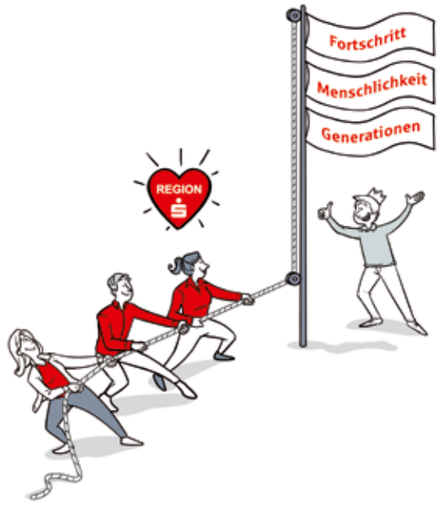
Im nächsten Schritt fanden im Rahmen der Jahresauftaktveranstaltung der Sparkasse drei Live-Illustrationen statt bei denen die Bildwelt jeweils mit diversen Szenen zu den drei Hauptthemen der Vision „Fortschritt, Menschlichkeit und Gnerationen" gefüllt wurde.

In weiteren Gesprächen wurden mit der Geschäftsführung die besten Szenen ausgewählt, um diese in einem finalen Bild zusammenzuführen. Als Zentrum und zur Unterteilung der Bereiche dient dabei der Leuchtturm am Anleger als zentrales Element.

Das so entstandene Visionsbild veranschaulicht auf charmante und zugängliche Weise nicht nur die Kernwerte Wertschätzung, Offenheit, Freude, Unterstützung und Erfolg, sondern bildet auch diverse Themen von Nachhaltigkeit bis Change ab.

Von nun an ist das fertige Dialogbild, sowohl in gedruckter Form als auch digital, ein ständiger Begleiter für die Mitarbeitenden der Sparkasse und dient auch als Aushängeschild für Kunden und Bewerber.

EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Werte
Im Zentrum stehen die gemeinsamen Werte die von den Mitarbeitern hochgehalten werden. Das wird auch von den Kunden in der Region geschätzt.



Innovation
Für innovative Geschäftsideen in der Region werden maßgeschneiderte Finanzierungen angeboten.



Zukunftskurs
Die Sparkasse nimmt Kurs in Richtung Zukunft und lässt Altlasten hinter sich.



Tradition
Auch die regionalen Traditionsbetriebe werden in ihrem Fortbestehen unterstützt.

DER AUFTRAGGEBER



Michael Senf
Vorstandsvorsitzender

„Um unsere Vision greifbar zu machen, war es unser Ziel, den Mitarbeitenden nicht nur mit Worten, sondern auch mit einer visualisierten Darstellung Orientierung zu geben. Bereits in den Workshops konnten sie sich kreativ einbringen – ein aus meiner Sicht sehr wertvoller Schritt, um unsere Vision sichtbar zu machen und das Verständnis im Sparkassenteam zu stärken. Auf das Ergebnis bin ich sehr stolz und erwarte davon einen wichtigen Impuls für die weitere Kommunikation und Vermittlung unserer Vision."

Sparkasse
Stade-Altes Land

Wir verbinden
Fortschritt

und
Menschlichkeit.

Leidenschaftlich für
Generationen.

Fortschritt
Menschlichkeit
Generationen

Angebotskatalog
WOW

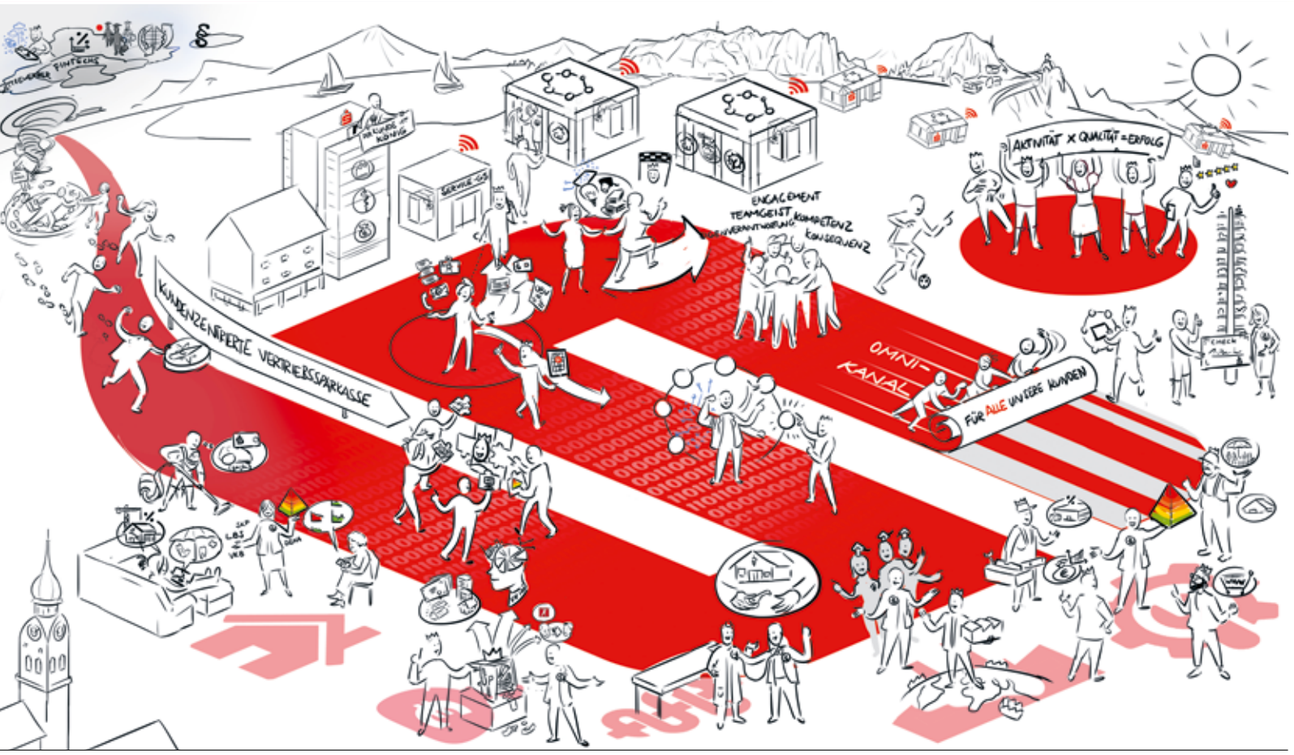
Mensch.
Keine Nummer.

ni hão
KI
Hallo!

Willkommen!

2036

Unsere Vision



Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling

KUNDENZENTRIERTE VERTRIEBSSPARKASSE

Die Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling im Süden Bayerns, nahe des Chiemsees, beschäftigt rund 730 Mitarbeiter und ist ein starker Partner an der Seite der regionalen Wirtschaft und Haushalte. Im Zuge der Ausrichtung als „kundenzentrierte Vertriebssparkasse“ hat sich die Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling ein neues Zielbild gegeben. Ziel ist die nachhaltige Sicherung des Erfolgs im Vertrieb, der sich im Laufe der Jahre zunehmend verändert hat. Dazu sollen alle Institutsperspektiven kundenzentriert gestaltet und so auf die Bedürfnisse und Präferenzen der Kunden ausgerichtet werden. In Folge dieses Zielbildes erfolgt eine grundlegende Neugestaltung der Vertriebsstruktur, durch die sich für nahezu alle Mitarbeiter wesentliche Änderungen in Aufgabe, Zuständigkeit und organisatorischer Ansiedelung ergeben. Zur Veranschaulichung der komplexen Zusammenhänge dieser Umgestaltungsmaßnahmen wurden die Kundengruppen, deren Adressierung, die Anforderungen an den Vertrieb sowie die internen Perspektiven in einem Dialogbild bildlich dargestellt. Gleichzeitig konnte damit auch die weiterhin angestrebte regionale Verankerung der Sparkasse in Stadt und Landkreis Rosenheim optimal untermalt werden.



DER ROLL-OUT

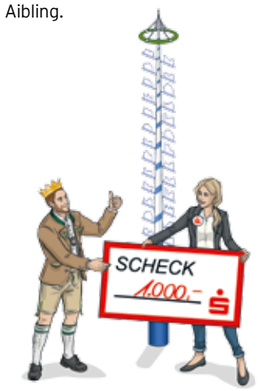
Ausgerollt wurde das Dialogbild samt interaktiver Version an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In einer digitalen Veranstaltung informierte der Vorstand über die anstehenden Veränderungen in der Sparkasse, die neuen Anforderungen und die künftige Ausrichtung. Im weiteren Projektverlauf wurde bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Projektnewsletter, Präsentationen in Führungskräfteforen und Teambesprechungen in den einzelnen Abteilungen) auf das Dialogbild oder einzelne Szenen aus dem Dialogbild referenziert. Hierfür war die Bereitstellung freigestellter Einzelszenen eine wichtige Unterstützung.
Durch die konsequente Bezugnahme auf das Dialogbild ist es gelungen, in der Kommunikation einem konsistenten roten Faden zu folgen und dadurch den Mitarbeitern die größt mögliche Sicherheit im Veränderungsprozess zu geben.
Auch zukünftig soll das Dialogbild zur Vermittlung der Ideen der Neuausrichtung als „kundenzentrierte Vertriebssparkasse“ sowohl in zentralen Kommunikationsmaßnahmen als auch in der Führungsarbeit der betroffenen Einheiten eingesetzt werden. Das Dialogbild bleibt somit auch langfristig ein wichtiger Bestandteil der internen Kommunikationsstrategie der Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling.



Omnikanal-Berater: Kundenmanager auf allen Kanälen



Wachstum im Kreditgeschäft mit ausgewogenen Risiken



Die Sparkasse engagiert sich für ihre Region



Christian Abler
Abteilungsleiter
Organisation

Uns war es wichtig, möglichst alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf dem Weg der Veränderung hin zur kundenzentrierten Vertriebssparkasse dabei zu haben. Aufgrund der vielfältigen Botschaften und komplexen Abhängigkeit, die sich aus der Vision einer kundenzentrierten Vertriebssparkasse für viele unserer Mitarbeiter ergeben haben, wollten wir bewusst neue Wege der Kommunikation beschreiten. Mit dem Dialogbild haben wir versucht, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter plakativ und nachhaltig zu informieren, ohne dabei über Gebühr zu simplifizieren. Eine schriftliche oder rein verbale Kommunikation schien uns hierfür als nicht geeignet.

In einem interessanten und kurzweiligen Entstehungsprozess mit den projektbeteiligten Führungskräften ist es innerhalb kürzester Zeit gelungen, die Vorstellungen auf Führungsebene zu synchronisieren und zu konkretisieren und diese letztlich ausdrucksstark in Form eines Dialogbildes zu visualisieren.

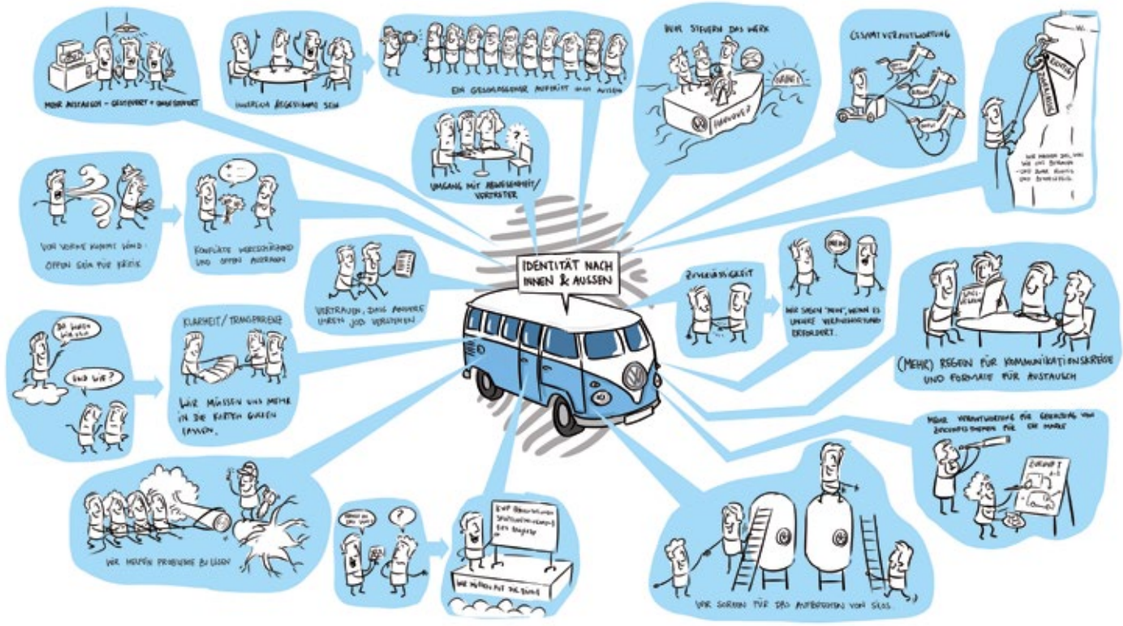
Die Zusammenarbeit mit der Projektleitung und dem Visualisierer von DIALOGBILD war von großem gegenseitigem Verständnis und hohem Engagement geprägt, sodass am Ende ein Ergebnis erreicht werden konnte, das sowohl die am Entstehungsprozess beteiligten Führungskräfte als auch den Vorstand und die Mitarbeiter positiv überzeugt hat. Selbst kleinste Details wie z. B. die Darstellung der regionsspezifischen Tracht konnte im Zuge der schrittweisen Erhöhung des Detailierungsgrades des Dialogbildes zur besten Zufriedenheit umgesetzt werden.

Als besonders wertvoll betrachten wir die interaktive Version des Dialogbildes, welche crossmedial die spielerische Bildsprache mit nüchternen schriftlichen Erläuterungen aber auch Videos der Geschäftsführung und oberen Führungskräfte verbindet. Dadurch dient das Dialogbild nicht nur zur kurzfristigen Veranschaulichung von Zusammenhängen, sondern kann nachhaltig in den Veränderungsprozess integriert werden. Neue Mitarbeiter können sich über die Philosophie der Sparkasse informieren – Veränderungsthemen im Rahmen von Einzelgesprächen und Teamrunden anhand des Dialogbildes erörtert und selbstständig von der gesamten Belegschaft in interaktiver Form nachvollzogen werden. Somit konnte mit dem Dialogbild ein nachhaltiges Kommunikationsinstrument geschaffen werden, das neben Informationsvermittlung auch zur Motivation und Begeisterung für die anstehenden Veränderungen beiträgt. Die Verwendung eines Dialogbildes in großen Veränderungsprozessen können wir deshalb vollumfänglich empfehlen.



DIE ENTWICKLUNG DES DIALOGBILDES

Entwickelt wurde das Dialogbild während eines gemeinsamen Workshops in Bad-Aibling. Mit einem Dialogbild-Moderator und Illustrator wurde hier gemeinsam mit den Projektverantwortlichen und Führungskräften an der Skizze zum Dialogbild gearbeitet. Es wurde noch einmal deutlich, dass Diskussionen darüber, was illustriert und in welchem Umfang dargestellt werden soll, erheblich zur Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von der Marschroute des Unternehmens beitragen. Am Ende des achtstündigen Workshops stand das Dialogbild in Skizzenform. In den Wochen danach wurde es von den Dialogbild-Illustratoren ausgearbeitet. Parallel wurde eine interaktive Version des Dialogbilds entwickelt. Über Klickpunkte können die Nutzer sich durch das Dialogbild arbeiten und dabei die fachlichen Hintergründe zu den Themen erfahren. An etlichen Klickpunkten sind Realfilm Clips hinterlegt, in denen der Sparkassen-Vorstand und obere Führungskräfte über die Hintergründe und Zielsetzungen der Veränderungen informieren und die Mitarbeiter dadurch für den gemeinsamen Weg gewinnen und begeistern können.



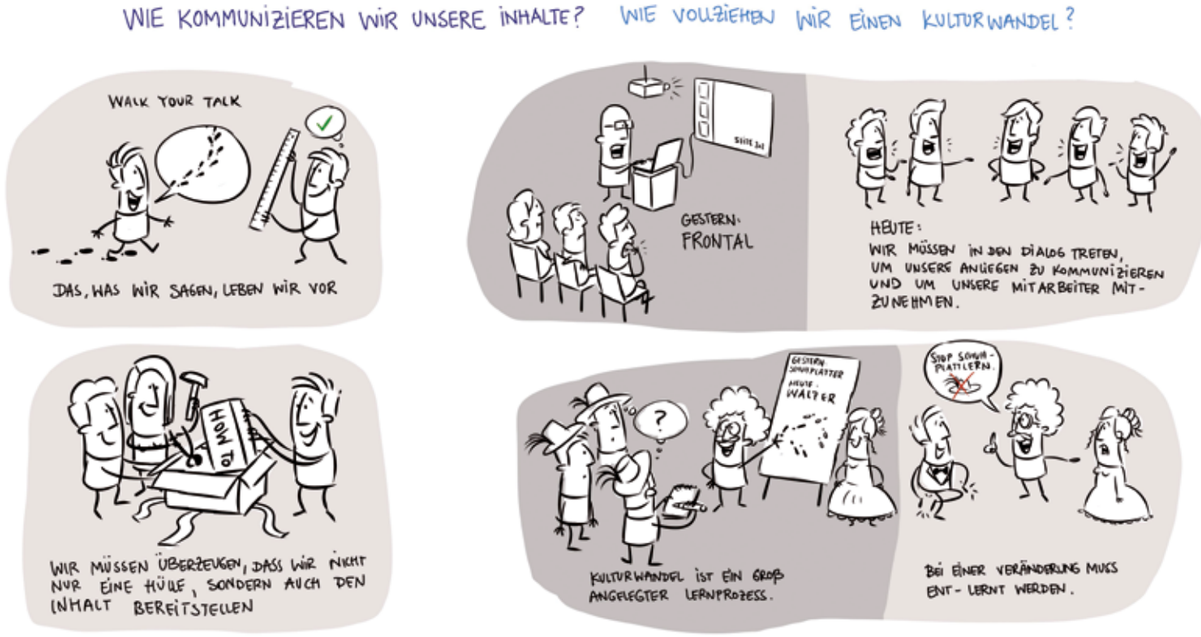
TRANSFORMATION WERK HANNOVER

Nutzfahrzeuge

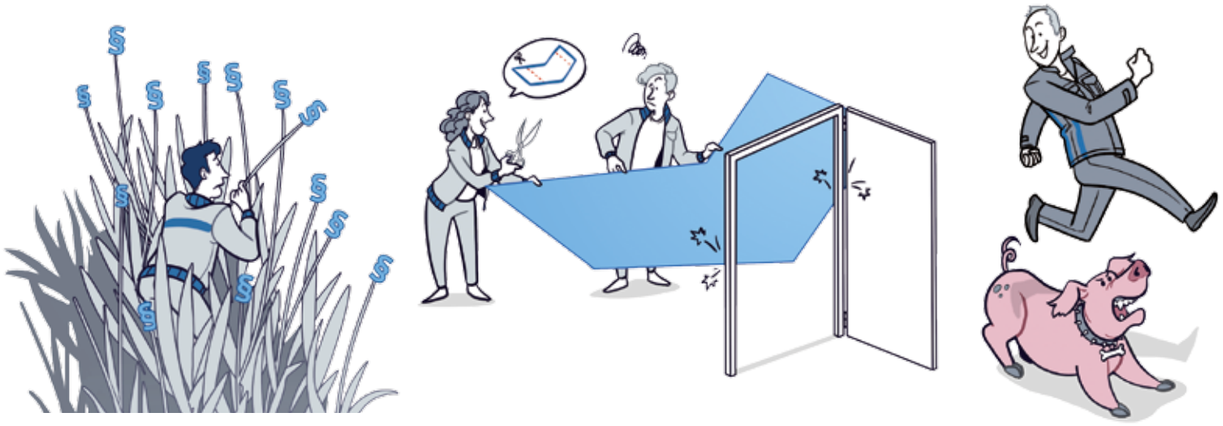
Prozessoptimierungen, Strategie, Kulturarbeit und eine gute Kommunikation sind für das Werkmanagement von VW Nutzfahrzeuge in Hannover Schlüssel für den Weg in eine erfolgreiche Zukunft. In der Vergangenheit wurden Strategie- und Transformationsprozesse dabei oft von Powerpoint-„Schlachten“ begleitet. Es gab etliche Charts, um zu verdeutlichen, was das Unternehmen erreichen wollte und wie der Weg dorthin aussehen soll.

Nun möchte man andere Wege gehen und hat gemeinsam mit Goldpark und DIALOGBILD ein Zukunftsbild entwickelt. In einem intensiven Prozess ist dabei einerseits das Bild entstanden, andererseits hat die Auseinandersetzung über die Dinge, die dem Leitungsgremium im Bild wichtig sind, zu einem gemeinsamen Verständnis geführt und auch immer wieder ermöglicht, dass unterschiedliche Sichtweisen diskutiert und zusammengeführt wurden. Das hilft dem Werk Hannover heute einig aufzutreten und mit einer gemeinsamen Stimme über die Zukunft und den Weg dorthin zu kommunizieren. Durch die enge Zusammenarbeit von Goldpark und DIALOGBILD wurde das Dialogbild nachhaltig für alle Veranstaltungen, Informationen und Formate genutzt, die die Transformation betreffen und auch, um die Entwicklungen im Transformationsprozess zu reflektieren.





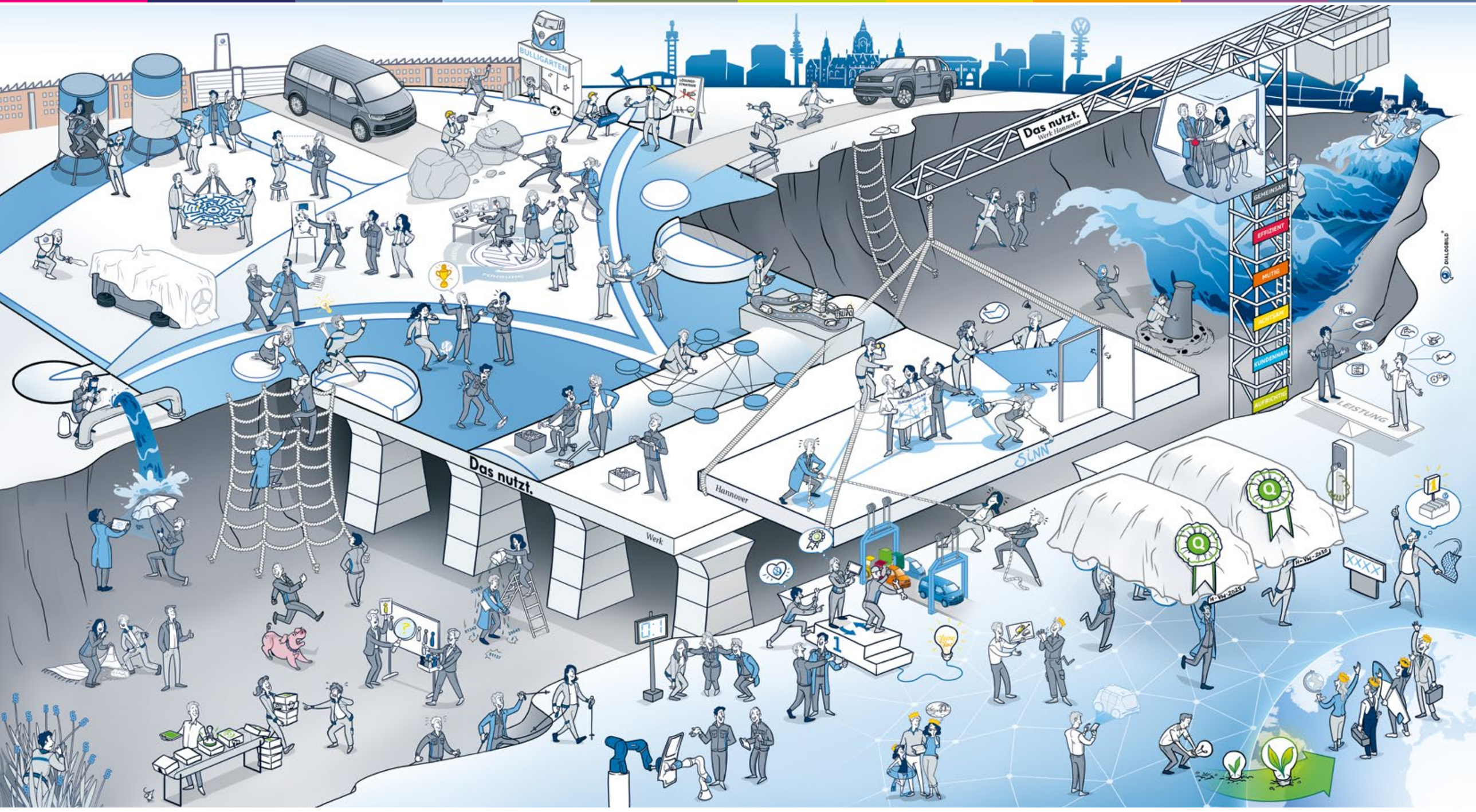
EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Sich hinter Paragraphen verstecken
Ein Mitarbeiter versteckt sich hinter Vorschriften, Betriebsvereinbarungen und Prozessbeschreibungen, anstatt nach Lösungen zu suchen.

Schlanke Prozesse
Nur schlanke Prozesse führen zum Erfolg.

Den Schweinehund überwinden
Der Mitarbeiter lernt seinen inneren Schweinehund zu überwinden.



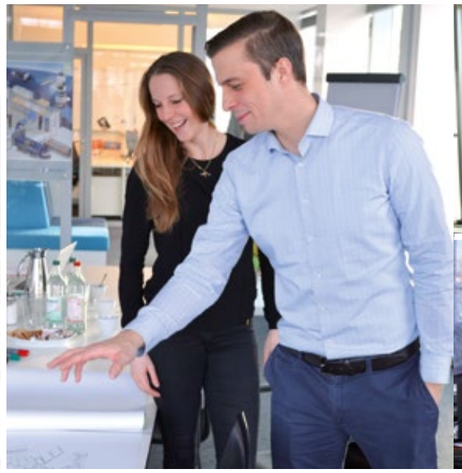
LIVE-ILLUSTRATION & GRAPHIC RECORDING IN WORKSHOPS: UNSERE TOOLS ZUR STRATEGIEENTWICKLUNG

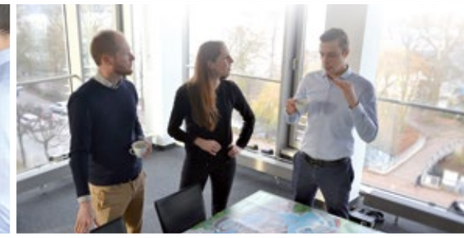
Aufbauend auf den Ergebnissen der Organisationsanalyse hat das Werkmanagement im Rahmen eines Workshops sein Selbstverständnis definiert. DIALOGBILD hat diesen Workshop mit einer Live-Illustration begleitet. Ein Illustrator hat die Inhalte zeitgleich am Rechner mitgezeichnet und die Ergebnisse dokumentiert. Die Teilnehmer/innen wurden durch die Live-Illustration in die Welt der Bilder entführt und auch komplexe Themen wurden so anschaulich dargestellt. Durch die digitale Visualisierung konnten einzelne Themen später nochmal herangezoomt und das finale Protokoll jedem/r Teilnehmer/in per Mail zur Verfügung gestellt werden.



Udo Hitzmann
Werksleiter

„Für uns und unsere Kollegen ermöglicht das Bild ein gemeinsames Verständnis zu Zielsetzungen und angestrebten Veränderungen über alle Ebenen hinweg – das ist die Grundlage für eine Transformation, die wirklich gemeinsam stattfindet."




UNSER UNTERNEHMENSLEITBILD

DIE UNTERNEHMENSZIELE VON BÄDERLAND IN EINEM DIALOGBILD.

Bäderland ist der städtische Schwimmbadbetreiber in Hamburg mit einem breit gefächerten Angebot in den Bereichen Schwimmen, Fitness, Wellness und Entspannung. Mit 26 Hallen- und Freibädern ist Bäderland Deutschlands größter und Europas zweitgrößter Schwimmbadbetreiber.

Um das neu überarbeitete Unternehmensleitbild und die zukünftigen Unternehmensziele an die Mitarbeiter zu kommunizieren und ein gemeinsames Verständnis zu schaffen, hat sich Bäderland für die Entwicklung eines Dialogbildes entschieden. Die Inhalte des Unternehmensleitbilds und der Unternehmensziele wurden in verschiedenen Workshop-Blöcken interdisziplinär und bereichsübergreifend entwickelt. In diesen Entwicklungsprozess wurde jede Berufsgruppe im Unternehmen mit einbezogen. Im Fokus standen die Fragen: Wofür stehen wir? Wofür wollen wir stehen?

Nach einem persönlichen Briefing entwickelte DIALOGBILD drei verschiedene Bildweltvorschläge. Im Rahmen eines Workshops wurden, gemeinsam mit einem Projektteam von Bäderland aus den Bereichen Personal, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, die einzelnen Szenen in Form von Skizzen erarbeitet und in die Bildwelt integriert. In einem zweiten Workshop wurde die erweiterte Leitungsebene in den Entwicklungsprozess des Dialogbildes eingebunden. Als Grundlage wurde das Ergebnis aus dem ersten Workshop genutzt und gemeinsam weiterentwickelt, indem Szenen bei Bedarf geändert, angepasst und/oder neu entwickelt wurden. Das ausgearbeitete Dialogbild wurde dann auf der Betriebsversammlung ausgerollt und vorgestellt. An dieser Stelle hatten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit letzte Änderungswünsche an dem Unternehmensleitbild zu äußern, die anschließend umgesetzt wurden. Das finale Dialogbild wurde dann für alle 26 Hallen- und Freibäder im Großformat gedruckt und der Badleitung für den Roll-Out zur Verfügung gestellt. Die Badleitung tritt mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über das Dialogbild in den intensiven Austausch und befasst sich detailliert mit der Umsetzung der Themen.

EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Aqua Fitness
Vielfältige Angebote: Aqua Fitness Angebote bieten die perfekte Kombination aus effektivem Training, gesunder Bewegung und viel Spaß.

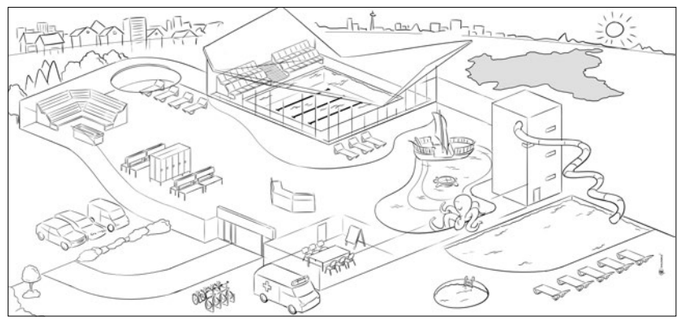


Notarzt
Selbstverständnis: Jährlich mehrere Millionen Gäste können sich darauf verlassen, dass ihre Sicherheit bei uns höchste Priorität hat.



Badleiter und Techniker
Kultur: Wir begegnen uns mit einer offenen, respektvollen und aufgeschlossenen Einstellung, um als Gemeinschaft unsere Ziele zu erreichen.

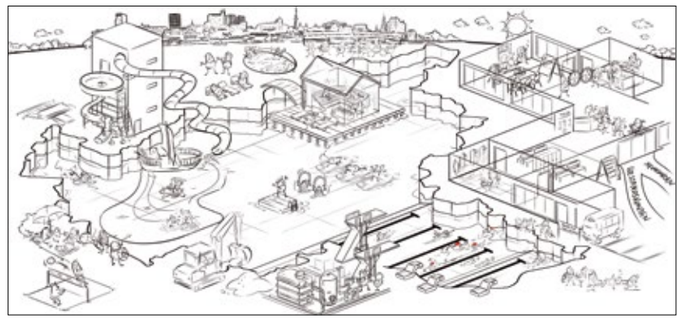
DIE BILDWELTSKIZZEN



Bildwelt „Schwimmhalle“
Die Angebote von Bäderland sind in einer exemplarischen Schwimmhalle dargestellt. Zu sehen sind zum Beispiel: Schwimmbecken, Rutsche, Sauna, Kleinkinderspielbereich.



Bildwelt „Unterwasserwelt“
Grundlage dieser Bildwelt ist eine bunte Unterwasserwelt. Die Themen aus Angebot, öffentlicher Auftrag, Selbstverständnis und Kultur sind auf einer abstrakten Ebene in unterschiedlichen Szenen illustriert.



Bildwelt „Hamburg-Pool“
Eine Karte des Hamburger Stadtgebiets ist als riesiges Schwimmbecken abgebildet. Im Schwimmbecken und drum herum sind die verschiedenen Angebote visualisiert.



Michael Dietel
Referent des Geschäftsführers/
Leiter Öffentlichkeitsarbeit

Markus Pinkernelle
Leitung Personalmanagement

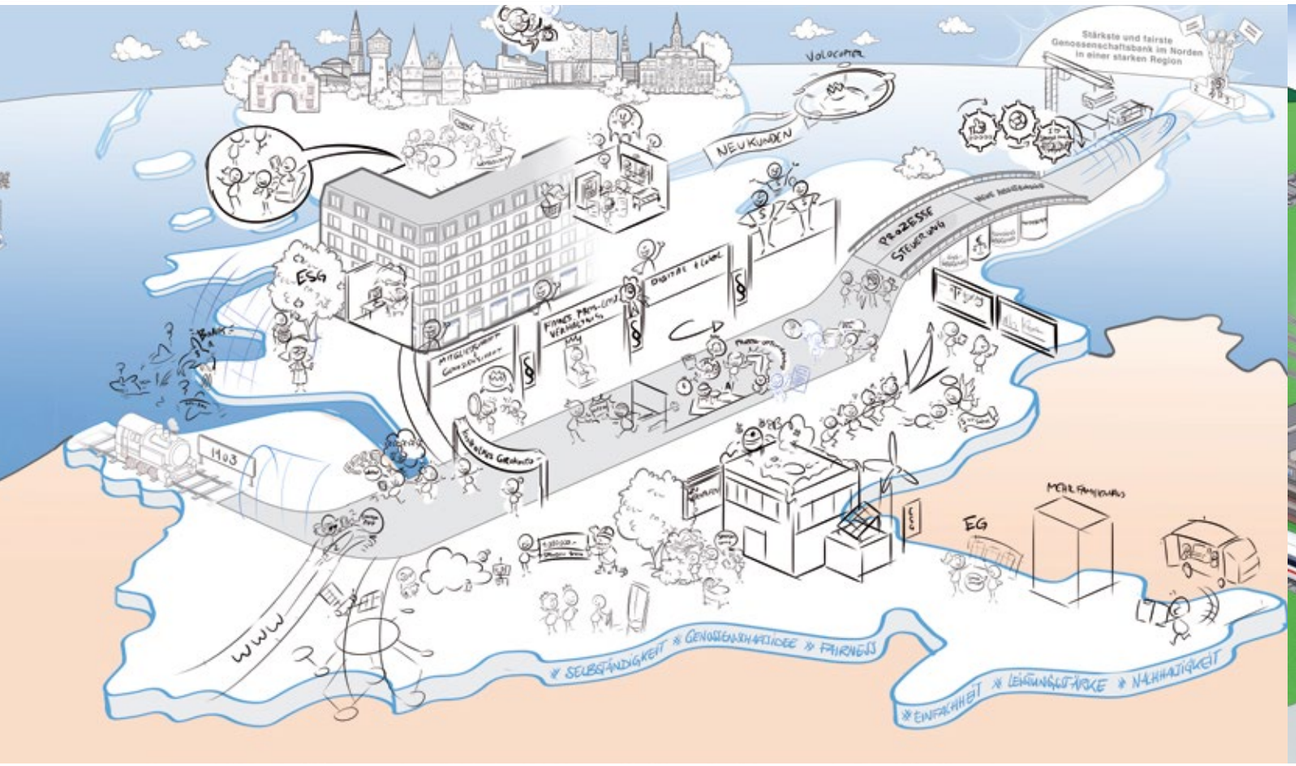
Martina Schwenker
Leitung Marketing

„Wir fanden die Zusammenarbeit mit DIALOGBILD wirklich rundum gelungen. Die Umsetzungsgeschwindigkeit war super und wir hatten einen festen Ansprechpartner mit dem alles zentral abgesprochen werden konnte.

Besonders beeindruckt hat uns, wie die komplexen und branchenspezifischen Themen schnell verstanden und plakativ umgesetzt wurden. Sehr schön finden wir auch, dass das Bild in seiner Komplexität zum genauen Hinsehen einlädt und immer wieder Neues entdeckt werden kann.

Ein großer Mehrwert ergibt sich auch aus den einzelnen Szenen, in denen oftmals noch viel mehr drin steckt, als wir ursprünglich gedacht hätten. Die einzelnen Bilder lösen bei den Mitarbeitern ganz vielfältige Intentionen aus und regen dadurch konstruktive Diskussionen und gute Gespräche an.

Auch das erste Feedback innerhalb unseres Unternehmens ist durchweg positiv. Jeder findet sich in seiner Funktion und Rolle im Bild wieder und kann sich gut mit den einzelnen Szenen identifizieren.“



UNSER ZIELBILD

Sparda-Bank Hamburg

Die Sparda-Bank Hamburg verbindet als Norddeutschlands mitgliederstärkste Genossenschaftsbank moderne und digitale Bankdienstleistungen mit persönlicher Beratung. In 19 Filialen in Hamburg, Schleswig-Holstein und Nord-Niedersachsen engagiert sie sich für ihre Kundinnen und Kunden und die gesamte Region. Zur Visualisierung ihres Zielbildes hat sich die Sparda-Bank Hamburg an DIALOGBILD gewandt. In einem eintägigen Workshop wurde gemeinsam mit dem gesamten Vorstand in Travemünde eine erste Skizze erarbeitet deren Inhalte sich an der Zielpyramide der Bank orientieren. Mit dem Wertefundament als Basis wurden strategische Maxime, Kerngeschäftsfelder, Wettbewerbsvorteile, strategische Ziele und die übergeordnete Vision dargestellt. Im Zentrum des Bildes steht der große Neubau der Firmenzentrale – der Sparda Campus in Hamburg Ottensen. Ein besonderer Fokus liegt außerdem auf dem großen Geschäftsgebiet, welches durch diverse Wahrzeichen der jeweiligen Städte dargestellt ist.



Auch das Sparda Immobilen Projekt in Geesthacht wurde naturgetreu nachillustriert.





DER AUFTRAGGEBER



Axel Krohn
Generalbevollmächtigter/
Pressesprecher

Warum ist die Visualisierung des Zielbildes für Sie so wichtig?

Wenn es um die Vermittlung von Zielen und Strategie geht, ist es immer wichtig, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mitzunehmen. Durch die visuelle Verdichtung des Zielbildes schaffen wir eine moderne und unterhaltsame Übersetzung, welche sich deutlich von rein schriftlichen Dokumenten abhebt.

Wie wurde das visuelle Zielbild entwickelt? Gab es Workshops oder Kreativsessions?

Wir haben das Zielbild im Rahmen eines Workshops mit unseren Führungskräften und dem Vorstand entwickelt.

Welche Rolle spielt der Neubau der Firmenzentrale für das Zielbild?

Der Neubau unserer Unternehmenszentrale ist ein wichtiges Projekt und ein klares Statement mit Blick auf unseren Wachstumskurs. Der Neubau richtet sich konkret an zukünftigen Bedürfnissen unseres Hauses aus. Neben den Anforderungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an ein hochmodernes Gebäude stehen hier Themen wie Digitalisierung, Vernetzung oder auch Prozess-Orientierung im Fokus, sodass der Neubau architektonisch auf unsere strategischen Bedürfnisse ausgerichtet wird.

Wie reagieren Mitarbeitende auf die visuelle Darstellung des Zielbildes?

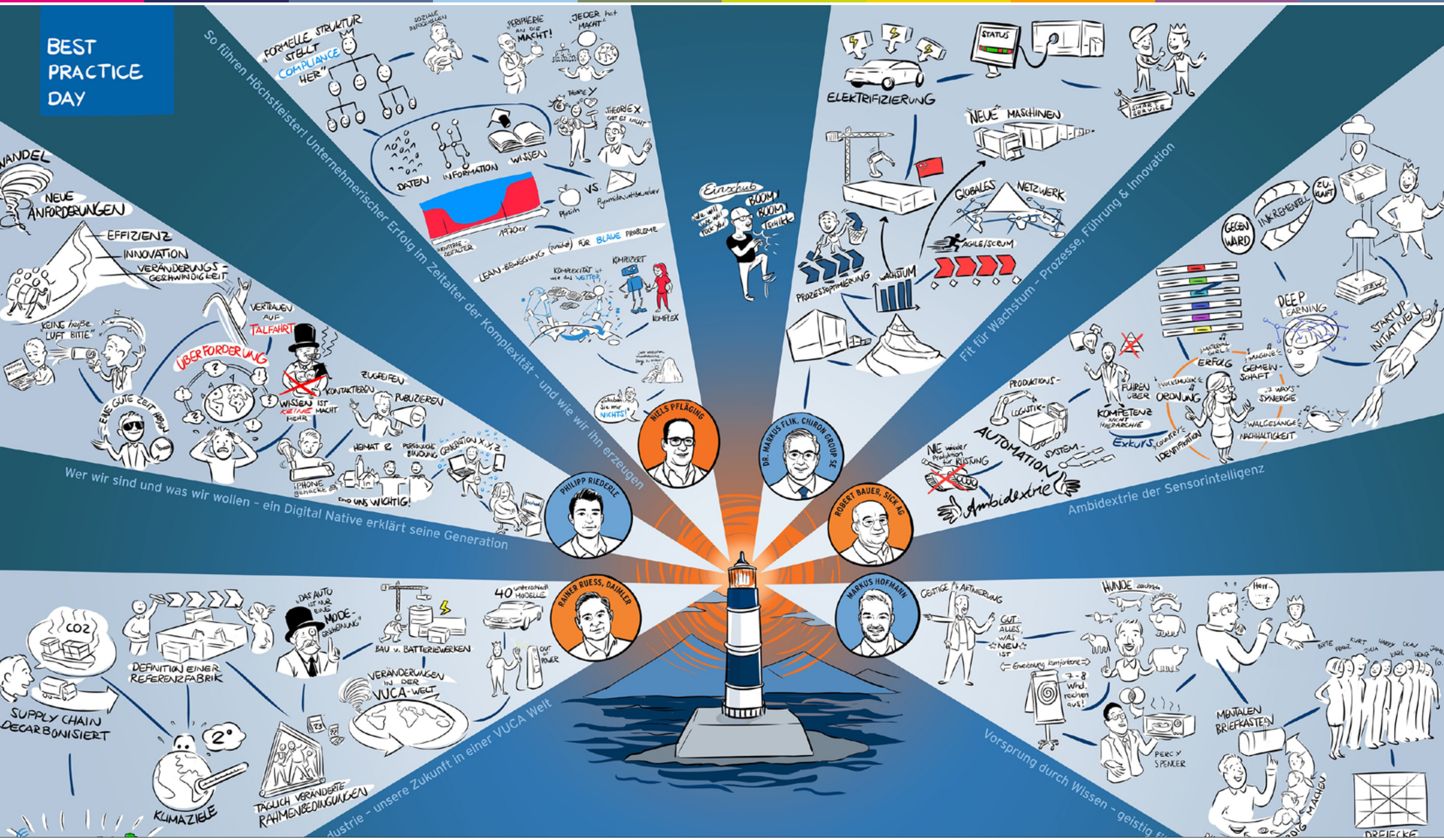
Das Bild lädt zum Austausch ein – die Mitarbeitenden steigen über die Visualisierung aus einer anderen Perspektive in die Themen ein und gerade im Dialog können Ziele und strategische Ableitungen gut vermittelt werden.

Wie führen Sie neue Mitarbeitende an das Zielbild heran?

Das Bild ist fester Bestandteil unseres Onboarding-Prozesses.

Wie wird sichergestellt, dass das visuelle Zielbild im Alltag präsent bleibt und nicht nur einmalig gezeigt wird?

Wir integrieren das Bild regelmäßig in unsere Veranstaltungen und haben es im Intranet als Online-Modul verankert.



STAUFEN.

GO FURTHER

BEST PRACTICE DAY 2019

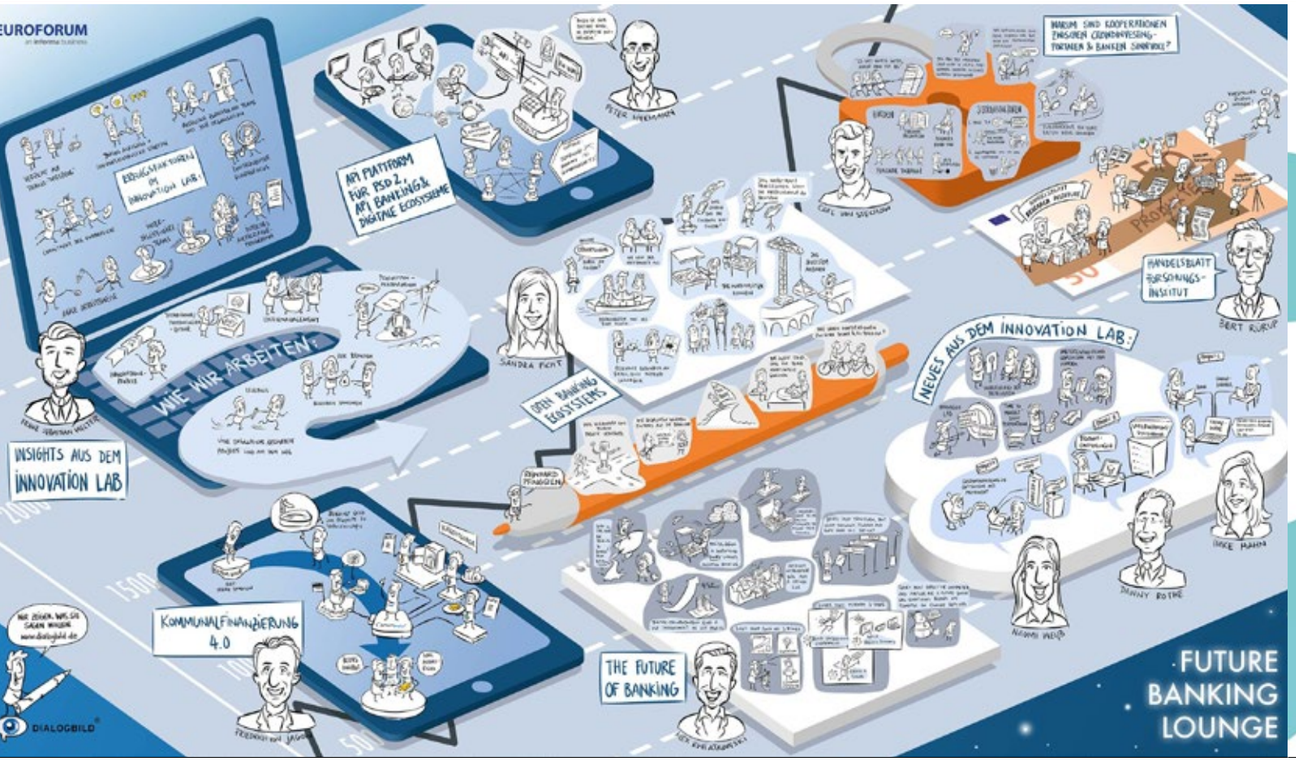
Staufen ist eine internationale Lean Management Beratung mit Fokus auf die Prozess- und Führungsoptimierung nach Lean Prinzipien.

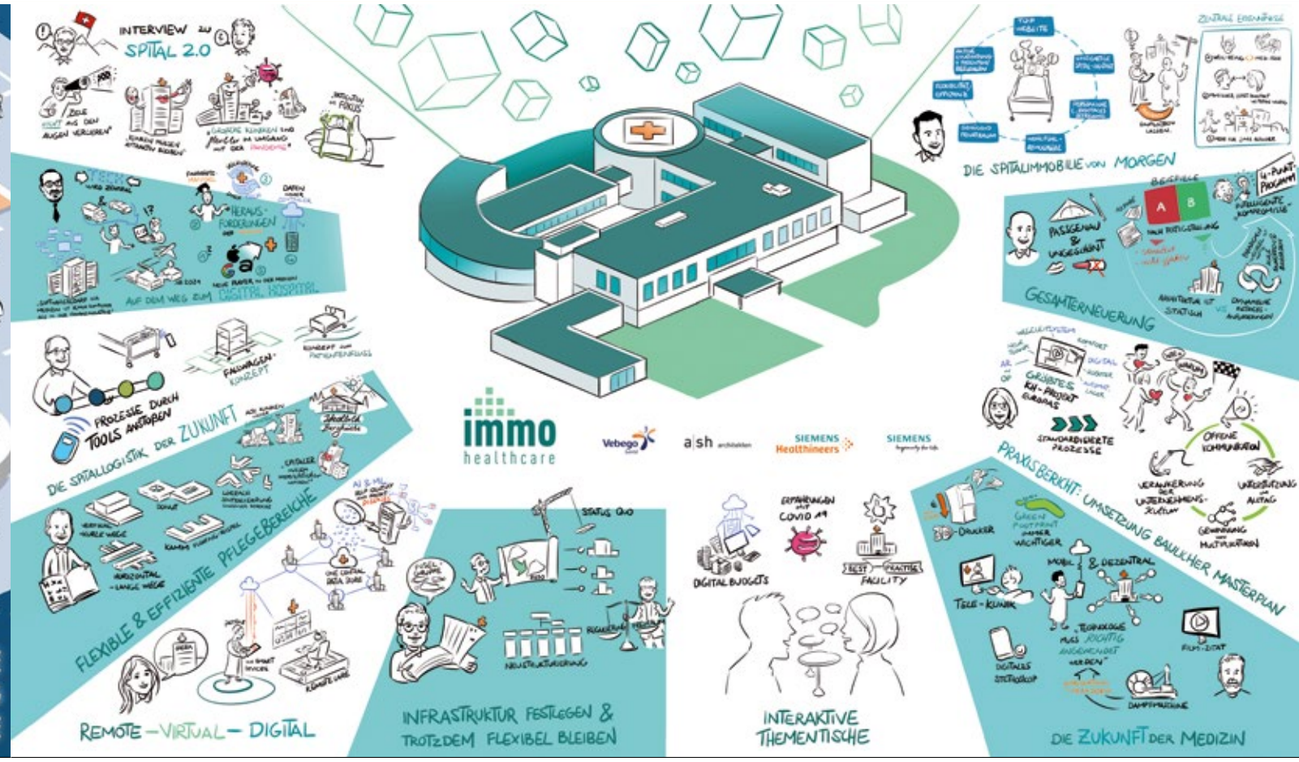
Um den jährlichen Kongress „Best Practice Day“ um smarte/digitale Lösungen anzureichern, entstand das digitale Graphic Recording von DIALOGBILD.



Pia Liebetanz
Junior Projektleiterin Veranstaltungen

„Für mich war die Entwicklung des Bildes über den Tag hinweg einfach spannend zu sehen, wie viele Themen und Wissen wir im Rahmen des Kongresses schon gehört haben. Es war so ein bisschen wie ein Status, wenn der Tag vorbei ist, ist auch das Bild vollständig.“





EUROFORUM
an informa business

BANKEN IM UMBRUCH

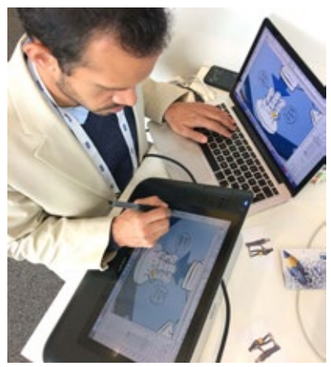
KONGRESS DER FINANZBRANCHE

Bei der Bankentagung 2017 in Frankfurt begegneten sich Branchenvertreter, Experten und Pioniere, um über die Zukunft des Finanzgeschäfts und dessen digitalen Aufbruch zu sprechen.

Fin-Techs und Banken – Feind oder Verbündeter?

Was verbirgt sich hinter „digitalen Ecosystemen", was ergaben die Experimente des „Innovation-Lab" und welche Rolle könnten „Crowdinvestingportale" zukünftig spielen? In der Future Banking Lounge wurden Kooperationen, Optimierungen und Trends diskutiert und die Potenziale der digitalen Innovationen ausgelotet.

Die Zuschauer konnten das Graphic Recording unseres Illustrators live über einen TV Monitor mitverfolgen und amüsierten sich über die humorvolle Übersetzung des gesprochenen Wortes in Bilder.
Auch die Referenten waren begeistert von der visuellen Veranschaulichung ihrer Ideen. So honorierte das entstandene Bild in kreativer Form die Beiträge aller Beteiligten und dient darüber hinaus als Erinnerungslandkarte durch zwei gehaltreiche Kongresstage.





EUROFORUM
an informa business

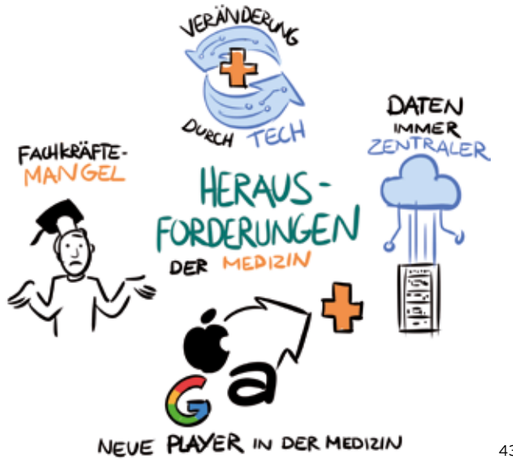
IMMOHEALTHCARE-KONGRESS 2020

BAUEN FÜR DIE MEDIZIN VON MORGEN

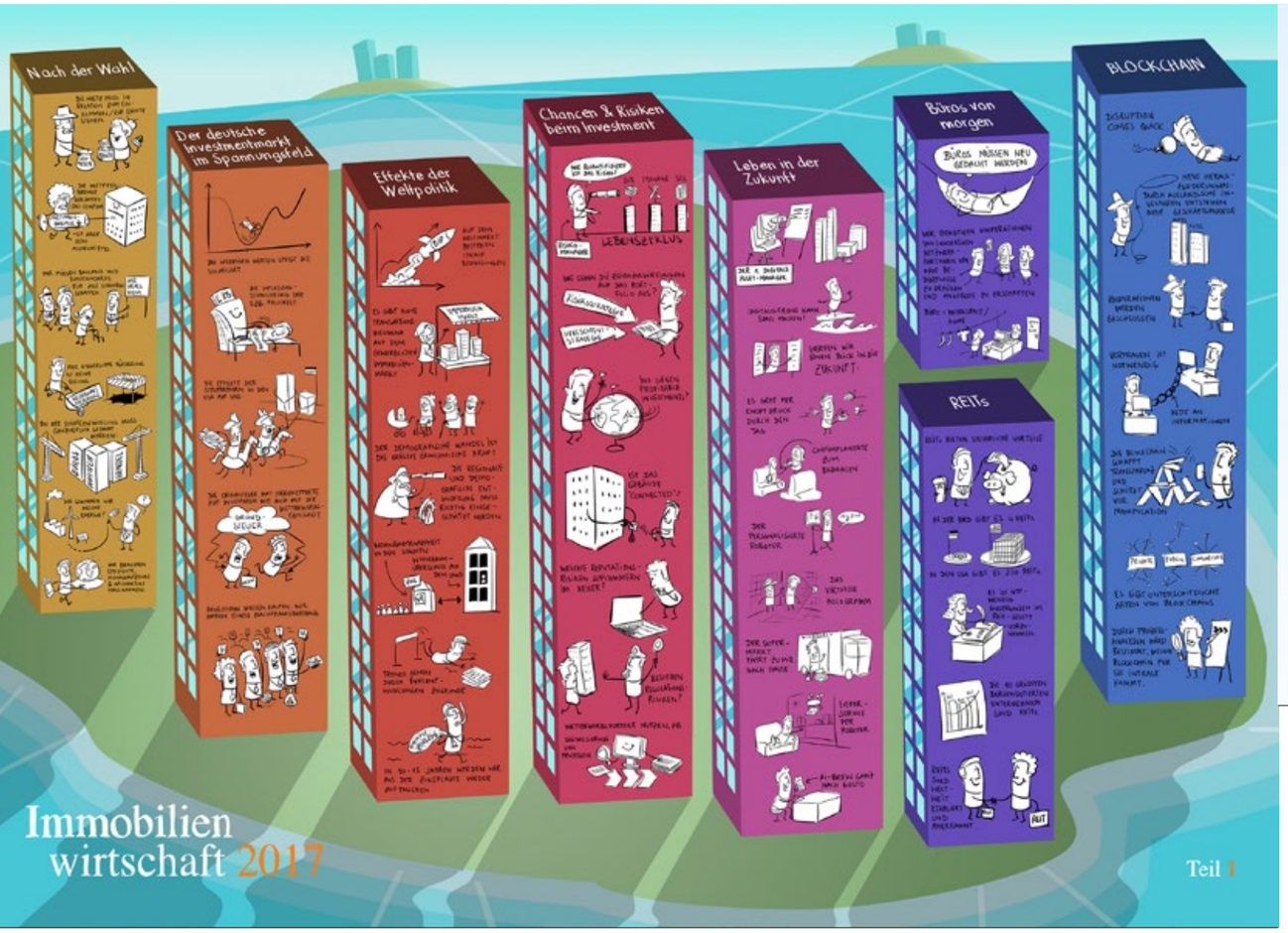
Die Medizin von morgen bleibt der bestimmende Faktor für die Zukunft von Krankenhausimmobilien. Patientenorientiert, profitabel, digital und flexibel sind die maßgeblichen Schlagworte. Die Praxis entscheidet, welche Maßnahmen die Patientenversorgung effektiv und nachhaltig verbessern. Die Welt der Krankenhausimmobilie ist im Umbruch:

- Wie gelingt es den technologischen Wandel im Bau nachhaltig abzubilden?
- Wie bleibt bei Veränderungen der Infrastruktur der Patient im Mittelpunkt?
- Wie gestalten Sie Innovation im Spital effektiv und profitabel?

Auf dem 12. Immohealthcare-Kongress wurden genau diese und weitere Fragen diskutiert. DIALOGBILD begleitete die digitale Veranstaltung mit einem Graphic Recording. Wesentliche Kernaussagen sind parallel zu den Vorträgen illustriert worden. So ist ein visuelles Protokoll entstanden, das den Teilnehmern als anschauliche Zusammenfassung dient. Des Weiteren kann es zur weiteren Kommunikation der Inhalte eingesetzt werden.





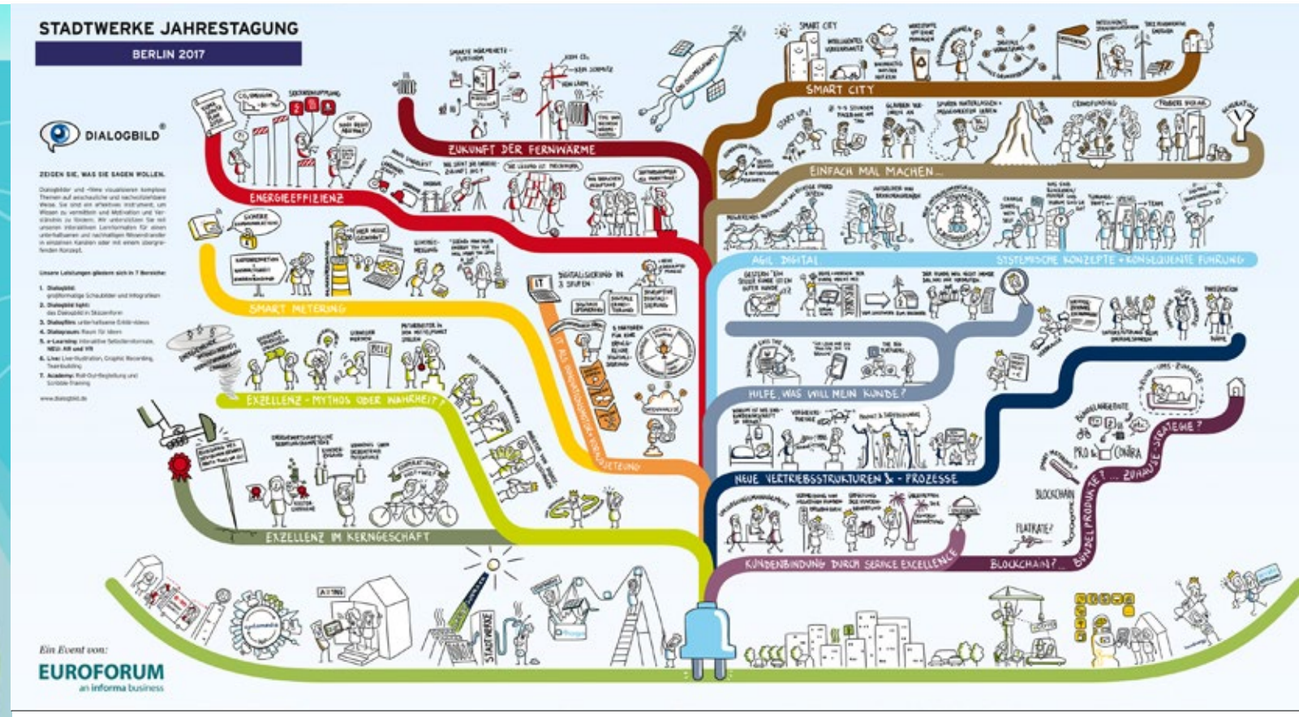


IMMOBILIENKONGRESS

Auf der 24. Handelsblatt Jahrestagung - Immobilienwirtschaft 2017 - trafen Topmanager und Entscheider der Branche in Berlin aufeinander und diskutierten zu aktuellen politischen und wirtschaftlichen Themen.
Digitalisierung, Smart City, Individualisierung, Mobilität und Future Spaces – vieles ist in Bewegung und wirft eine Vielzahl an Fragen auf. Wie werden sich Wohn- und Büroimmobilien zukünftig entwickeln? Wird das „klassische (Familien-)Haus fürs Leben" zum Auslaufmodell? Werden die C-Städte von heute zu A-Städten von morgen und welche Rolle spielen dabei Nachhaltigkeit und Ökologie?
Ein Illustrator von DIALOGBILD begleitete die vielfältigen Vorträge und Diskussionen und dokumentierte diese zeitgleich in einem visuellen Protokoll.







STADTWERKE JAHRESTAGUNG

BERLIN 2017 GRAPHIC RECORDING



Claudia Paul
Senior-Konferenz-Managerin
EUROFORUM Deutschland SE

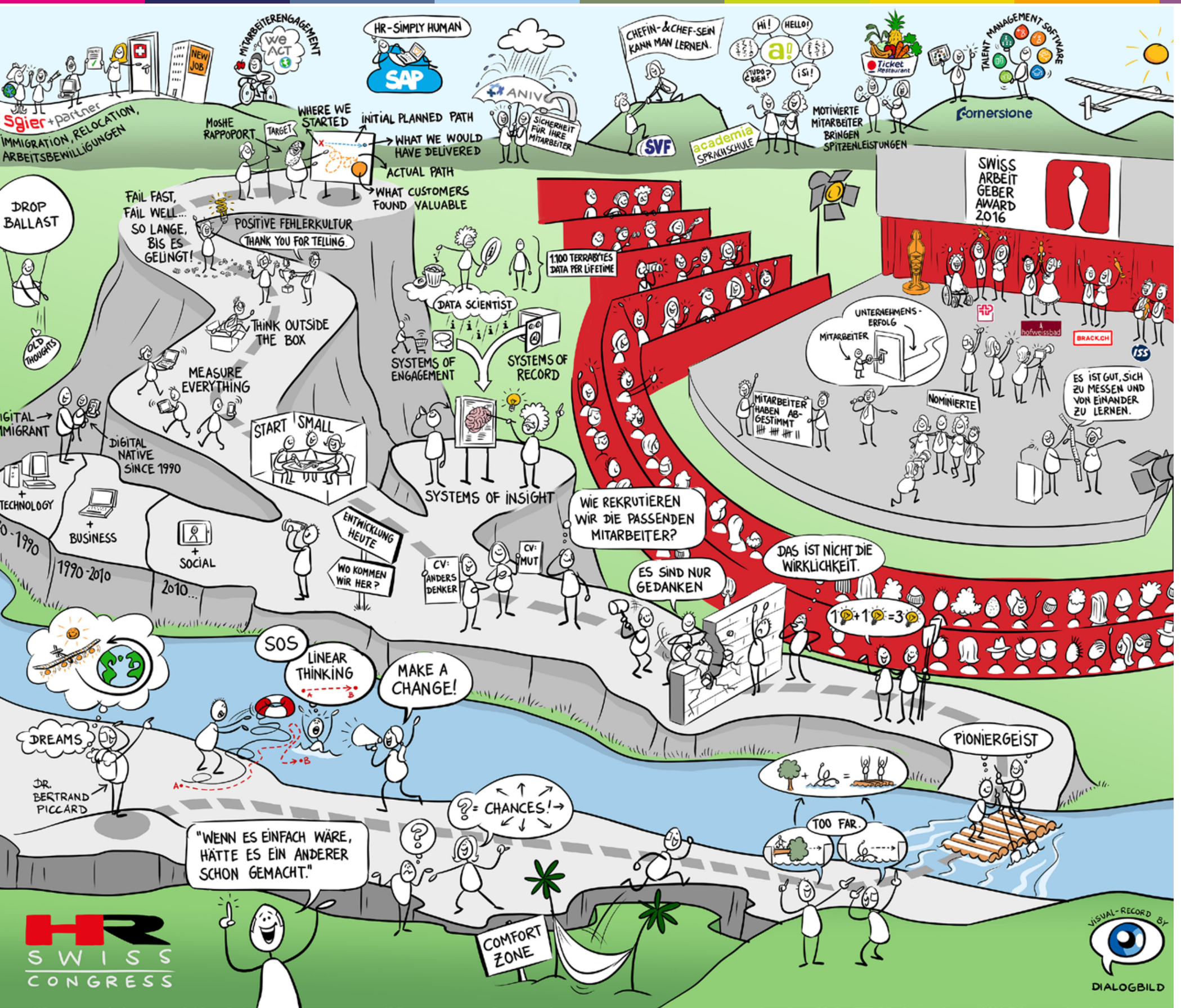
„Auf der 21. EUROFORUM Jahrestagung „Stadtwerke 2017" trafen sich 50 Sprecher, 300 Teilnehmer und 35 Partner, um Strategien und Lösungen für die neue Energiewelt zu diskutieren. Besonders begeistert waren die Teilnehmer von unserem Graphic Recording, welches abseits der Bühne zeitgleich zu den Vorträgen und Diskussionen von unserem Partner DIALOGBILD erstellt wurde. Gelobt wurde die strukturierte und übersichtliche Darstellung der vielfältigen Themen und Baustellen in der sich wandelnden Energiebranche. Viele Teilnehmer haben sich die Grafik bereits vor Ort abfotografiert oder im Nachgang die Datei schicken lassen, um diese nun im Unternehmen zentral für alle Mitarbeiter zugänglich zu machen. Das Recording hat unseren Teilnehmern einen echten Mehrwert gebracht und wir freuen uns auf weitere Projekte mit der DIALOGBILD GmbH."











HR SWISS CONGRESS

HR-THEMEN

EINFACH VERMITTELN

Im September fand der HR SWISS CONGRESS in Bern statt, der als Branchentreff für HR-Verantwortliche aus der ganzen Schweiz gilt und den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine hochkarätige Plattform für Fachwissen-Transfer und Networking bietet. Brandaktuelle Fragestellungen und Herausforderungen sowie kreative Geschäftsmodelle und Perspektiven werden anwenderorientiert präsentiert.

DIALOGBILD begleitete das Event mit einem umfangreichen Graphic Recording. Dabei wurden nicht nur allgemeine Themen der Messen visuell umgesetzt, sondern auch die inspirierenden Beiträge und Erfahrungsberichte, z.B. von Bertrand Piccard, der per Solarenergieantrieb die Welt umflog oder der IBM-Trendforscher Moshe Rappoport, der über ‚Digitale Ökonomie – innovative Wege in HR' berichtete.

Noch während der Vorträge konnten die Teilnehmer die Entstehung des visuellen Protokolls miterleben und sich am Ende des ersten Kongresstages die Inhalte nochmals anhand der Bilder in Erinnerung rufen und verinnerlichen. Auch die Verleihung des HR SWISS AWARDS am späteren Abend wurde so auf charmante Art und Weise verewigt. Die Ergebnisse wurden schließlich zu einem Gesamtbild zusammengefügt, das nun von Veranstalter und Besuchern genutzt werden kann als Reflexionsgrundlage, zur weiteren Kommunikation der Inhalte und einfach auch als schöne Erinnerung an zwei spannende Tage.



HUNT FOR BUSINESS

CUSTOMER SUPPORT CENTER STRATEGY

Die Sartorius AG ist ein börsennotierter Pharma- und Laborzulieferer mit Sitz in Göttingen. Sartorius verfügt in Europa, Asien und Amerika über eigene Produktionsstätten sowie über Vertriebsniederlassungen und Handelsvertretungen in mehr als 110 Ländern. Im Jahr 2022 beschäftigte der deutsche Pharma- und Laborzulieferer weltweit 15.942 Mitarbeiter:innen. Das Segment Biotechnologie umfasst die Arbeitsschwerpunkte Filtration, Fluid Management, Fermentation, Purification und Labor.

Im Segment Mechatronik werden insbesondere Geräte und Systeme der Wiege-, Mess- und Automationstechnik für Labor- und Industrieanwendungen hergestellt.

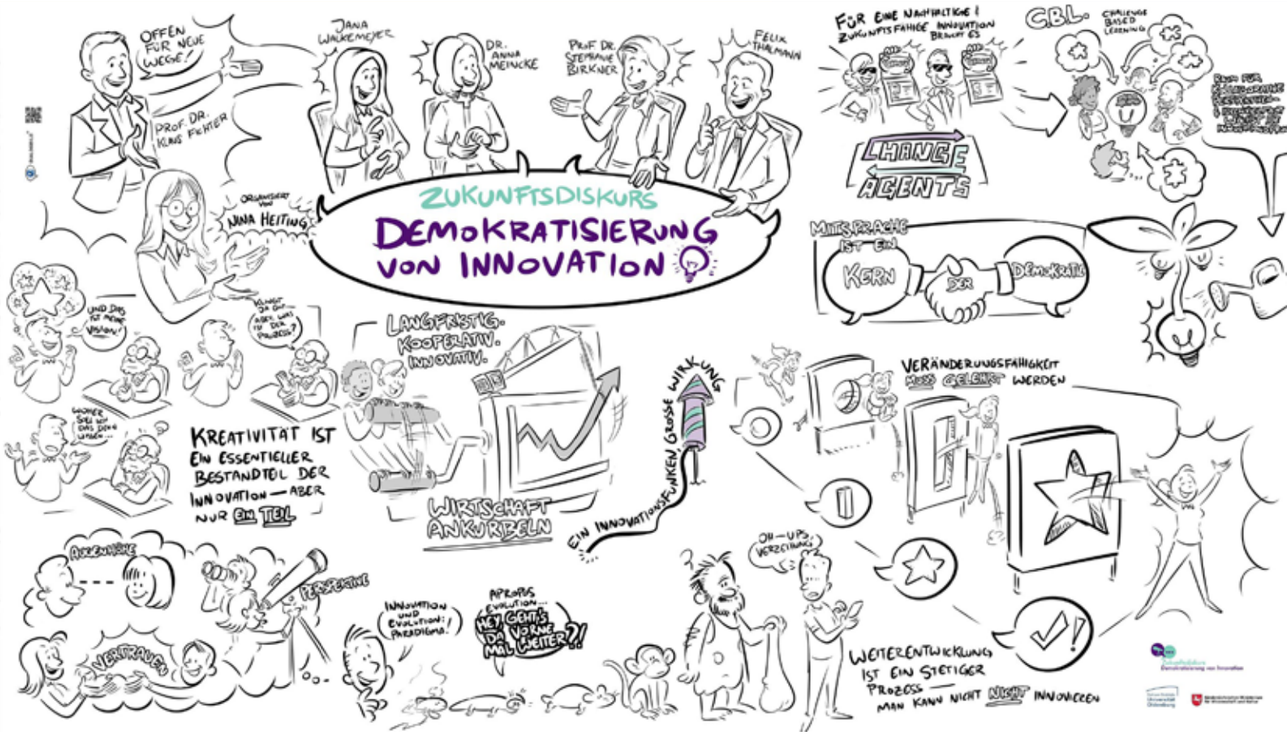
Für die Sales-Konferenz 2024 entwickelten wir ein Dialogbild zum Thema „Customer Support Center Strategy“. Um die einzelnen Phasen des Salesprozesses plakativ zu visualisieren, nutzten wir die Metapher des Jagens.

DER AUFTRAGGEBER

Gerrit Becker
Head of Customer Support BPS

„Im Rahmen unserer internationalen Sales meetings sollten die Services der Abteilung Customer Support greifbar dem internen Publikum näher gebracht werden. Die Sales meetings standen unter dem Motto „Hunt for Business“. Dies war die Grundlage der Visualisierung. Die von DIALOGBILD entworfene Bildwelt repräsentiert anhand mehrerer Stationen auf spielerische Art und Weise die Services der Abteilung Customer Support. Im Rahmen der Präsentation auf dem Sales Meeting wurde die Visualisierung genutzt um dem Publikum via story telling alle Maßnahmen aufzuzeigen die unternommen werden um den Jägern die notwendige Unterstützung für eine erfolgreiche Jagd zukommen zu lassen.

Von der Bildwelt kommend, wurde während der Präsentation bei jeder Szene die Parallele zur realen Business Umgebung gezogen um die konkreten usecases im Customer Support zu erklären. Die gesamte Kollaboration mit DIALOGBILD verlief absolut reibungslos und einfach. Die erste Skizze nach dem initialen Briefing entsprach schon fast dem letztendlich gewählten Entwurf und wurde in extrem kurzer Zeit aufgebaut und umgesetzt. Etwaige Änderungen wurden kurzfristig umgesetzt und proaktiv eigene Vorschläge eingebracht.“



ZUKUNFTSDISKURS

DEMOKRATISIERUNG VON INNOVATION

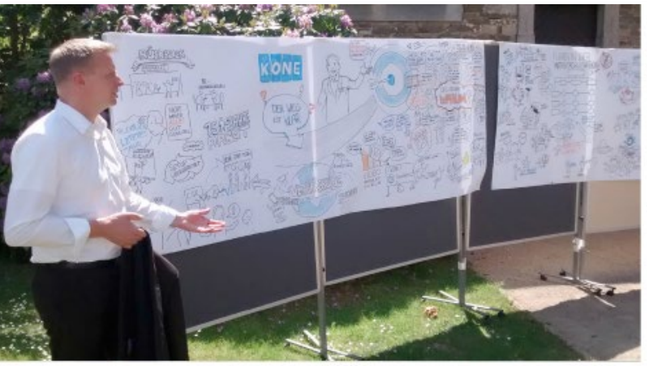
1973 wurde die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg gegründet und zählt damit zu den jüngeren Hochschulen Deutschlands. Ihr Hauptziel besteht darin, mithilfe interdisziplinärer Spitzenforschung und Lehre Antworten auf die zentralen gesellschaftlichen Fragen des 21. Jahrhunderts zu finden. Die Universität pflegt enge Kooperationen mit über 200 Hochschulen weltweit und unterhält Verbindungen zu außeruniversitären Einrichtungen in den Bereichen Forschung, Bildung, Kultur und Wirtschaft. Etwa 16.000 Studierende werden an der Universität auf ihre berufliche Zukunft vorbereitet. Das Studienangebot umfasst ein breites Spektrum von den Geistes- und Kulturwissenschaften über Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften bis hin zu Mathematik, Informatik, den Naturwissenschaften und der Medizin. Die Kick-off-Veranstaltung des Zukunftsdiskurs „Demokratisierung von Innovation“ durfte von DIALOGBILD begleitet werden. Neben Impulsvorträgen und einer inhaltlichen Einführung wurde diskutiert, was neue Innovationsakteure und Kooperationsformen für die Transformation der Wirtschaft bewirken können. Nach einem Erfahrungsaustausch in Kleingruppen wurde diskutiert, welche Chancen, Grenzen und Anforderungen an Ko-Innovationsprozesse zwischen Studierenden und Unternehmen bestehen und simultan von unserem Illustrator übersetzt. Die Gäste wurden vom Initiator und Leiter Prof. Dr. Klaus Fichter und der Projektkoordinatorin Nina Heiting mit einem Ausblick auf kommende Formate des Projekts verabschiedet. Anhand des Graphic Recordings kam es zu einem Endergebnis, welches die Gedanken, Diskussionen und Impulse des Tages in einem Bild festhält.

DIE AUFTRAGGEBERIN



Nina Heiting
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

„Im Rahmen des Zukunftsdiskurs „Demokratisierung von Innovation“ ist die Dokumentation desAustauschs, der Diskurse und Impulse von hoher Bedeutung. Die visuelle Dokumentation von DIALOGBILD unterstützt den Erinnerungsprozess und schafft durch die Details im Bild wieder neue Impulse. Durch die bildliche Darstellung wird der Zugang des schwierig zu greifenden Themaserleichtert, es können neue Akteure erreicht werden – passend zu der Zielsetzung des Zukunftsdiskurs: vielen Akteuren eine aktive Rolle im Innovationsprozess zu geben und den Wert unterschiedlicher Blickrichtungen nutzen.“









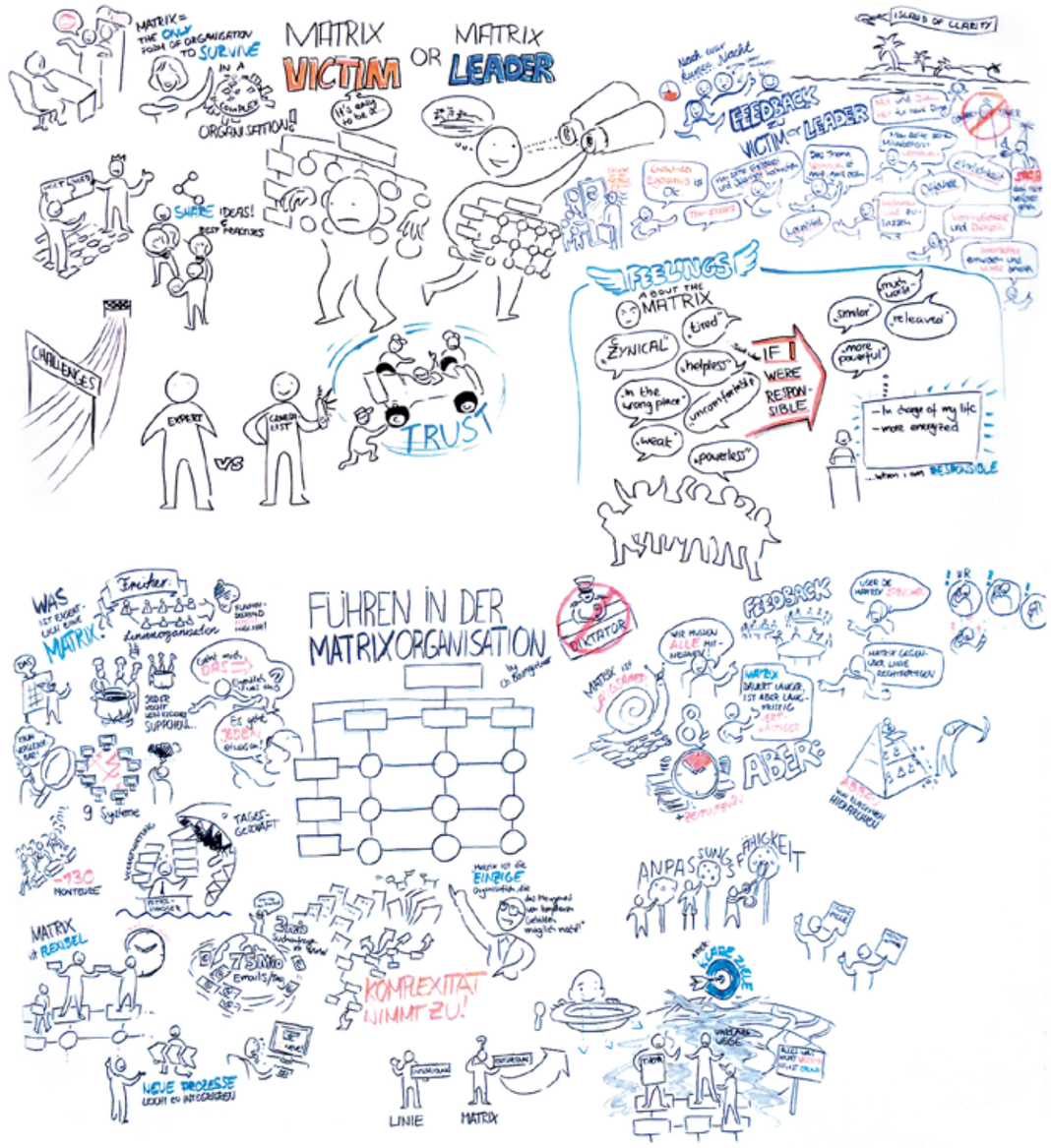
KONE

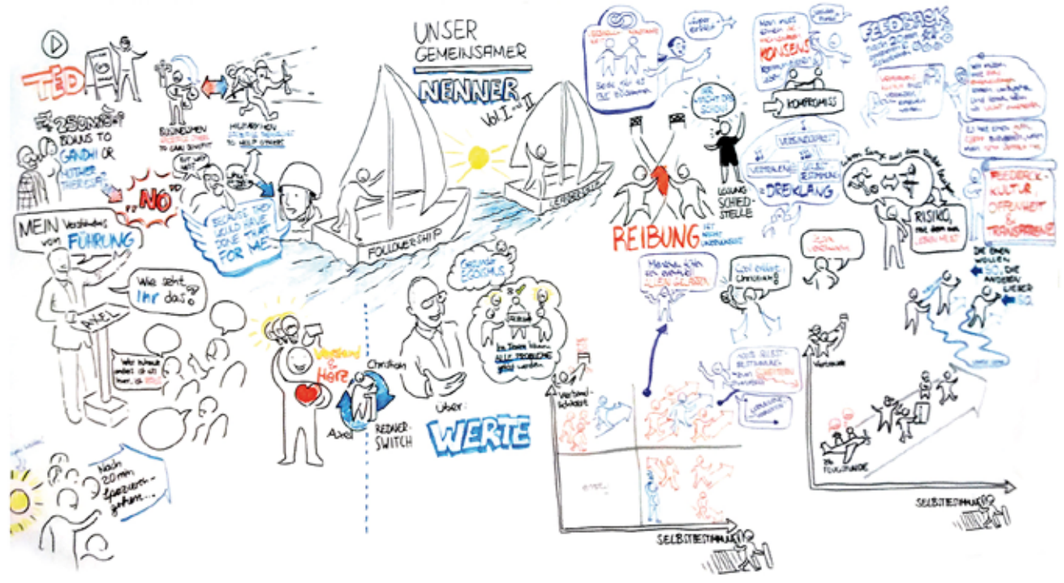
DAS VISUELLE PROTOKOLL

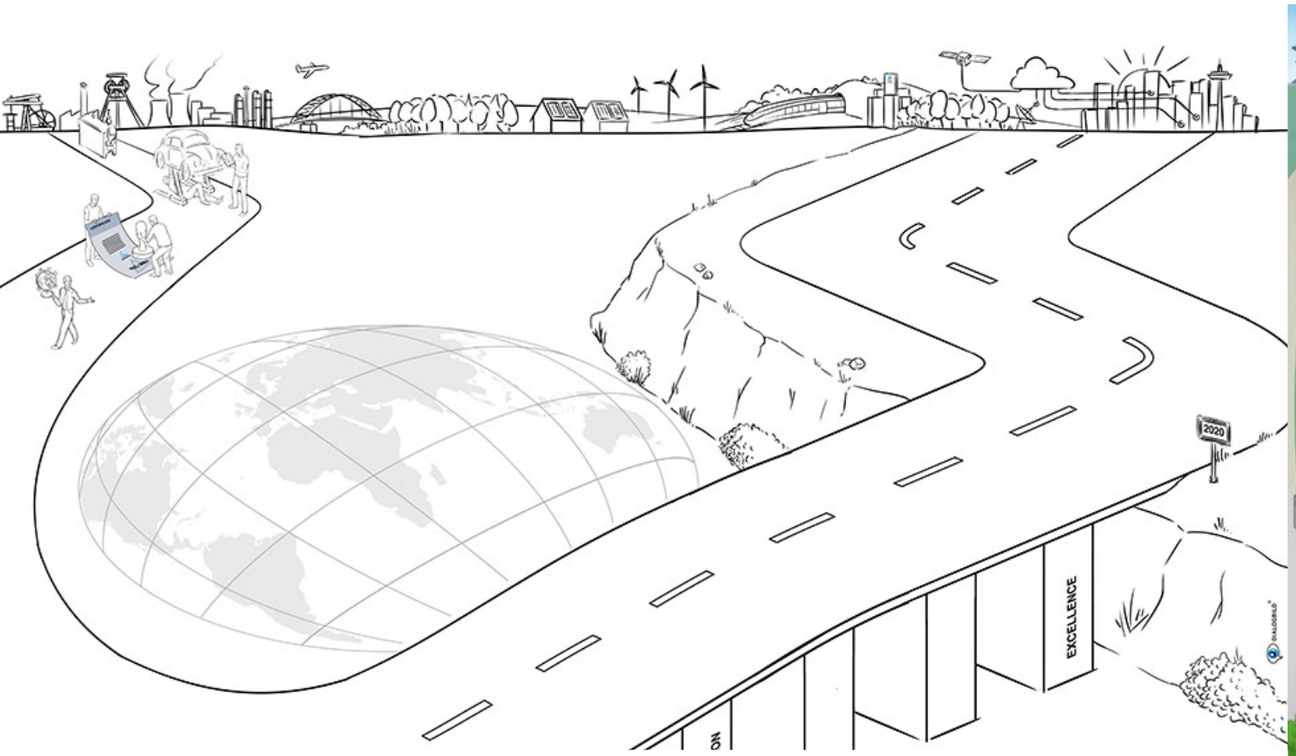
DES FÜHRUNGSKRÄFTE-WORKSHOPS

KONE ist einer der weltweit führenden Anbieter von Komplettlösungen rund um Aufzüge und Rolltreppen, automatische Tür- und Toranlagen sowie Modernisierung und herstellerunabhängige Wartung dieser Produktgruppen. Gemeinsam mit 60 Führungskräften widmete sich das KONE Top Management 2015 in einem mehrtägigen Workshop den Themen Leadership, Management und Matrixorganisation. Ein im Vorfeld von DIALOGBILD designtes Factbook unterstützte die Teilnehmer dabei, die Veranstaltung selbst zu strukturieren und zu reflektieren. Um jedoch die vielfältigen Diskussionen, Workshop-Sessions und Vorträge nachhaltig zu vermitteln und zugänglich zu machen, war DIALOGBILD darüber hinaus mit einem Illustrator vor Ort und erstellte ein visuelles Protokoll der gesamten Veranstaltung. Sämtliche Inhalte und Ergebnisse fanden so ihren Weg auf insgesamt vier großformatige Poster, die KONE im Nachgang zur freien Verwendung zur Verfügung gestellt wurden und nun dafür sorgen, dass die Themen des Workshops in der Organisation lebendig bleiben.

















TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

UNSER WEG. UNSERE ZUKUNFT.

DAS ZUKUNFTSBILD FÜR TÜV RHEINLAND

Die TÜV Rheinland AG ist ein international tätiger, unabhängiger Prüfdienstleister mit Sitz in Köln. TÜV Rheinland ist als technische Prüforganisation in den Bereichen Sicherheit, Effizienz und Qualität tätig. TÜV Rheinland ist die am stärksten international ausgerichtete der drei im Wettbewerb stehenden TÜV-Unternehmensgruppen in Deutschland. Das Unternehmen ist weltweit auf allen Kontinenten mit eigenen Gesellschaften präsent. 11.587 Mitarbeiter sind außerhalb Deutschlands tätig, 8.043 in Deutschland.

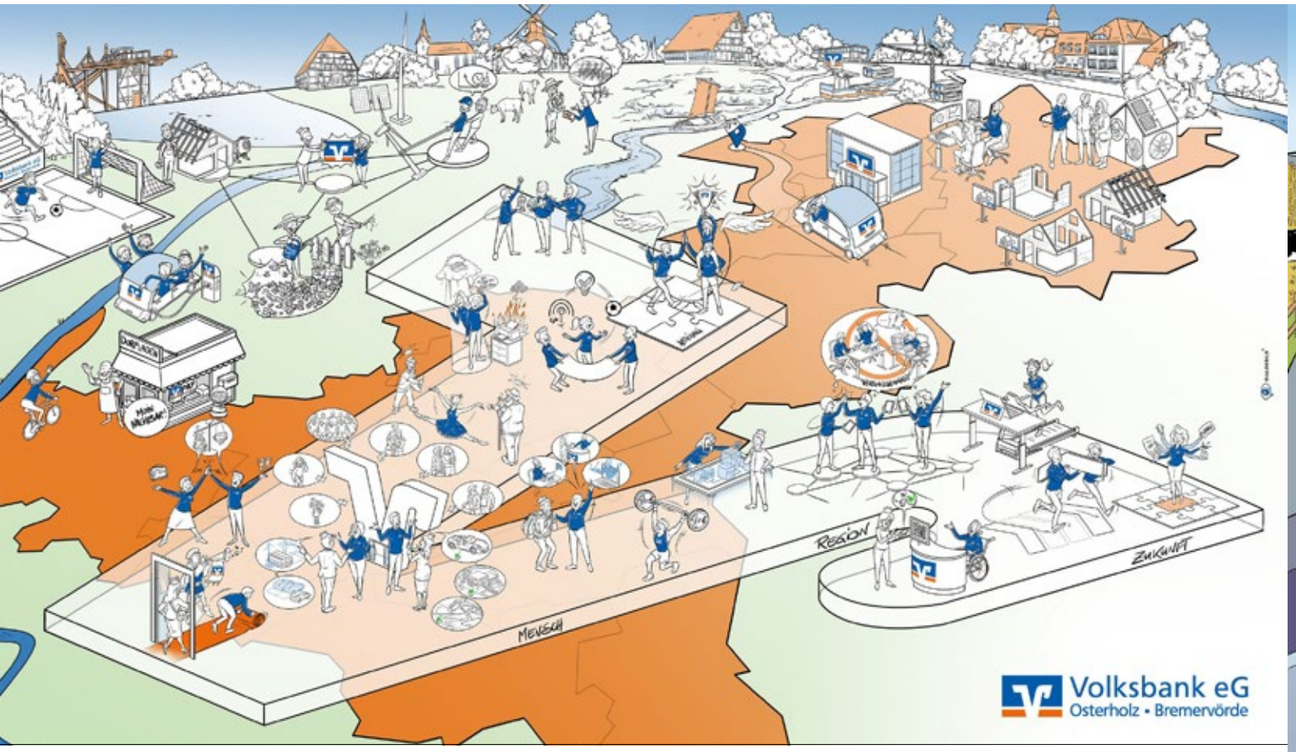
TÜV Rheinland hat ein umfassendes Veränderungsprogramm gestartet, in dessen Rahmen unter anderem eine neue Strategie, Projekte zur Verbesserung interner Prozesse sowie Veränderungen der Unternehmens- und Führungskultur angegangen wurden. Um angesichts der umfassenden Veränderungen ein gemeinsames Verständnis davon zu schaffen, mit welchen Grundlagen, welcher Strategie und welchen Werten das Unternehmen in die Zukunft geht, hat sich TÜV Rheinland für die Erstellung eines Dialogbildes entschieden. Ziel ist es, den Austausch über die wichtigsten Themen, die TÜV Rheinland in den kommenden Jahren beschäftigen, mit dem Dialogbild zu fördern. Die Erstellung des Dialogbildes war ein sehr komplexes Projekt, das vom Team der DIALOGBILD GmbH über einen längeren Zeitraum begleitet wurde.

DER AUFTRAGGEBER



Dr. Michael Fübi
Vorstandsvorsitzender
TÜV Rheinland

„Das Dialogbild ermöglicht einen Perspektivwechsel, bringt neue Ansichten, fördert Verständnis, und erzeugt auch Widerspruch – und regt so zum Dialog an“, so der Vorstandsvorsitzende von TÜV Rheinland, Dr. Michael Fübi in seinem Vorwort zum Dialogbild-Leitfaden.“



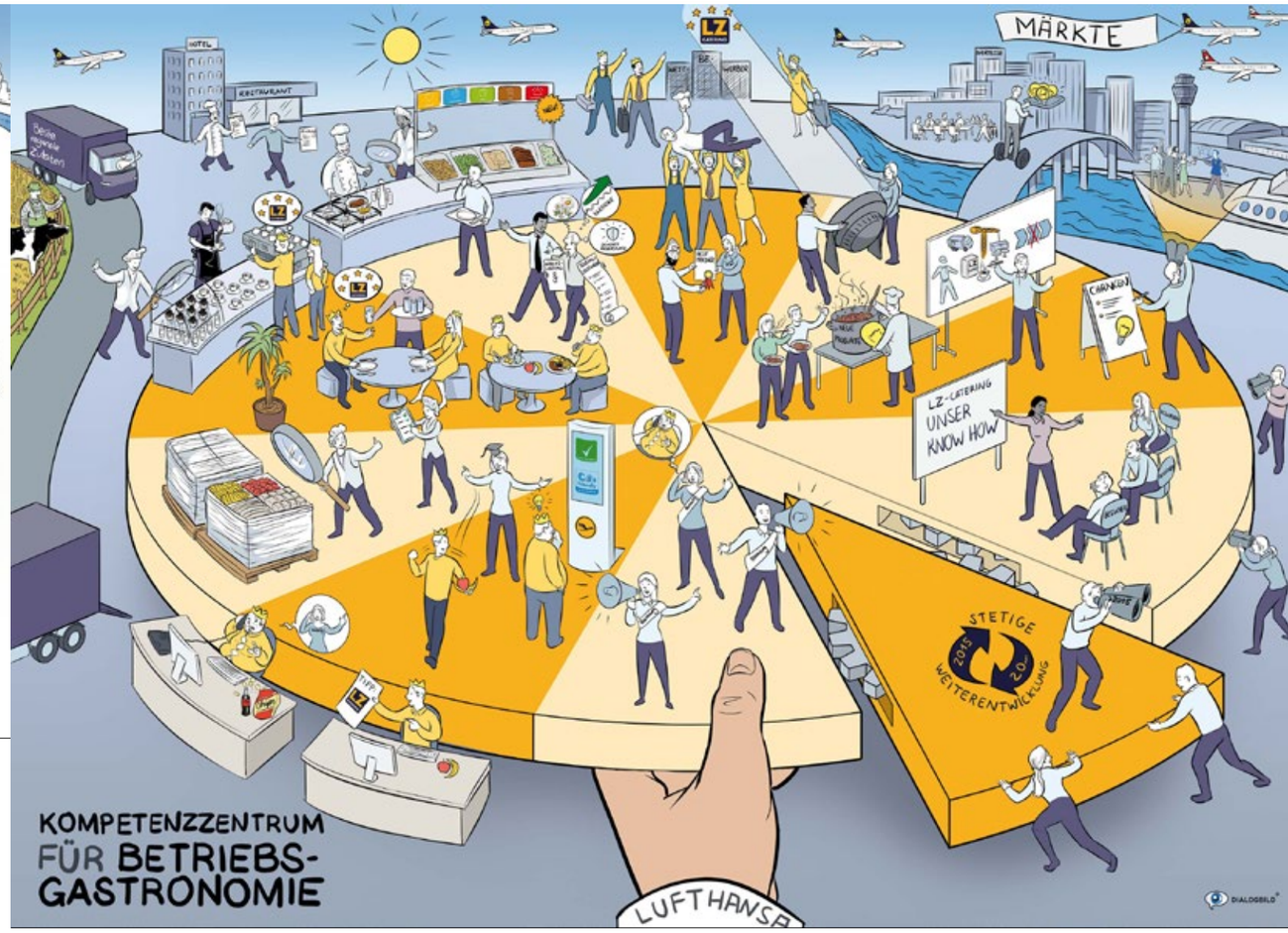
Volksbank eG
Osterholz • Bremervörde

AKTIV, REGIONAL, ENGAGIERT

Die Volksbank eG Osterholz Bremervörde ist eine deutsche Genossenschaftsbank mit Sitz in Osterholz-Scharmbeck. Mit einer Bilanzsumme von 1,6 Milliarden Euro zählt sie zu den großen Genossenschaftsbanken in Niedersachsen. Das Geschäftsgebiet der Bank liegt im Elbe-Weser-Dreieck und umfasst den Landkreis Osterholz und den Altkreis Bremervörde. Die Volksbank eG Osterholz Bremervörde gibt als Leitziel an, wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlich verantwortlichem Handeln zu verbinden. Dabei ist sie eine Genossenschaftsbank, die ihren Mitgliedern und Kunden verpflichtet ist.

Die Zukunftsvisionen der Volksbank illustriert DIALOGBILD in einem Bild, das sich aus reflektiven Kernfragen und ihren Antworten ableitet. Jene wurden in einem Workshop erarbeitet und von einem Dialogbild-Illustrator mittels Graphic Recording festgehalten. So konnten auch augenblickliche und zwischen den Zeilen stattfindende Impulse aufgegriffen werden. Im Endergebnis wird der zukünftige Handlungsrahmen visuell aufgespannt und mit konkreten Zielen und Strategien befüllt.





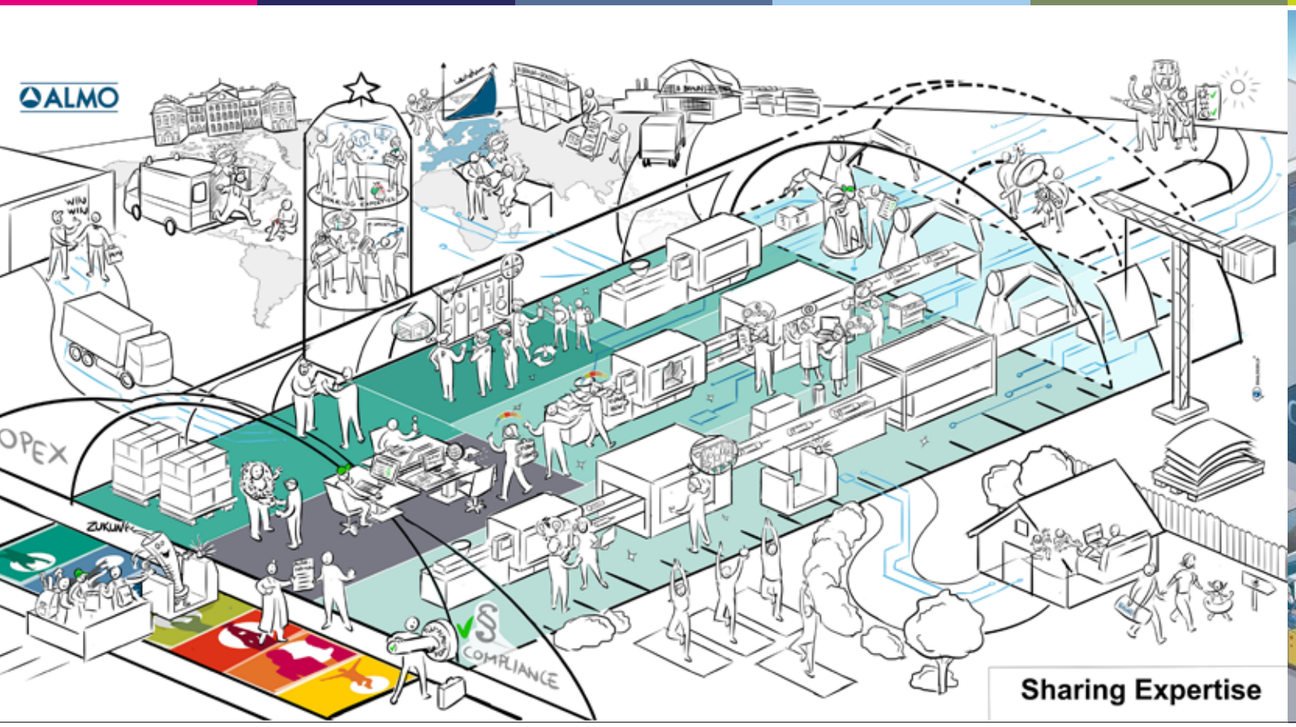
LZ CATERING

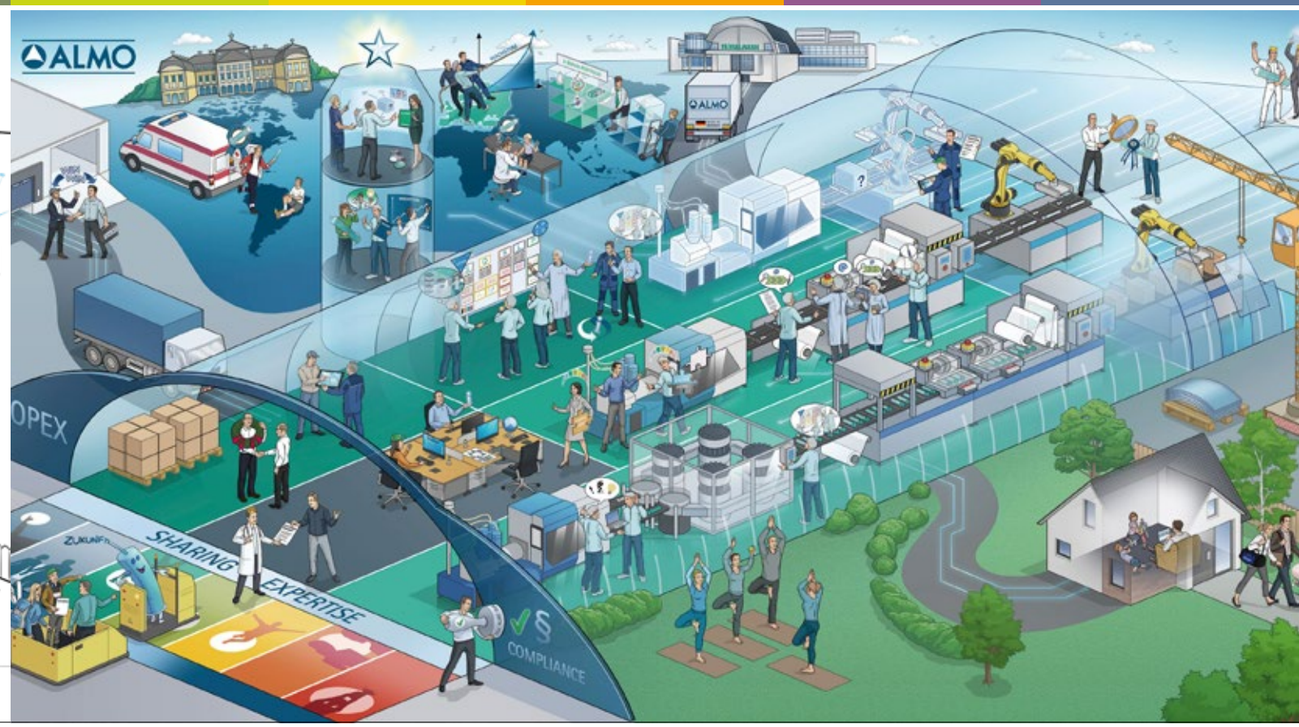
KOMPETENZZENTRUM

FÜR BETRIEBSGASTRONOMIE

„Wir wollen ein Kompetenzzentrum für Betriebsgastronomie werden". Dieser Satz fasst die Vision zusammen, mit der LZ-Catering auf uns zukam und den Wunsch hegte, daraus ein Dialogbild zu entwickeln. So entstand innerhalb eines Tages durch ein kleines Team kreativer Köpfe von LZ-Catering und DIALOGBILD eine Skizze, welche den inhaltlichen Grundstein legte für die spätere Ausgestaltung. Das fertige Bild zeigt die Vision eines Kompetenzzentrums für Betriebsgastronomie, das mit allen Finessen und Details zu lebhaften Diskussionen anregt und auch für den einen oder anderen Schmunzler sorgt.







ALMO

DAS ZIELBILD

Der Spritzenhersteller ALMO hat sich entschieden, seine neue Zukunftsstrategie mit Hilfe eines Dialogbildes darstellen zu lassen und diese außerdem mit Hilfe eines umfangreichen Roll-Outs an seine Mitarbeiter zu kommunizieren. Aufgrund der Change-Perspektive und vorangegangener erfolgreicher Kooperationen hat DIALOGBILD für das Projekt Goldpark mit ins Boot geholt. Zum Start der Bilderstellung überlegte sich das Management, wie genau die Strategie aussehen muss und welche Schwerpunkte zu setzen sind. In einem gemeinsamen Workshop von DIALOGBILD und Goldpark konnten wesentliche Punkte, auch unterschiedliche Sichtweisen und Interpretationen, aufgelöst und dann via Live-Illustration festgehalten werden. Mit diesem Workshopergebnis im Gepäck erstellte DIALOGBILD das finale Zielbild und begann mit der Konzipierung und Ausarbeitung des Roll-Out. Nach dem Roll-out übernahm wieder Goldpark, um auf Basis des Zukunftsbildes den weiteren Strategie- und Veränderungsprozess zu gestalten und zu unterstützen.



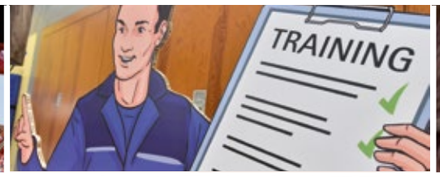
Bernd Denk
Geschäftsführer

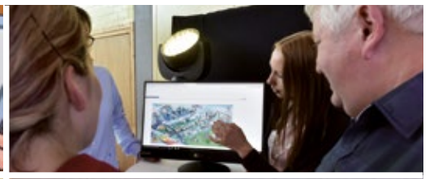
„Mit Dialogbild und Goldpark hatten wir den optimalen Mix an Knowhow, Moderation und Unterstützung für unseren Dialogbildprozess."

DER ROLLOUT

Verschiedene interaktive Module unterstützen den Roll-Out.













EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Wachstum
Alle ziehen an einem Strang um das Wachstum des Unternehmens voran zu treiben.



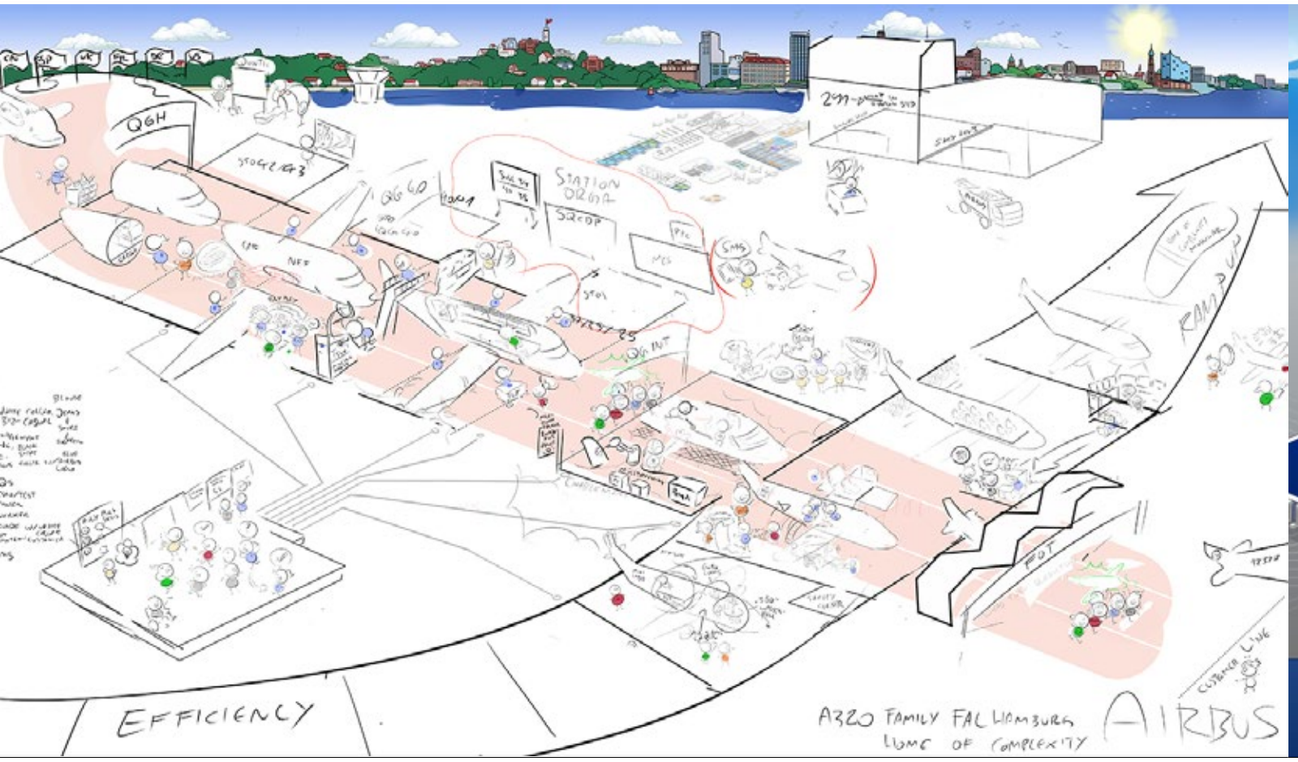
Mitarbeiter
ALMO legt Wert auf Qualität und Zuverlässigkeit sowie die Einhaltung von Standards im Unternehmen.



Lieferanten und Partner
Die Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten findet auf Augenhöhe statt.



Kunden
Wir passen unsere Qualitätsstandards bei Medical-Produkten den Ansprüchen der Kunden an.





AIRBUS

AIRBUS - MODULAR OPERATIONS

VON DER SEQUENTIELLEN LINIENPRODUKTION ZU EINER GEMISCHTEN PRODUKTIONSORGANISATION

Das Airbus Werk in Hamburg-Finkenwerder ist der größte Airbus-Standort in Deutschland. Hier findet unter anderem auch die Endmontage der bekannten A320 Familie statt.
Bei dieser wird im Rahmen einer internen Umstrukturierung die sequentielle Linienproduktion zu einer gemischten Produktionsorganisation umgewandelt, bei der die erste Hälfte der Produktion im getakteten Bereich stattfindet und die zweite Hälfte auf einer modularen Station. Es werden also verschiedene Aktivitäten pro Flugzeug auf einer Station erledigt, die heute auf mehreren Stationen stattfinden.

Das neue modulare Konzept soll den Mitarbeitern der Produktion mit Hilfe eines Dialogbildes visuell verständlich gemacht und zudem die Vorteile und Möglichkeiten für alle Beteiligten hervorgehoben werden.

Bei einer umfassenden Werksführung hat sich das Team von DIALOGBLD alles ganz genau zeigen lassen und Fotos gemacht um die einzelnen Maschinen und Produktionsschritte so authentisch wie möglich im finalen Dialogbild abzubilden.

Das fertige Dialogbild wird als Leitbild für alle gut sichtbar in den Produktionshallen zur Orientierung aufgehängt und für interne Workshops genutzt.

Modularer Ausbau
Auf der modularen Produktionslinie erfolgt der Ausbau der Kabine. Hier dargestellt für das Luxussegment mit besonders ausgestatteten Sitzen und einem Wasserfall.



DAS KUNDENSTATEMENT



Thomas Linder
Projektleiter
Modular Operations A320 Family
Endmontagelinien Hamburg

Wie ist die Idee entstanden, ein Leitbild zu erstellen?

Vor etwa zehn Jahren wurde bereits ein Leitbild für die Final Assembly Lines (FAL) in Hamburg angefertigt. In der Zwischenzeit gab es natürlich einige Neuerungen. Um einen aktuellen Stand der FAL sowie der Technologien, Initiativen und Konzepte zu zeigen, die zum Einsatz kommen, haben wir uns entschieden, ein neues Bild zu erstellen.

Warum habt ihr euch dafür entschieden, ein Dialogbild zu erstellen?

Wir hatten eine große Veränderung von Produktionseinrichtungen, Organisationen und Prozessen vor uns, die allen Kollegen verständlich gemacht werden mussten. Unser Dialogbild zeigt anschaulich und verständlich, genau dieses veränderte Zielbild unseres Produktionsablaufs. Mithilfe der vielen Details im Bild lassen sich Grundsätze, aber auch klare Ansprüche schnell transportieren.

Wie lief die Entwicklung des Dialogbildes ab?

Das Dialogbild ist aus einer Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern des Projektteams entstanden. Es gab auch einen Workshop, während dessen Ideen geäußert und live visualisiert wurden. So ist die erste Skizze für das heutige Leitbild entstanden. Anschließend haben mehrere Feedback Loops stattgefunden, während derer wir die Feinjustierung vorgenommen haben.

Gibt es eine Schlüsselszene?

Die Szene, in der das fertige Flugzeug an die Customer Line übergeben wird! Es zeigt das Ende eines langen Prozesses, an dem wir nur gemeinsam stehen können. Es ist ein schönes Symbol, wie die verschiedenen Mitarbeiter das goldene Flugzeug gemeinsam über die Ziellinie tragen.

Wie wird das Leitbild genutzt?

Das Leitbild und die Erklärung dazu nutzen wir unter anderem im Rahmen von Reorganisations-Workshops & Teamworkshops. Durch die Detailtiefe werden Diskussionen lebendiger und es macht vieles anschaulicher. Die Schlüsselszenen haben wir ausgeschnitten und erklären die Intention und den Gedankengang dahinter. Auch in einigen unserer Räumlichkeiten hängt das Dialogbild im Poster- oder Leinwandformat als Leitbild für die A320 Family FALs Hamburg aus.

FORDERN SIE WEITERE INFORMATIONEN AN



Sie wollen auch Ihre Kollegen vom Einsatz der Dialogbild-Methode überzeugen? Dann bestellen Sie jetzt unser kostenloses Info-Paket mit verschiedenen Beispiel-Postern. Auf Grund des größeren Formates erhalten Sie einen perfekten Eindruck, wie die Arbeit mit dem eigenen Dialogbild später aussehen kann. Auch um die Akzeptanz für visuelle Medien in Ihrem Unternehmen zu prüfen eignen sich die Poster: Hängen Sie die Plakate einfach im Büro oder im Gang auf und testen Sie die Reaktionen und die Dialogfreudigkeit Ihrer Kollegen. Gern stellen wir Ihnen auch digitales Material für Ihre interne Präsentation zur Verfügung.

Das Info-Paket und weitere Unterlagen können Sie einfach im Bereich „Kontakt“ unter www.dialogbild.de, mit einer E-Mail an dialog@dialogbild.de oder telefonisch bestellen unter: +49 (0) 40 30 70 261-0

ÜBER 100 REFERENZEN JETZT AUF WWW.DIALOGBILD.DE



DIALOGBILD®

DIALOGBILD GmbH
Böckmannstraße 14a
20099 Hamburg
Tel: 040-30 70 261-0
www.dialogbild.de

Bleiben Sie im Bilde über Trends der visuellen Kommunikation und DIALOGBILD-Neuigkeiten: Folgen Sie uns auf den Social Media-Plattformen und melden Sie sich an für unseren Newsletter auf: www.dialogbild.de/kontakt