

DIALOGBILD[®]

ZEIGEN SIE, WAS SIE SAGEN WOLLEN.

Mobilität & Technik

Wir visualisieren Ihre Strategien, Prozesse und Visionen.

AIRBUS ALSTOM   BOMBARDIER  BSAG  CONTINENTAL  JUNGHEINRICH  KIA The Power to Surprise  LIEBHERR  Lufthansa  MAN  PHOENIX CONTACT  SCHAEFFLER  TOYOTA  VW



AIRBUS

NEXT CHAPTER

A350 WERK HAMBURG

SCHAEFFLER

VISION IN 3D

AUDI MEXIKO

TAKT, FLUSS,
PULL UND
PERFEKTION

VW NUTZFAHRZEUGE

TRANSFORMATION
WERK HANNOVER

JUNGHEINRICH

VISUALISIERUNG
DER 5 WORKSTREAMS

FUTURE OF WORK

ZEIGEN SIE, WAS SIE SAGEN WOLLEN

Die Mobilitätsbranche befindet sich im rasanten Umbruch. Neue Antriebe und Modelle werden entwickelt und digitale Technologien sorgen für einen Wandel in der Fortbewegung. Gleichzeitig hat die Corona-Pandemie unsere Art zu arbeiten und zu leben extrem beeinflusst. Doch wie kommuniziert man diesen Wandel an seine Mitarbeiter und Kollegen?

DIALOGBILD visualisiert komplexe Themen und hilft Ihnen dabei, diese effizient und nachhaltig an Ihr Team zu vermitteln.

Präsentationen, Strategien, Prozessbeschreibungen, ja sogar „Leitbilder“ sind oft sehr textlastig. So ist es für Mitarbeiter und Führungskräfte schwierig, Zusammenhänge nachzuvollziehen, das „große Ganze“ zu verstehen und umzusetzen. Gehen Sie mit uns auf Entdeckungsreise durch eine neue, visuelle Kommunikationswelt und sorgen Sie für mehr Dialog. Denn „jedes starke Bild wird Wirklichkeit“.



JEDES
starke
BILD
WIRD
WIRKLICHKEIT.

Antoine de Saint-Exupéry



VISUALISIERUNG

VON PROZESSEN, VERÄNDERUNGEN UND VISIONEN

Dialogbild-Medien sind ein ausdrucksstarkes Instrument, um Zusammenhänge darzustellen und Orientierung zu geben. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Diskutieren Sie anhand eines Dialogbildes mit Ihren Mitarbeitern die Vision Ihres Unternehmens und zeigen Sie auf, warum Veränderungen notwendig sind. Präsentieren Sie einem neuen Mitarbeiter den komplexen Produktions-

und Vertriebsprozess Ihres Produktes. Kommunizieren Sie Produktneuerungen über ein Dialogbild an den Vertrieb oder auch direkt an Ihre Kunden. Lassen Sie Ihre Führungskräfte selbst kreativ werden - indem sie im Rahmen einer Live Visualisierung mit uns selbst Bilder entwickeln. Oder wir halten die Themen mit Graphic Recording visuell fest. Und nach der Veranstaltung bekommen Sie

das fertig ausgearbeitete Dialogbild an die Hand, um die Themen an Ihr Team weiter zu kommunizieren. Nutzen Sie einen Dialogfilm als Intro für eine E-Learning Maßnahme, um ein Thema einzuleiten: Was auch immer Sie aussagen wollen, mit unseren visuellen Medien können Sie es einfach zeigen.

UNSERE SINNESWAHRNEHMUNG:

11 % UNSERER
INFORMATIONEN
NEHMEN WIR ÜBER
DIE **OHREN** WAHR,

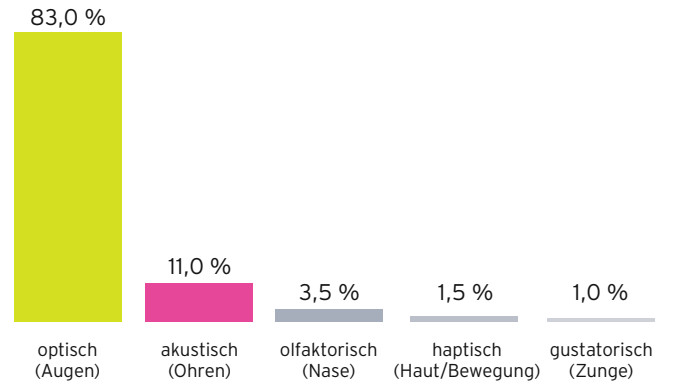
DAVON BEHALTEN WIR 20 %
= 2,2 %

83 % UNSERER
INFORMATIONEN
NEHMEN WIR MIT
DEN **AUGEN** WAHR,

DAVON BEHALTEN WIR 50 %
= 41,5 %

DIE PROZENTUALE VERTEILUNG:

in Anlehnung an Braem 2004



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



DAS AUDI PRODUKTIONSSYSTEM (APS)

DIE GRUNDPRINZIPIEN: TAKT, FLUSS, PULL UND PERFEKTION

Die AUDI AG steht für sportliche Fahrzeuge, hochwertige Verarbeitung und progressives Design. Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten

Hersteller von Automobilen im Premiumsegment. An seinen Produktionsstandorten weltweit steht Audi für „Vorsprung durch Technik“. Über

innovative Logistikprozesse, moderne Fertigungstechnologien und effiziente Produktionssysteme setzen hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitar-

beiter einheitliche Standards im Rahmen des Audi Produktionssystems. Jeder Produktionsstandort erfüllt höchste Ansprüche an Qualität, Effizienz und Umweltverträglichkeit. Audi hat am 30. September 2016 im mexikanischen San José Chiapa das 12. Werk im Audi Produktionsverbund

eröffnet. Bereits nach kurzer Zeit zählte das noch junge mexikanische Audi-Werk zu den attraktivsten Arbeitgebern des Landes. 5.200 Menschen arbeiten hier zusammen und produzieren auf einer Fläche von 430 Hektar den Premium-SUV Audi Q5. 2019 sind hier 156.650 lokal gefertigte Audi Q5

vom Band gefahren. Die modernste Produktionsstätte der Audi Welt ist mit 2.400 Metern ü.d.M. gleichzeitig der höchstgelegene Standort des Unternehmens. Das Werk verfügt über eine jährliche Fertigungskapazität von 150.000 Audi Q5 Modellen.



DAS PROJEKT UND DIE ENTWICKLUNG

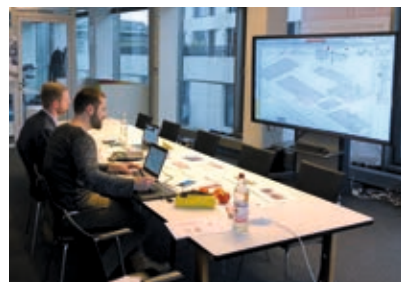
Die AUDI AG verfügt über eines der flexibelsten und effizientesten Produktionssysteme der Automobilindustrie: Das Audi Produktionssystem (APS) basiert auf den Grundprinzipien Takt, Fluss, Pull und Perfektion. Diese Prinzipien setzt Audi in der Produktion und auch im gesamten Unternehmen konsequent um. Nur bei einer guten Zusammenarbeit aller Geschäftsbereiche entlang der Prozesskette kann das APS erfolgreich arbeiten. Dadurch erreicht Audi in der Produktion kurze Durchlaufzeiten, niedrige Bestände und eine hohe Produktivität mit einer Steigerungsrate von bis zu zehn Prozent jährlich. Dieses Audi Produktionssystem gilt es nun in den kommenden Jahren im Werk in Mexiko zu implementieren. Ziel des Dialogbildes ist es, die Strategie des Audi Produktionssystems für alle Mitarbeiter verständlich aufzuzeigen. Dabei sollen sowohl die aktuelle Situation, als auch die Herausforderungen

und Risiken dargestellt werden. Das Dialogbild zeigt nicht nur den gesamten Produktionsprozess und seine Schnittstellen, sondern spiegelt auch die Entwicklung und soften Ziele des Werks wieder:
Wo kommen wir her?
Was haben wir erreicht?
Was zeichnet uns aus?
Und wie wollen wir zusammenarbeiten?

Die Themen und Zusammenhänge können auf den ersten Blick erfasst werden und sind aus der Vogelperspektive leicht verständlich dargestellt. Die Mitarbeiter finden sich in den einzelnen Szenen wieder, was ein Gefühl der Zugehörigkeit auslöst. Auf diese Weise gelingt es, die Mitarbeiter aktiv einzubinden. Das Dialogbild wurde in mehreren Webkonferenzen inhaltlich erarbeitet. Gemeinsam mit einem Illustrator und Berater von DIALOGBILD und einem Coreteam von Audi Mexiko wurden die The-

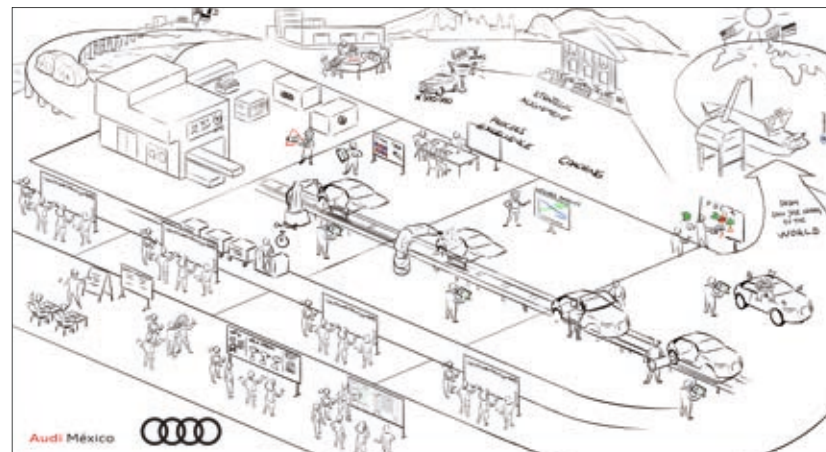
men entwickelt und live skizziert. Alle Beteiligten konnten auf diese Weise aktiv in den Entwicklungsprozess eingebunden werden und hatten die Möglichkeit das Dialogbild live mitzugestalten. Anschließend wurde das Dialogbild ausgearbeitet.

Hierfür hat das Team von Audi Mexiko umfangreiches Fotomaterial zur Verfügung gestellt, wodurch wichtige Details in der Ausarbeitung berücksichtigt werden konnten. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf die Fahrzeug- und Maschinendetails in der Produktion gelegt, das Herzstück des Werks. Und genau dort soll das Dialogbild auch für jeden präsent sein – das Dialogbild wird unter anderem im XXL Format gedruckt und in der Produktionshalle aufgehängt. Auf diese Weise werden die Mitarbeiter immer wieder an Ihre Vision erinnert und kommen ihrem Zukunftsbild jeden Tag einen Schritt näher.

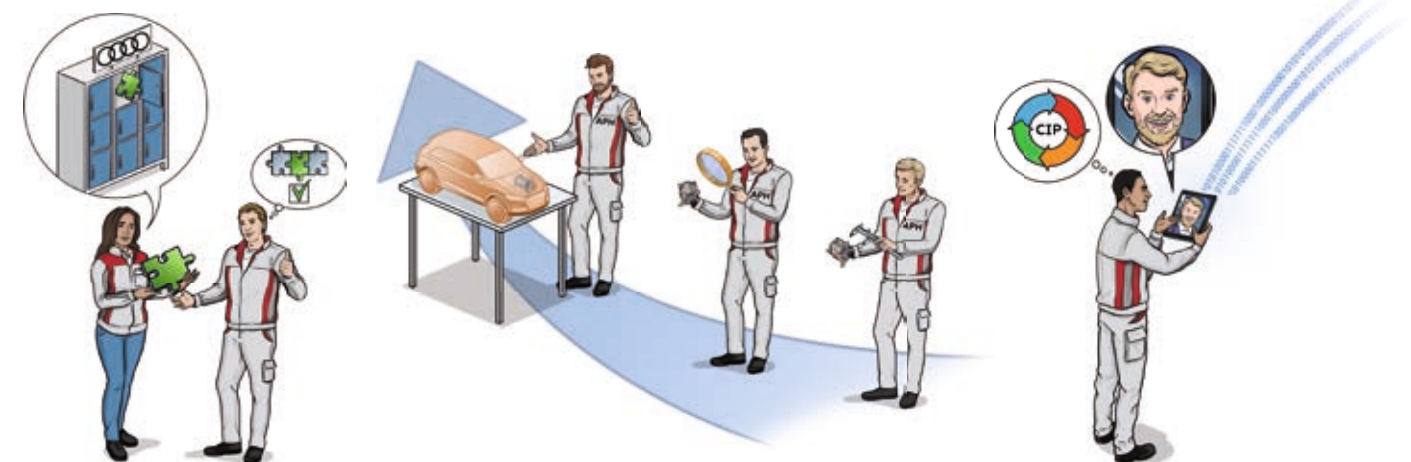


Webkonferenz statt Präsenztermin

Das gesamte Projekt wurde innerhalb mehrerer Webkonferenzen erarbeitet und live skizziert während unser Illustrator seinen Bildschirm mit dem Kunden teilte.



EINZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Standardisierung

Plug & Play Lösungen dank der Nutzung standardisierter Prozesse und Lösungen aus dem Audi Baukasten.

Produktentwicklung

Die Produktentwicklung ist nah an der Produktion angesiedelt und liefert neue Materialien und Einsatzteile, die von der Entwicklung direkt in die Produktion eingebracht werden.

Kontinuierliche Verbesserung

Kundenfeedback wird direkt in den Continuous Improvement Process eingebunden.



Ergonomie

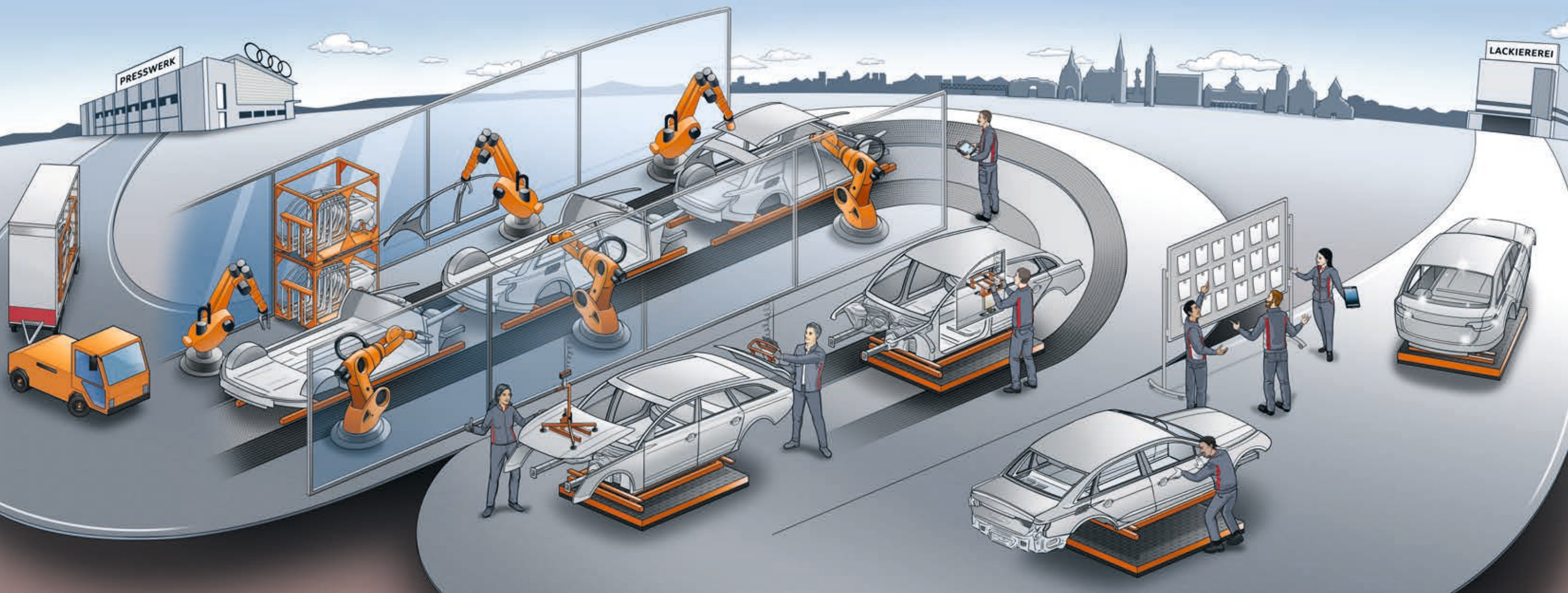
Durch die Nutzung von Robotertechnik wird den Arbeitern eine ergonomische Haltung ermöglicht, die die körperliche Arbeit erleichtert.

Watchers Kampagne

In einer Kampagne mit einem Safety Pilot, der im Audi Werk seine Runde gedreht hat, wurde auf das Thema Arbeitssicherheit aufmerksam gemacht.

Erfolge Audi Mexiko

In kürzester Zeit wurde das Audi Werk San José Chiapa gebaut und bietet mehr als 5.200 Mexikaner*innen Arbeit. In nur 6 Jahren hat das Werk mehr als 500.000 Fahrzeuge des Q5 produziert. Das Audi-Team ist stolz auf das Erreichte.



AUDI INGOLSTADT: KAROSSERIEBAU AUF EINEN BLICK



Future is an attitude ...

... eine Vision an der allein in Ingolstadt mehr als 43.000 Angestellte effektiv und mit Leidenschaft arbeiten. Seit mehr als 70 Jahren rollen aus der Produktion bekannte Modelle in die gesamte Welt.

Begeisterte Kunden können im Rahmen einer Werksführung die Grundprinzipien der Produktion verfolgen. Bei der Ausgestaltung des Besucherweges hat man sich erneut für ein DIALOGBILD entschieden um die einzelnen Prozesse der Fertigung im Karosseriebau zu visualisieren.

Die Abläufe und Zusammenhänge können auf den ersten Blick erfasst werden und sind aus der Vogelperspektive leicht verständlich dargestellt.

Im Ablauf wurde das Dialogbild in mehreren Webkonferenzen inhaltlich erarbeitet. Gemeinsam mit einem Illustrator und Berater von DIALOGBILD und einem Team der AUDI AG unter Christopher Nussbaums Führung wurden die Themen entwickelt und teilweise live skizziert. Alle Beteiligten konnten auf diese Weise aktiv in den Entwicklungsprozess eingebunden werden und hatten die Möglichkeit das Dialogbild mitzugestalten. Nach dem letzten inhaltlichen Feinschliff wurde das Dialogbild abschließend farblich und in einem hohen Detaillierungsgrad visualisiert.

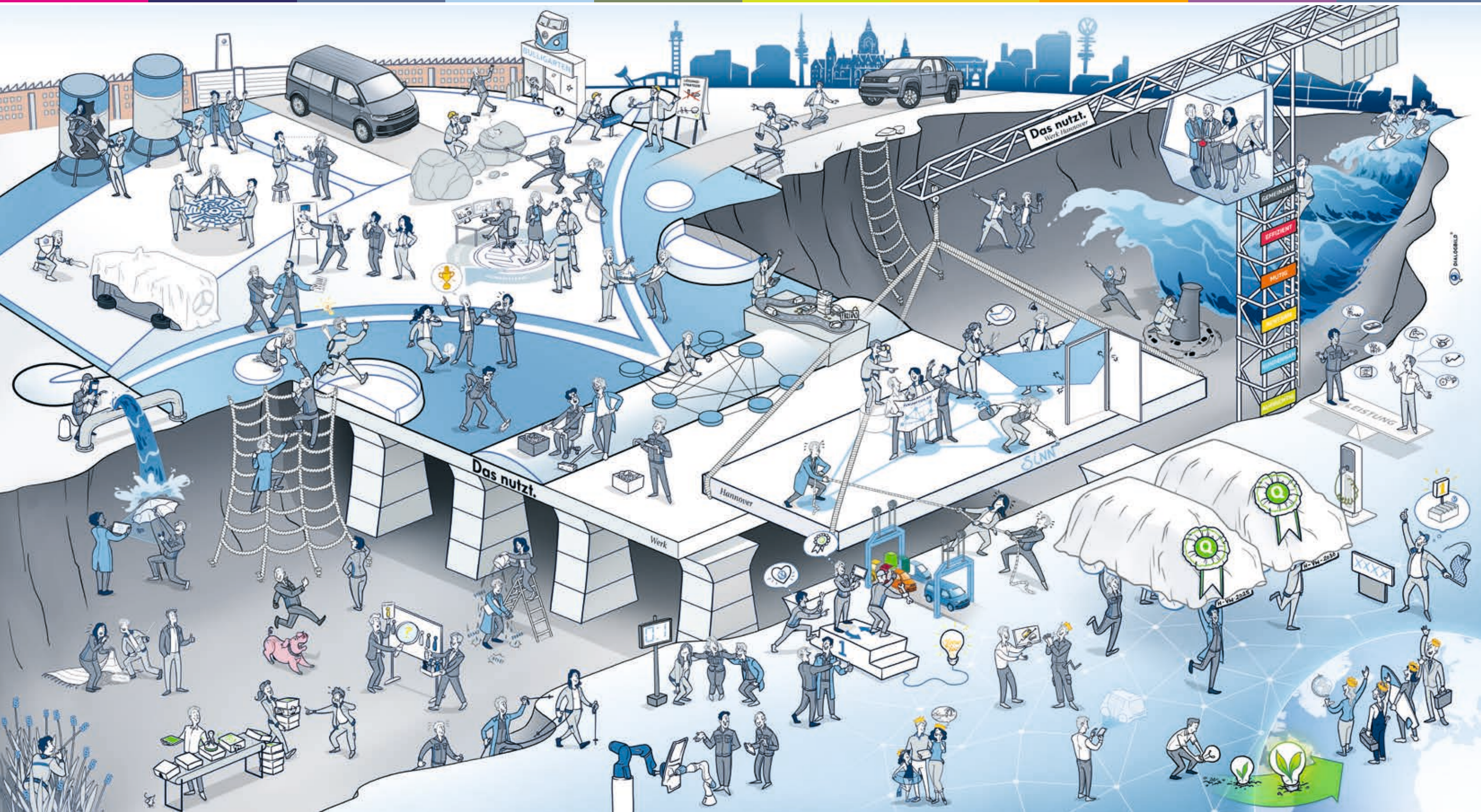


Christopher Nussbaum
I/PI AUDI AG

„Uns war es wichtig unsere Produktionsabläufe leicht verständlich darzustellen, um den Mitarbeiter*innen und Besuchern einen Gesamtüberblick zu vermitteln. Dafür eignen sich die Illustrationen von DIALOGBILD im besonderen Maße. Komplizierte Prozesse möglichst einfach zu visualisieren ist die Stärke von DIALOGBILD, daher haben wir uns für eine Zusammenarbeit entschieden. Das Ergebnis bekräftigt unsere Entscheidung die anderen Bereiche im Werk Ingolstadt mit dem Instrument „Dialogbild“ darzustellen.“



Für die detailgetreue Abbildung und dem damit verbundenen Wiedererkennungswert haben wir der DIALOGBILD GmbH verschiedene Ansichten aus dem täglichen Betrieb zukommen lassen. So konnten selbst komplexe Prozesse realitätsnah und verständlich abgebildet werden, um auch den Besuchern des Werkes einen anschaulichen Eindruck der Arbeitsschritte zu vermitteln.



TRANSFORMATION WERK HANNOVER

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 Ver-

ständnis 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.



Nutzfahrzeuge



„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.“

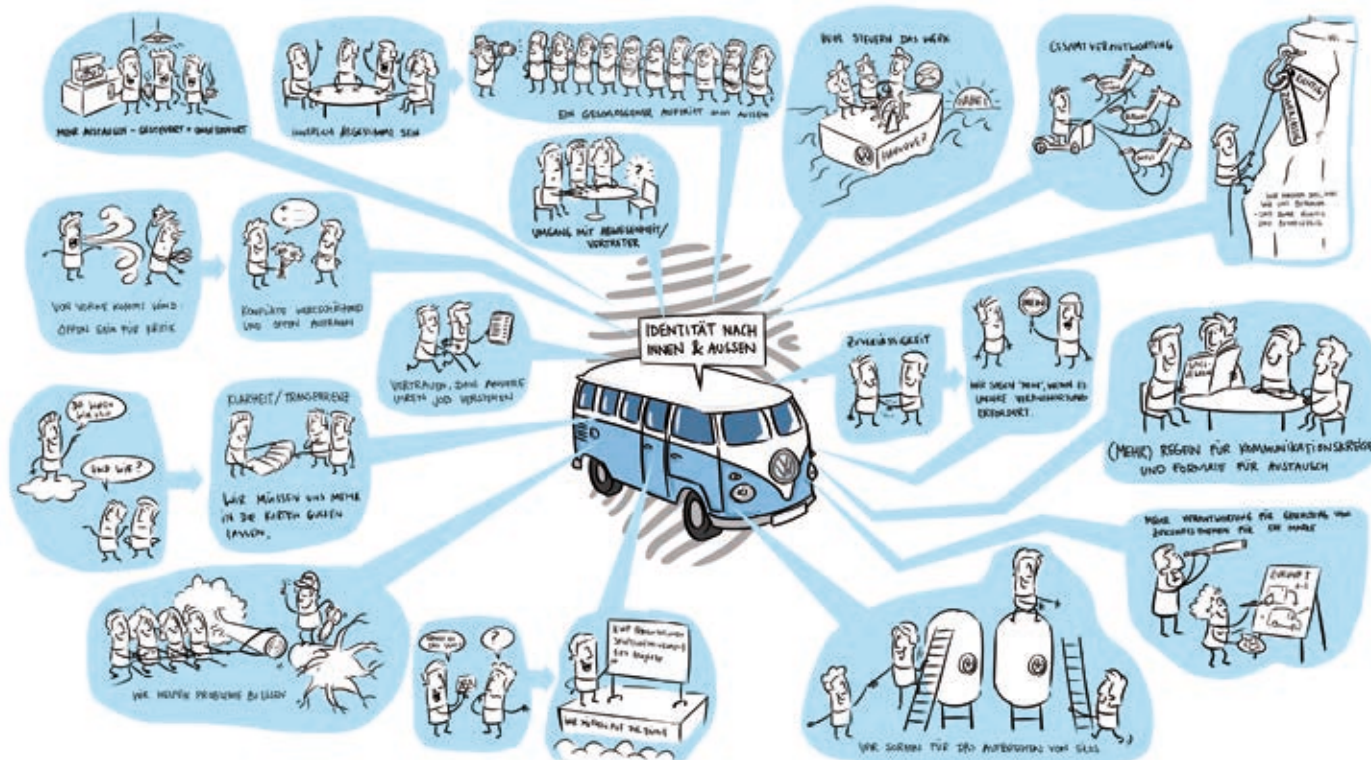


LIVE-ILLUSTRATION & GRAPHIC RECORDING IN WORKSHOPS: UNSERE TOOLS ZUR STRATEGIEENTWICKLUNG

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.



EINIGE BEISPIELSZENEN

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

DIALOGBILD begleitet Veranstaltungen und entwickelt auf der Bühne vor den Augen der Teilnehmer einzelne Szenen oder ein ganzes Bild. Die Interaktion zwischen Illustrator und Publikum steht hierbei im Focus. Die Teilnehmer werden so in den Entstehungsprozess eingebunden. Dies ermöglicht nicht nur eine Steigerung für das Bewusstsein und die Akzeptanz der Themen, die Teilnehmer werden vielmehr auch zu deren Botschaftern.

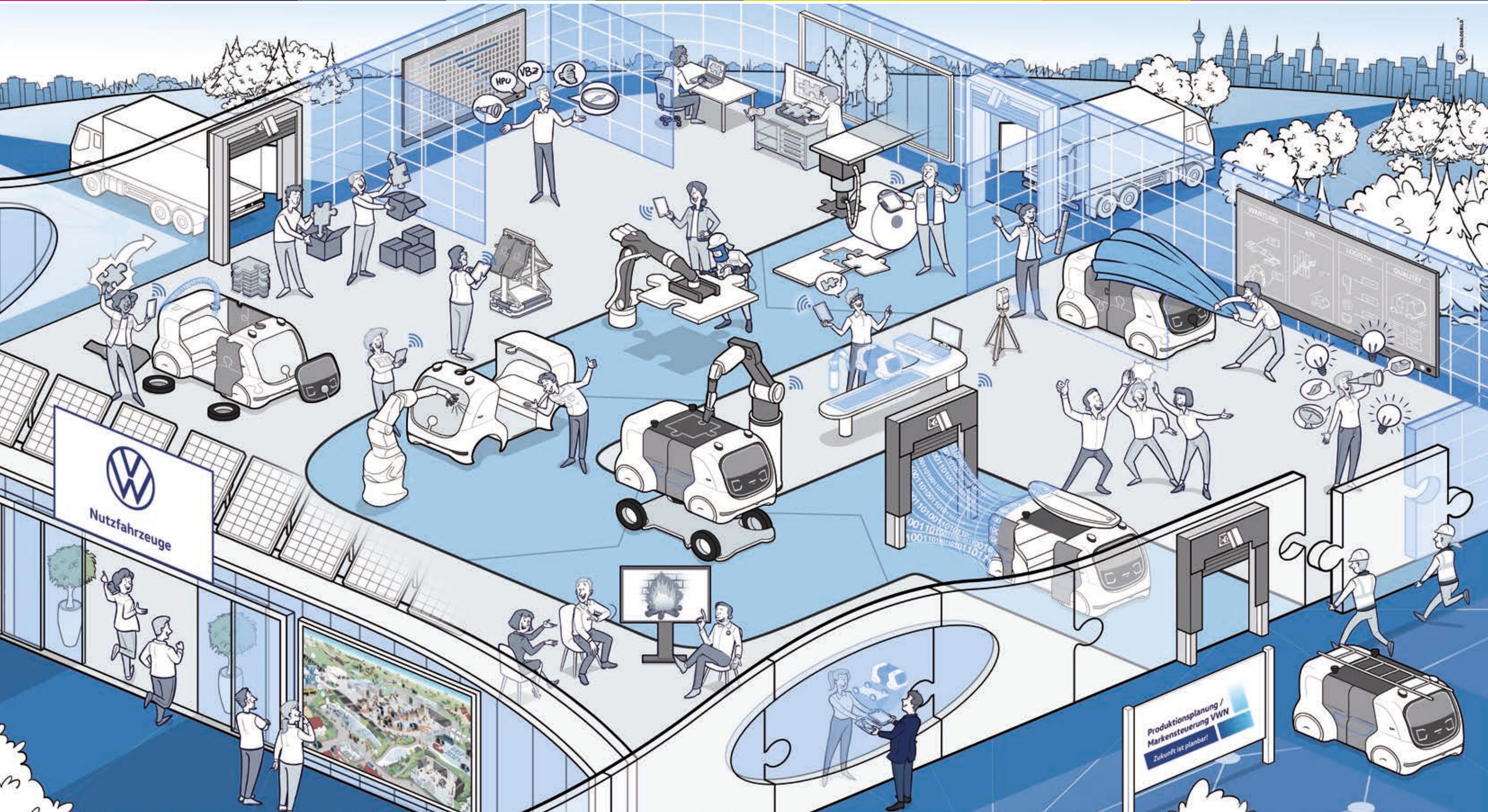
WORKSHOP

In der Gruppe werden die vorher definierten Inhalte bearbeitet und diskutiert. Der Moderator führt die Diskussion, der Illustrator übersetzt die Inhalte parallel in Bilder. Das Ergebnis ist eine Skizze zur anschließenden Ausarbeitung des DIALOGBILD-Mediums. Bei mehreren parallel arbeitenden Gruppen können die Teil-Ergebnisse während der Veranstaltung konsolidiert werden, sodass am Ende ein gemeinsames Ergebnis vorliegt.

GRAPHIC RECORDING

DIALOGBILD begleitet Meetings und Unternehmensveranstaltungen mit einem Illustrator und dokumentiert die Vorträge der Teilnehmer zeitgleich visuell. Die Teilnehmer erhalten durch das Graphic Recording - auch Visual Recording genannt - ein visuelles Protokoll der einzelnen Themen. Dieses entsteht wahlweise an einer Meta-planwand oder per Zeichentablett und Beamer am Rechner.





Nutzfahrzeuge

SMART GEPLANT

DIE FABRIK DER ZUKUNFT

Die Produktionsplanung / Markensteuerung VWN leistet mit über 1.000 Beschäftigten einen entscheidenden Beitrag zum langfristigen Unternehmenserfolg der Marke Volkswagen

Nutzfahrzeuge. Der Bereich verantwortet die Ausgestaltung der Produktion von Morgen. In gewerkeübergreifenden Teams werden Konzepte zur Umsetzung von neuen Fahrzeugpro-

jekten erarbeitet. Neben der Beeinflussung der Produkte hin zu einer fertigungsgerechten Produktgestaltung steht ebenso die fertigungs- und termingerechte Bereitstellung von Anlagen sowie Bauteilen im Fokus des Bereichs.

Im Rahmen der Strategiearbeit wurde in Zusammenarbeit mit DIALOGBILD

eine Bildwelt erarbeitet, die die Interaktion der einzelnen Abteilungen sowie das gemeinsame Ziel, eine SMART GEPLANTE Fabrik, in den Mittelpunkt stellt. Das für die Mitarbeitenden des Bereichs gestaltete Kommunikationsmedium stellt die Vielfalt der Aufgaben und Verantwortlichkeiten der einzelnen Abteilungen dar. Somit soll die

Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Zielbild des Bereichs sowie mit dem eigenen Aufgabengebiet gestärkt werden.

NEUE PRODUKTE, NEUES TOYOTA

DAS PRODUKT-PORTFOLIO FÜR DAS JAHR 2013

Bei Toyota steht das Jahr 2013 unter dem Slogan „Neue Produkte, neue Kunden, neues Toyota“. Um die Händler mit ins Boot zu nehmen, entwickelten wir ein Kommunikationspaket, bestehend aus einem Dialogbild und zwei Scribblefilmen. Auf der Händlertagung im Dezember 2012 wurde den Händlern anhand des Dialogbildes die Strategie für 2013 erklärt. Mit Hilfe der Scribblefilme wurde der Ablauf

beim Hybrid-Check und der 5 Jahres-Inspektion visualisiert. Mit einem gemeinsamen Verständnis über die neuen Produkte, die neuen Kundengruppen sowie die neuen Ziele startet Toyota nun ins neue Jahr.

Im Fokus der Bildwelt steht der Toyota-Händler. Dort findet man von der Werkstatt, der Direktannahme, bis hin zum Kundenservice alle Dienstleistungen. Auf dem Hof stehen die neuen Produkte und werden der jeweiligen Zielgruppe präsentiert. Ein wichtiges Bildelement ist die Straße, diese führt von der Vergangenheit vorbei an der Händlertagung 2012 und dem Händlergebäude, hin zu dem übergeordneten Ziel in 2020.

EINIGE BEISPIELSZENEN AUS DEM DIALOGBILD



Der neue Auris

Produktpräsentation beim Händler soll ein Erlebnis für die Kunden sein. Personen mittleren Alters, die immer noch abenteuerlustig sind, sind die Zielgruppe des Auris. Das Auto wird es ebenfalls in der Hybrid-Ausstattung geben.



Service-Coaching

Händler können von Toyota ein Service-Coaching bekommen, um die Kunden besser beraten zu können. Toyota hat dafür extra ein Coaching-Center in Köln aufgebaut.



Zielgruppe

Die Festlegung einer Zielgruppe für ein bestimmtes Auto hilft dem Verkäufer später bei der Beratung. Bei Toyota findet jede Kundengruppe ein passendes Fahrzeug, egal ob es ein junges Ehepaar ist oder ein Schlüsseldienst.

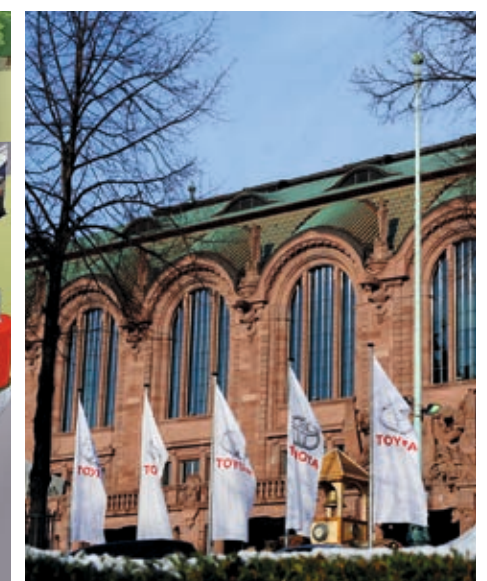


Marcus van Marwick

Leiter Handelsmarketing & BTL Kommunikation
TOYOTA DEUTSCHLAND GMBH

„Wir sind mit einer klaren Vorstellung proaktiv auf Dialogbild zugegangen. Unser Ziel war es, einen aussagekräftigen Blick über das gesamte Jahr zu geben. Der Einsatz spielerischer Visualität sollte dabei helfen, komplexe Themen für die breite Empfängergruppe im Autohaus (GF, VK-Leiter bis hin zum Auszubildenden) zu vereinfachen und zu veranschaulichen und so ein gemeinsames Verständnis herzustellen.“

Obwohl wir im Vorfeld durchaus kritisch bzgl. des Abstimmungsaufwandes waren, wurden wir hier sehr positiv überrascht und der interne Zeitaufwand war aufgrund einer professionellen und schnellen Auffassungsgabe seitens Dialogbild deutlich reduzierter als erwartet. Beeindruckend ist auch die Detailschärfe mit der sich die Themen in Bilder umsetzen ließen. Entsprechend positiv wurde das Endresultat bei allen aufgenommen.“





NEUE PRODUKTE. NEUE KUNDEN. NEUES TOYOTA.



TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH

Markenvision

VOLUMENZIEL 2013 ERREICHT

2013

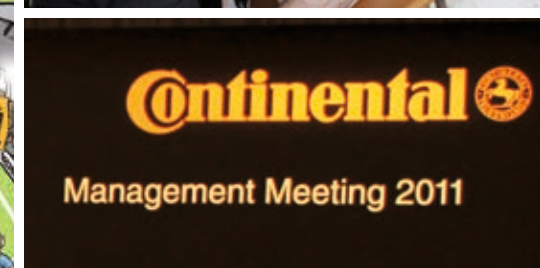
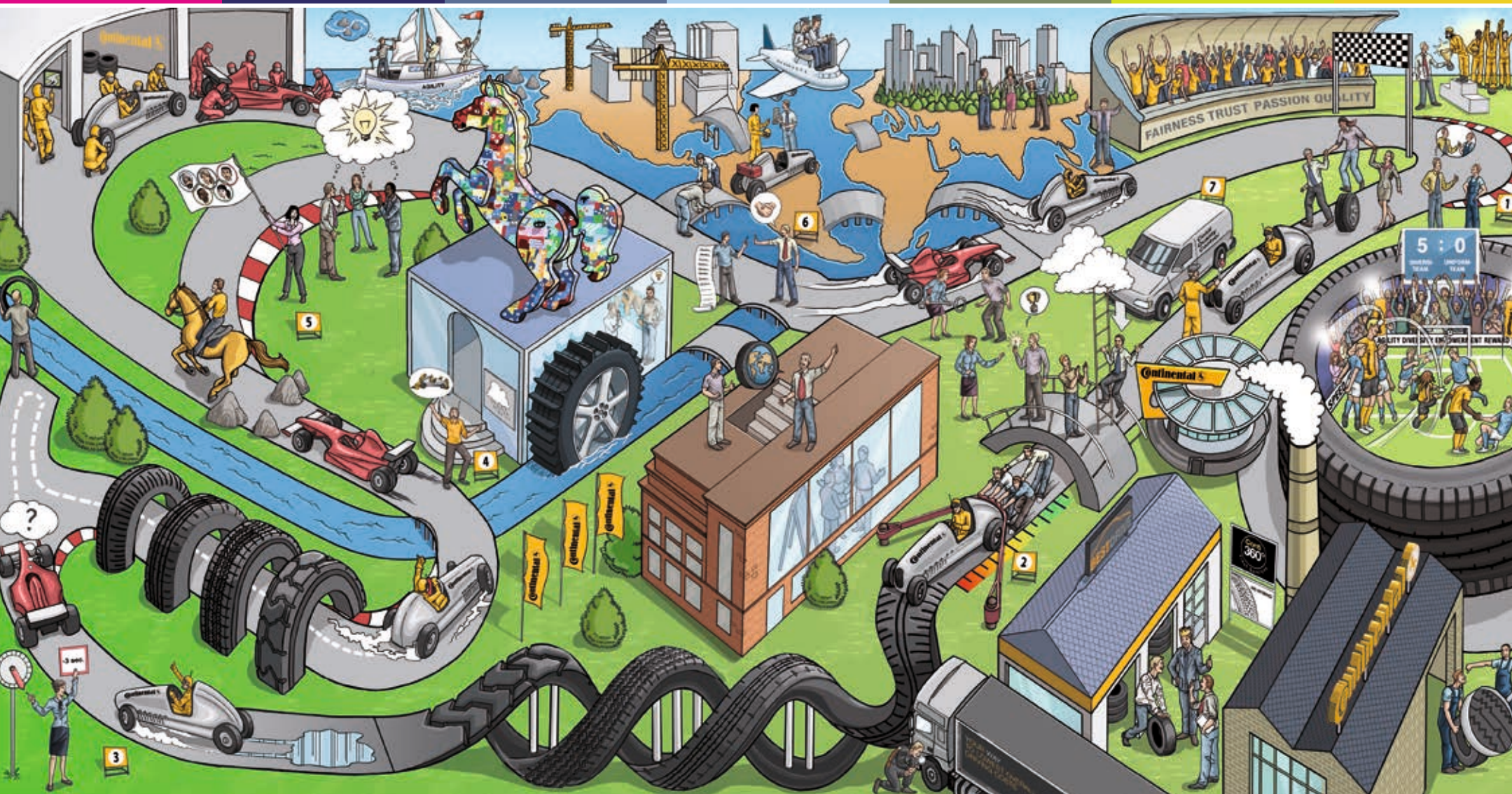
Neukunden
Neuwagen-Tours

Prämie
Werbung
WKZ
Bank

Prämie
Werbung
WKZ
Bank

Prämie
Werbung
WKZ

Prämie
Werbung
WKZ
Bank



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 zu-

geordnet, 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.



DRIVE YOUR CAREER



Das Dialogbild „Drive Your Career“ wird bei Willkommens-Veranstaltungen für neue Mitarbeiter eingesetzt. Mit Hilfe des Dialogbildes wird den neuen Mitarbeitern ihr Weg durch das Unternehmen erklärt. Verschiedene Karriere-Optionen und Weiterbildungsmöglichkeiten stehen zur Verfügung.



Beispielszene „BASICS-Award für Innovation und Eigenverantwortung“

Seit 2003 verleiht Continental jährlich den sogenannten BASICS-Award. Ausgezeichnet werden Mitarbeiter/innen oder Teams, die sich durch beispielhafte Initiativen und außerordentliche Einsatzbereitschaft bei der Umsetzung der Unternehmensleitsätze BASICS für den Konzern engagieren. Eingereicht werden können Projekte in verschiedenen Kategorien, die sich aus den BASICS ableiten lassen: Stakeholder, Produkte und Dienstleistungen, Unternehmenskultur.



Matthias Metzger
Leiter Personal
F&E/Erstausrüstung Reifen
Continental AG

„Wir setzen das Continental-Dialogbild mit Erfolg im Rahmen der Einführungsveranstaltungen für neue Mitarbeiter ein, die ca. 10 x jährlich stattfinden (jeweils ca. 70 Teilnehmer). Das Dialogbild bietet eine kreative und unkonventionelle Möglichkeit, schwer greifbare Personalthemen einfach und verständlich darzustellen. Auch im internationalen Umfeld kommt das Dialogbild gut an. Kollegen aus Costa Rica haben die Methode ebenfalls bereits eingesetzt und gute Erfahrungen damit gemacht.“



LEADERSHIP COMPETENCIES



The Power to Surprise

Kia Motors ist ein Automobilhersteller aus Südkorea. Seit 1998 gehört Kia Motors zur Hyundai Motor Group, dem fünftgrößten Fahrzeughersteller der Welt. Für diesen Erfolg ist das Personal der Hyundai Motor Group ein wichtiger Faktor. Um diesen Erfolgsfaktor weiter auszubauen, wurde ein weltweit einheitliches Kompetenzmodell für alle Führungskräfte entwickelt.

Der Erfolg eines internen Projektes hängt jedoch oftmals mit der internen „Vermarktung“ bei den involvierten Mitarbeitern zusammen. So ist die Akzeptanz bei der Implementierung eines neuen Personaltools immer größer, wenn die betroffenen Mitarbeiter umfassend informiert und überzeugt werden. Um dies zu erreichen hat sich Kia Motors Europe, das europäische Headquarter in Frankfurt, entschieden, wieder zur bereits bewährten Dialogbild-Methode zu greifen. Im Rahmen einer kleinen Arbeitsgruppe entstand so

innerhalb von drei Monaten das Dialogbild „Leadership Competencies“. Die Besonderheit in diesem Dialogbild wird auf den ersten Blick bereits sichtbar: Die hier verwendete Bildwelt basiert auf dem Inneren eines Kia-Sportage, welcher für dieses Dialogbild von unseren Illustratoren originalgetreu nachgezeichnet wurde. Die Message hinter dieser Bildwelt ist genauso einfach wie stark. Wir wissen, dass unsere Mitarbeiter viel können. Um die PS jedes einzelnen jedoch auch auf die Straße zu bringen, müssen wir ihn richtig führen.



Laura Wilcke
Personal-entwicklerin
Kia Motors Europe

„Wir haben bei Kia Motors eine klar definierte Vision und Strategie für die kommenden Jahre. Das bringt viele spannende Herausforderungen mit sich, die wir mit der gesamten Belegschaft bewältigen wollen. Wir wissen, dass unsere Mitarbeiter viel können. Um jedoch – bildlich gesprochen – die PS jedes einzelnen auch auf

die Straße zu bringen, müssen wir unsere Mitarbeiter richtig führen. Der erste Schritt war also für uns in der Personalabteilung, unsere Führungskräfte zu noch besserer Führung zu befähigen. Ein entsprechendes Kompetenzmodell wurde auf globalem Level ausgearbeitet und in die verschiedenen Regionen kommuniziert. Wir, im europäischen Headquarter in Frankfurt, wollten jedoch mehr als „nur“ ein schönes Schriftstück, um dieses Kompetenzmodell noch besser kommunizieren zu können. Es sollte etwas sein, das auch intuitiv zugänglich ist, emotional anspricht und Motivation erzeugt. Da wir bereits ein

Dialogbild für unseren Onboarding-Prozess haben, war uns klar, dass die Dialogbild-Methode sich auch für unser aktuelles Anliegen sehr gut eignet. Aufgrund der professionellen Beratung und der kreativen Umsetzung, haben wir bereits bei der Konzeption der Bildwelt gemerkt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Unser Szenen-Workshop in Hamburg hat diesen Eindruck nochmals gefestigt. Die weitere Ausarbeitung verlief ebenfalls reibungslos und konstruktiv, sodass wir in relativ kurzer Zeit staunend die Feinillustration unserer Workshop-Skizze in den Händen hielten.“



The Power to Surprise

ONBOARDING

Für Onboardingprozesse bei KIA Motors entwickelte Dialogbild ein E-Learning-Tool. Kia Motors setzt das interaktive Dialogbild bei Willkommens-Veranstaltungen für neue Mitarbeiter ein. Geprägt durch die Werte „People“, „Collaboration“, „Globality“, „Challenge“ und „Customer“ werden

die Standorte sowie die einzelnen Bereiche der Europa-Zentrale vorgestellt. Die interaktive Umsetzung ermöglicht es den Mitarbeitern, sich selbstständig über die Funktionen und Zusammenhänge der einzelnen Bereiche zu informieren.

Beate Baier
Manager OD & Training
KIA Motors

„Kia Motors ist seit 2012 in den top 100 global brands. Die Marke und der Bekanntheitsgrad dahinter ist also enorm gewachsen. Gleichzeitig steigt die Mitarbeiterzahl in dem europäischen Headquarter in Frankfurt, als auch in den einzelnen europäischen Sales Corporations. Eine Optimierung

und Standardisierung des Onboarding Prozesses neuer Mitarbeiter ist daher unabdingbar, um die Außenwirkung der Marke auch intern zu leben.

Wir haben uns für das interaktive Dialogbild als optimale Ergänzung zum regulären „Onboarding“ entschlossen, da wir somit auch individuell, in den kleineren Länderdependancen, die verschiedenen Abteilungen, Arbeitsweisen sowie unsere globalen Unternehmenswerte kommunizieren können.“



Einfach
den QR-Code
einscannen.

PRODUKTSCHAU - WIRTGEN ROAD TECHNOLOGY DAYS

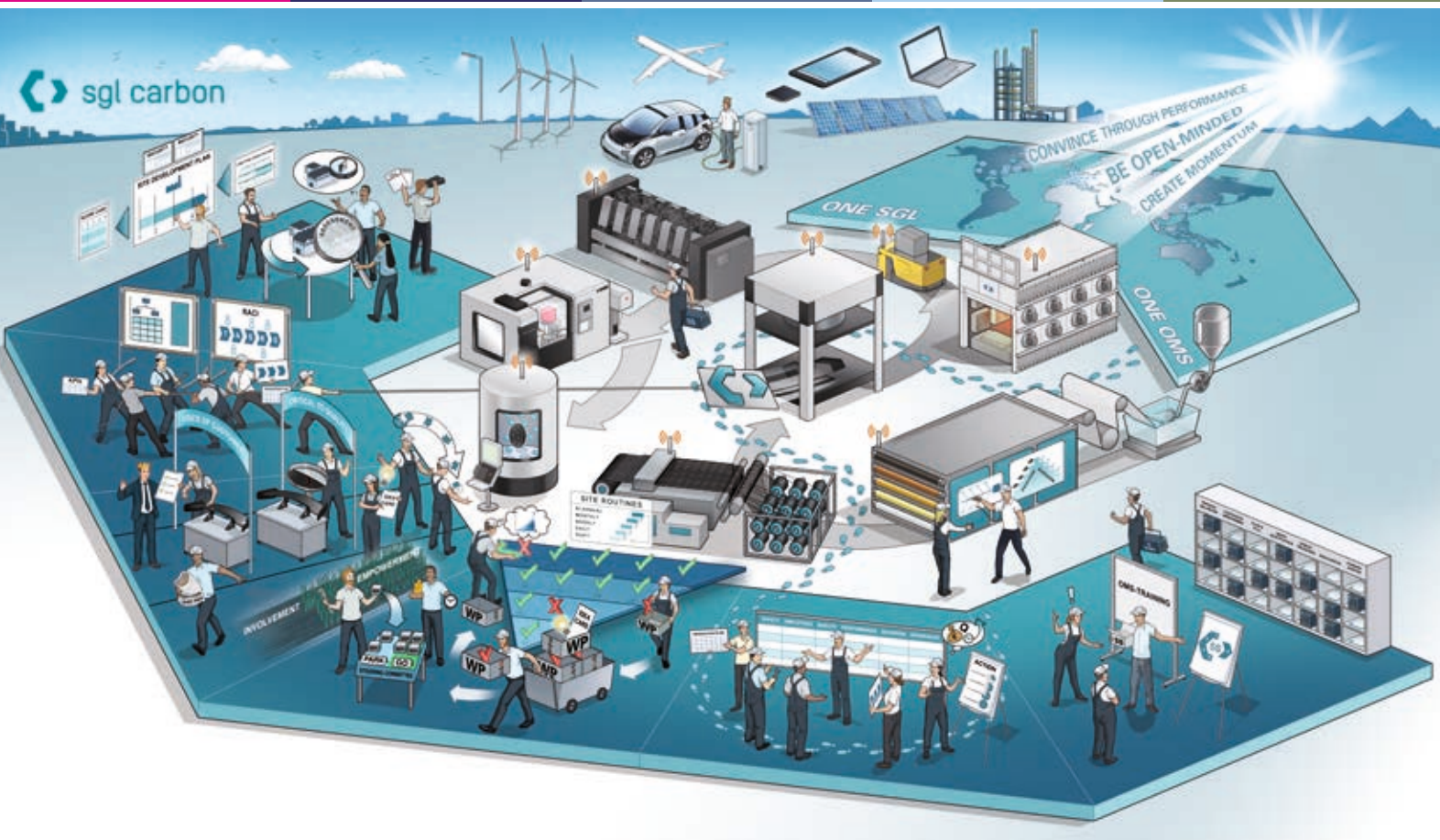


Seit mehr als 50 Jahren bietet die Wirtgen Gruppe innovative Lösungen für den Straßenbau. Die aus der Gruppe stammende Hamm AG entwickelt dabei für die verschiedensten Aufgabenstellungen des Erd- und Straßenbaus äußerst anwendungsfreundliche Maschinen für das Verdichten. Alle zwei Jahre stellt die gesamte Gruppe anhand einer Großveranstaltung seinen Kunden aus aller Welt die eigenen Produkte und Lösungen vor. 2014 findet die Veranstaltung bei der Hamm AG im bayrischen Tirschenreuth statt.

Überproportional dargestellt, verbildlichen die Szenen die Highlights rund um die Ausstellung. Im großen Festzelt erkennt der Betrachter beispielsweise das Abendprogramm mit einem schmackhaftem Dinner und einer Liveband. Auch die im Freien angelegte Produktschau lässt sich zügig im Bild wiederfinden. Auf einer Tribüne kann der Besucher live die Benutzung und Anwendung der Maschinen bestaunen. Der Betrachter dieser Event-Map findet sich somit auf dem großen Firmengelände schnell zurecht und kann selbst entscheiden, welches Highlight er als nächstes besuchen möchte.

Stefan Schulze
Projektmanager Marketing Hamm AG

„Die Zusammenarbeit mit DIALOG-BILD war fantastisch. In kurzer Zeit entwickelten wir gemeinsam einen Eventplan, der alle wichtigen Inhalte dem Betrachter schnell und effektiv vermittelt.“



OPERATIONAL MANAGEMENT SYSTEM



Die SGL Carbon ist ein technologiebasiertes und weltweit führendes Unternehmen bei der Entwicklung und Herstellung von kohlenstoffbasierten Lösungen. Ihre hochwertigen Materialien und Produkte aus Spezialgraphit und Verbundwerkstoffen kommen in

zukunftsbestimmenden Industriebranchen zum Einsatz: Automobil, Luft- und Raumfahrt, Halbleitertechnik, Solar- und Windenergie, LED sowie bei der Herstellung von Lithium-Ionen-Batterien und anderen Energiespeichersystemen. Darüber hinaus entwickeln wir Lösungen für die Bereiche Chemie und industrielle Anwendungen. Materialien, Produkte und Lösungen der SGL Carbon sind in die großen

Zukunftsthemen eingebunden: nachhaltige Mobilität, neue Energien und branchenübergreifende Digitalisierung. Weiterentwicklungen in diesen Bereichen erfordern intelligentere, miteinander vernetzte, effizientere und nachhaltige Lösungen. Hier setzt die unternehmerische Vision der SGL Carbon an: einen Beitrag zu leisten zu einer smarteren Welt.



Thomas Lagler
Head of Operations
Excellence GMS

„Mit der Entwicklung und Einführung eines eigenen, gruppenweit einheitlichen Produktionssystems, dem sogenannten Operation Management System sind wir bei der SGL Carbon den nächsten logischen Schritt gegangen, der auch unsere beiden Geschäftsbereiche vernetzt. Als weltweit agierendes Unternehmen müssen wir auf Standards setzen, um in jedem Land die gleiche Qualität produzie-

ren und unseren Kunden zur Verfügung stellen zu können. Unser OMS besteht aus sechs Elementen und 26 Prinzipien, die wir gemeinsam mit Dialogbild in unserem Logo dargestellt haben. Dies macht die Verbreitung und Erklärung des Systems weltweit einfacher. Wir gehen damit in den direkten Dialog mit unseren Mitarbeitern und haben bislang sehr positives Feedback bekommen.“



DIE HAHN GRUPPE - TRADITIONELL INNOVATIV!



Hahn Gruppe

„Die Hahn Gruppe ist eines der größten Automobilhandelsunternehmen in Deutschland. Mit rund 2.000 Mitarbeitern und 35 Betrieben der Marken Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Porsche, Skoda und Seat

in der Metropolregion Stuttgart hat Hahn seit 100 Jahren eine starke Marktposition und ist ein verlässlicher Partner für Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Die Automobilbranche befindet sich im größten Umbruch ihrer Geschichte. Seit jeher hat die Unternehmerfamilie Hahn innovative Ideen umgesetzt und ist neue Wege gegangen, die die Firma zu einem überaus erfolgreichen

Unternehmen gemacht haben. Im Jahr 2018 hat das Management eine langfristige Strategie erarbeitet, die neben wirtschaftlichen Faktoren vor allem auch Themen wie Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle einbezieht. Dieses rund 150 Seiten starke Papier in einfacher Form allen Mitarbeitern verständlich zu machen, war die große Herausforderung, die uns auf die Firma DIALOGBILD aufmerksam gemacht hat.



Steffen Hahn,
Geschäftsführender
Gesellschafter der
Hahn Gruppe

Die Idee, Inhalte über ein Bild mit hinterlegten Klickpunkten für Erklärungen darzustellen, hat uns sofort überzeugt. Entstanden ist ein spannendes Werk, das die Mitarbeiter animiert sich näher mit den einzelnen Strategiepunkten zu beschäftigen. Gerade auch zur Verwendung in

Vorträgen und Präsentationen eignet sich das Bild hervorragend, da wahlweise einzelne Themen herausgegriffen werden können, ohne dabei den Blick auf die Gesamtstrategie zu verlieren. Bei unserer Vortragsreihe in allen Betrieben anlässlich des Jahresauftaktes 2019 haben die Mitarbeiter begeistert auf die Präsentation der Strategie reagiert. Immer wieder wechselnde Szenen haben es möglich gemacht, die Aufmerksamkeit und das Interesse der Mitarbeiter über einen langen Zeitraum zu erhalten. Die Zusammenarbeit mit „Dialogbild“

war sehr angenehm und partnerschaftlich. In einem ganztägigen Workshop wurde gemeinsam mit dem Team von „Dialogbild“ die Strategie perfekt in einzelne Szenen umgesetzt. Faszinierend war, wie aus einzelnen Themen ein ganzes Bild entstanden ist, das unsere Strategie wie ein Puzzle zu einer Einheit zusammensetzt. Es würde mir schwer fallen eine Lieblingsszene zu benennen. Das Strategiebild der Hahn Gruppe überzeugt mich in seiner Gesamtheit. Jederzeit würden wir wieder unsere Strategie mit Unterstützung der Firma DIALOGBILD darstellen lassen.“



FUTURE OF WORK - VISUALISIERUNG DER FÜNF WORKSTREAMS



Jungheinrich, gegründet im Jahr 1953, zählt mit 3,8 Mrd. Euro Umsatz und mehr als 18.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit zu den führenden

Lösungsanbietern für die Intralogistik. Mit einem umfassenden Portfolio an Flurförderzeugen, Automatiksystemen und Dienstleistungen bietet das Unternehmen seinen Kunden passgenaue Lösungen für die Herausforderungen der Industrie 4.0 aus einer Hand. Jungheinrich

verfügt über eine brancheneinmalige Energiekompetenz und ist Vorreiter in der Lithium-Ionen-Technologie. Ziel von Jungheinrich ist es, weltweit die 1. Wahl in der Intralogistik zu sein. Mit der Konzernstrategie 2025+ hat das Unternehmen sich dem Ziel verpflichtet,

nachhaltig Werte zu schaffen – für seine Kunden, Mitarbeitenden, Aktionäre und Geschäftspartner sowie für die Gesellschaft insgesamt. Mit dem internationalen, funktions- und hierarchieübergreifenden Programm „Future of Work“ hat Jungheinrich einen langfristigen Transformations- und Kulturentwicklungsprozess begonnen, der

die Arbeitswelt der Zukunft im Unternehmen aktiv gestaltet. Jungheinrich stellt dabei die erfolgreiche Zusammenarbeit auf allen Ebenen in den Mittelpunkt und nutzt Chancen der Digitalisierung sowie neue Arbeitsformen bestmöglich für die Weiterentwicklung der Organisation weltweit. Wie sich das auf unterschiedliche Aspekte der Arbeit auswirkt zeigt

das Future of Work Dialogbild. Jungheinrich hat sich dabei für einen modernen und puristischen Illustrationsstil entschieden: Flat 2.0. Das Flat-Design legt den Fokus auf einfache, klare Strukturen. So unterstreicht der gewählte Design-Stil die klare Bildsprache, mit der Jungheinrich seine Vision der zukünftigen Arbeitswelt auf einen Blick vermittelt.



Für MAN entwickelten wir einen Kalender zu den einzelnen Kompetenzen im Bereich Professional, Cooperation, Entrepreneurship und Leadership. Auf jedem Kalenderblatt visualisierten wir ein Thema. Verteilt wurde der Kalender an 200 internationale HR Manager.



Professional: Project management



Leadership: Compliance



Professional: Innovation & optimization skills



Leadership: Personnel development



Professional: Problem solving skills



Leadership: Visible leadership

Lufthansa Technik

Das Ziel von Lufthansa Technik ist klar: durch mitarbeiterorientierte Führung ein besseres Miteinander erreichen. Um dieses Ziel zu erreichen, entwickelte Lufthansa Technik unter anderem den Führungskompass, der den Führungskräften Orientierung und Transparenz bietet. Im Führungskompass steht das geforderte Führungsverhalten, bei dem es nicht nur um fachliche und methodische Qualifikationen, sondern auch vor allem um soziale Kompetenzen geht. Um den Führungskräften einen ständigen Leitfaden mit auf den Weg zu geben, entwickelten wir auf Basis des Führungskompasses einen Führungsguide in Form eines Wochenkalenders. Jede Woche erhält die Führungskraft einen neuen Denkanstoß zu ihrem Führungsstil.



Führung geht nur im Team

Führung macht Spaß und ist wirksam, wenn Führungsteams an einem Strang ziehen und auf einer Welle schwimmen.



Interesse am Menschen

Menschen haben ein Bedürfnis, gesehen und geachtet zu werden. Entziehen wir unseren Mitarbeitenden dies, verlieren wir ihre Loyalität und ihr Engagement.



Belastung fair verteilen

Oft beauftragen Führungskräfte nur ihre besten Mitarbeitenden mit zusätzlichen Aufgaben. Das kann zu einer „schiefen“ Verteilung von Belastung im Team und damit zu Überforderung bzw. Unterforderung Einzelner oder sogar zu Konflikten führen.



Fehlerursachen gemeinsam finden

Fehler sind wichtig für Verbesserungen. Um sie aber nicht zu wiederholen, ist es sehr wichtig, die Ursachen zu finden. Fragen Sie Ihre Mitarbeitenden nach möglichen Ursachen und binden Sie sie bei der Behebung ein.



SCHAEFFLER

AKTUELLES 3D-PROJEKT

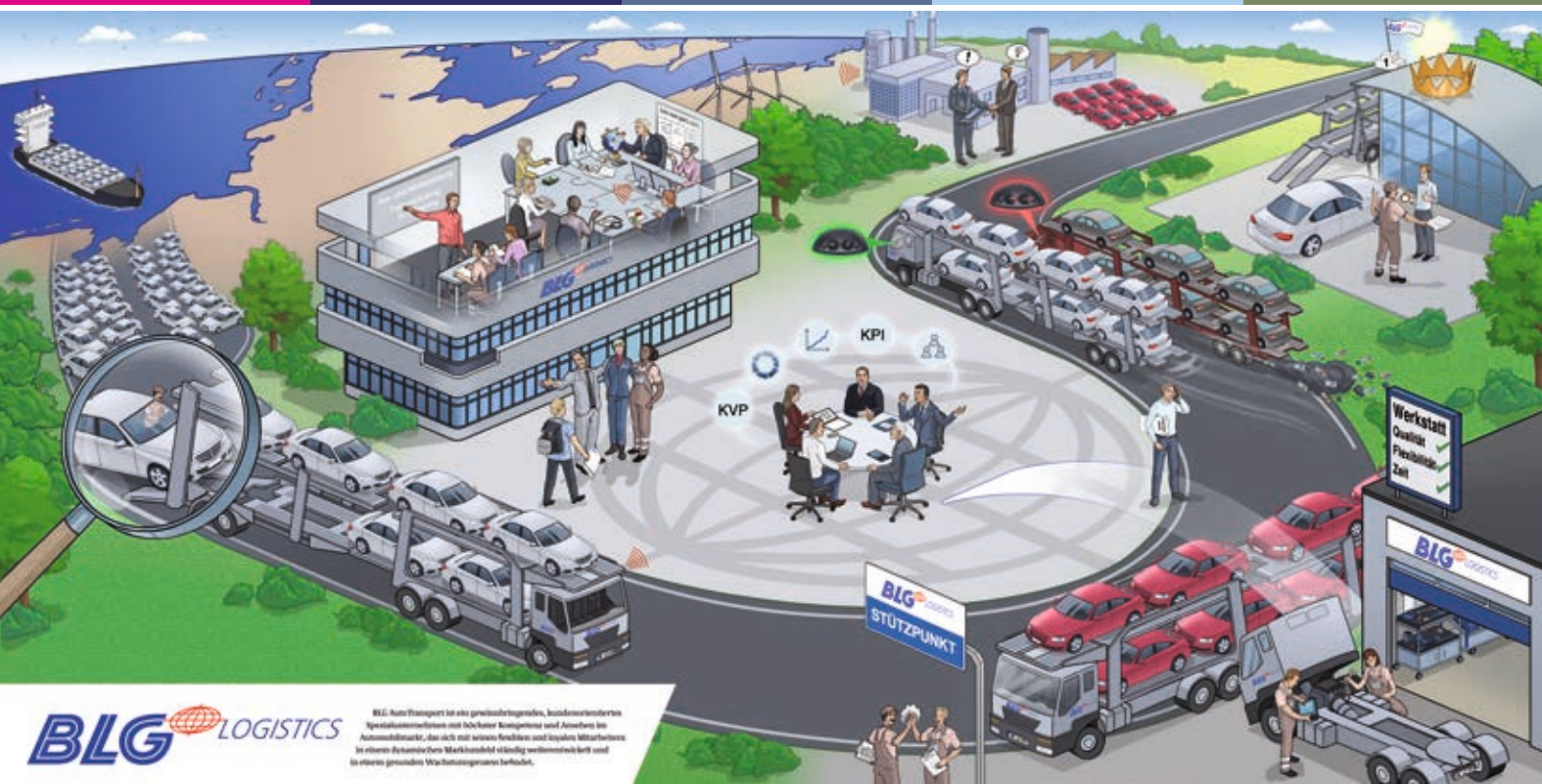
WEITERE INFORMATIONEN
ZUM PROJEKT AUF:
WWW.DIALOGBILD.DE



SCHAEFFLER

AKTUELLES 3D-PROJEKT

WEITERE INFORMATIONEN
ZUM PROJEKT AUF:
WWW.DIALOGBILD.DE



50 SEITEN STRATEGIE = 1 DIALOGBILD



BLG AutoTransport ist eine feste Logistik-Größe im Markt. Als eben dieser Automobil-Logistik Dienstleister ist es enorm wichtig, die zentrale Strategie dezentral richtig zu platzieren und zu steuern. Genau mit dieser Herausforderung hat sich das Unternehmen an DIALOGBILD gewandt. Im Rahmen einer Arbeitsgruppe von BLG AutoTransport und DIALOGBILD wurden in mehreren vor Ort Sitzungen erst das visuelle

Grundgerüst entwickelt, anschließend exemplarische Szenen gemeinsam definiert und ausgearbeitet. Immer mit dem Ziel im Blick die Unternehmensstrategie anschaulich, verständlich und nachhaltig zu kommunizieren. Mit einer Flotte von 400 Lkw bewegt BLG AutoTransport jährlich rund eine Million Fahrzeuge. Daher war uns schnell klar: Das Dialogbild braucht viele Lkw. So bildeten wir einerseits den klassischen Transportweg von dem Beladen der Fahrzeuge bis zur Lieferung an den Kunden ab.

Andererseits war es uns aber auch ebenso wichtig die zentralen Einheiten und ihre Bedeutung darzustellen. Jeder BLG AutoTransport Mitarbeiter sollte sich in diesem Bild wiederfinden und seine Rolle im Rahmen der Strategie kennen. Doch natürlich braucht es für die tatsächliche Kommunikation neben dem Bild auch ein gutes Roll-Out Konzept. Daher entschied sich die Geschäftsleitung das Dialogbild höchstpersönlich in den einzelnen Niederlassungen vorzustellen und so mit den Mitarbeitern in einen Dialog zu treten.

Michael Bünning

Geschäftsführer BLG AUTOMOBILE LOGISTICS GmbH & Co. KG

„Was müssen wir tun, damit das große Ganze funktioniert? Das war eine klare Forderung aus der Belegschaft, der wir auch sehr gerne nachkommen wollten. Eigentlich keine große Aufgabe. Wir haben eine klar definierte Strategie, wir haben Leitsätze und eine Vision. Das alles ist in einem wenig spektakulären 50-seitigen Pamphlet zusammengefasst; und wir wollten uns nicht damit zufriedengeben, dass wir dieses Schriftstück - hübsch gebunden - jetzt an die Belegschaft schicken und dann davon ausgehen dürfen, dass jeder seinen Platz gefunden hat. Wir wollten

etwas Interessantes, etwas Anschauliches und Nachhaltiges. Auf der Suche danach sind wir auf die Firma DIALOGBILD gestoßen. Eine Strategie zu visualisieren? Tolle Idee! Aber wie schafft man das? DIALOGBILD und wir haben dann eine Arbeitsgruppe gebildet. Nachdem man sich mit unserer Strategie und somit mit unserem Umfeld vertraut gemacht hat, erhielten wir in der ersten Sitzung verschiedene Vorschläge, in welcher Form wir dieses darstellen können. Das war in dieser Phase noch sehr abstrakt und in unserer 6-köpfigen Arbeitsgruppe hatten wir mindestens sieben Meinungen. DIALOGBILD konnte uns aber sehr schnell „einfangen“, und wir konnten in sehr konzentrierter Arbeit unsere Strategie bildlich

entwickeln. In relativ wenigen Sitzungen, gefüllt mit konstruktiven Dialogen, haben wir den ersten Entwurf zu einem finalen Bild, indem wir uns alle wiederfinden, geformt. Dabei konnten wir uns auf eine höchst professionelle Unterstützung verlassen und gerade die Sicht aus verschiedenen Perspektiven hat uns sehr geholfen. Wenn wir jetzt behaupten, dass das finale Bild genauso ist, wie wir es uns vorgestellt haben, wäre das gelogen. Wir hatten vorher zwar ein Ziel aber ehrlich gesagt, keine Vorstellung. Resümierend können wir aber sagen, dass wir sowohl mit dem Endprodukt, als auch mit der Unterstützung von DIALOGBILD mehr als zufrieden sind. Das ist bestimmt nicht die letzte Zusammenarbeit.“

ZUKUNFTSBILD 2030



Die Bremer Straßenbahn AG betreibt einen Großteil des öffentlichen Personennahverkehrs in Bremen. Sie sorgt für nachhaltige Mobilität und plant für die Zukunft. Ob Digitalisierung oder Elektromobilität, demographischer Wandel oder Angebotsentwicklung - überall stehen in der Verkehrsbetriebe die Zeichen auf Veränderung.

Aufgrund des sich rasch entwickelnden Mobilitätsmarkts ist es erforderlich, dass wir neben einer effizienten Gestaltung und Erweiterung unseres bestehenden Angebots neue Mobilitätsformen erproben und bestehende Strukturen hinterfragen. Das Ziel der BSAG ist es, sowohl zu einer klimaneutralen Mobilität beizutragen, als auch die Lebensqualität der Stadt Bremen zu verbessern.

Im Jahr 2017 haben sie damit begonnen, die neue Zukunftsvision zu

erarbeiten und DIALOGBILD hat diese gemeinsam mit der BSAG visualisiert. Wo wollen wir im Jahr 2030 stehen? Wie sehen wir unsere Aufgabe? Welche Services wollen wir anbieten?

Das Ergebnis wurde im März 2018 allen Mitarbeitenden präsentiert.

Weitere Informationen:

Im BSAG Nachhaltigkeitsbericht 2017 wird ab Seite 10 der Hintergrund des Dialogbildes und seine Entstehung noch ausführlicher erklärt.

INZELNE SZENEN UND IHRE BEDEUTUNG



Arbeitsplätze, die man haben möchte

Wir sind die Top-Arbeitgeberin in unserer Stadt. Wir legen Wert auf ökologisches, gesundes und soziales Handeln.



Technik dient dem Menschen

Wir nutzen den technischen Fortschritt, sofern er den Menschen dient, um die Lebensqualität und Mobilität zu verbessern.



Technik erleichtert die Arbeit

Automatisierung und Digitalisierung nutzen wir zum Beispiel für gesündere Arbeitsplätze und sinnvolle Vernetzung.



SO SIEHT SERVICE AUS

Das Dialogbild wurde 2011 entwickelt und unter dem Motto „Service Excellence“ zur Schulung des Flugpersonals eingesetzt. Es wurden bereits 17.000 FlugbegleiterInnen mit diesem Bild geschult. Sie haben sich während des Trainings speziell mit dem Service an Bord auseinandergesetzt. Durch den Perspektivenwechsel in die Kundensicht beschäftigen sich die FlugbegleiterInnen mit den Herausforderungen

auf Kurzstrecken. Zwei Überzeichnungen stellen Extremsituationen dar und fordern so den Mitarbeiter auf, besonders sensibel für diese Kundenwahrnehmung zu sein. Das Bild spiegelt nicht nur die einzelnen Szenarien, sondern auch die Einbettung in den gesamten Flugprozess wieder.



Ursula Schulze

Gruppenleiterin Training & Entwicklung
Kabine Frankfurt, Deutsche Lufthansa AG

„Das Dialogbild ermöglicht uns, über die unterschiedlichen Szenen mit den Crews den Austausch über ihr Tun an Bord zu initiieren. Die Crews finden sich in den Szenen wieder und es fällt leichter so in die Reflexion zu gehen. Das Anschauen und Wiedererkennen von Szenen ist Grundlage für ein gemeinsames Verständnis. Darüber hinaus entstehen Geschichten und Beispiele aus dem eigenen Bordalltag.“



Check-In als mechanischer Vorgang

Durch den Einsatz eines Roboters wird deutlich, dass hier der einzelne Kunde und seine Bedürfnisse nicht im Vordergrund stehen, sondern strikt das Check-In-Prozedere eingehalten wird. Eine individuelle Kundenbetreuung ist Grundlage für erstklassigen Service.



Mitarbeiter mit Scheuklappen

Der Mitarbeiter ist offensichtlich so stark von seinem Hunger abgelenkt, dass er die Fragen der Fluggäste übersieht. Obwohl sich der Mitarbeiter vielleicht gerade selbst in seiner Pause befindet, nimmt der Fluggast ihn auch in dieser Situation als Lufthansa Mitarbeiter wahr.



Lost & Found

Die Mutter vermisst ihren aufgegebenen Kinderwagen. Als Fluggast legt man Wert auf durchgängigen Service, sowohl vor, während, als auch nach dem Flug. Es gehört zur allgemeinen Serviceeinstellung der Lufthansa, auch in solchen Situationen lösungsorientierte Hilfestellung zu leisten.



STATIONSWELT „BODEN“

Nach der Entwicklung eines Dialogbildes zur Schulung des Flugpersonals und auf Grund des erfolgreichen Einsatzes, konzipierten wir ein inter-

aktives Dialogbild zum Fachbereich Boden. Hierfür entwickelten wir humorvolle Szenen entlang der gesamten Servicekette und regen damit

die Reflexion während der Trainingseinheiten an. Vom Self-Check-In bis zum erstklassigen Service in dem First Class Bereich - die Lufthansa AG

nimmt die Wahrnehmung ihrer Gäste sehr ernst und versucht sich auch in automatisierten Prozessen durch individuellen Service hervorzuheben. Das

Dialogbild zeigt, dass das Erleben des Gastes am Boden unter anderem über den Lufthansa Mitarbeiter beeinflusst wird.



BOMBARDIER

IMPROVEMENT VISION

Dialogbild entwickelte für zwei Bombardier Werke ein Dialogbild zur Prozessoptimierung. Betreut wurden die beiden Projekte von Martin Redhardt, Director Continuous Improvement. Um die Entwicklung weiterer Bilder möglichst schlank zu halten, nutzte DIALOGBILD ein Raster in der Parallelperspektive. Dadurch können einzelne Szenen in weitere Bilder integriert

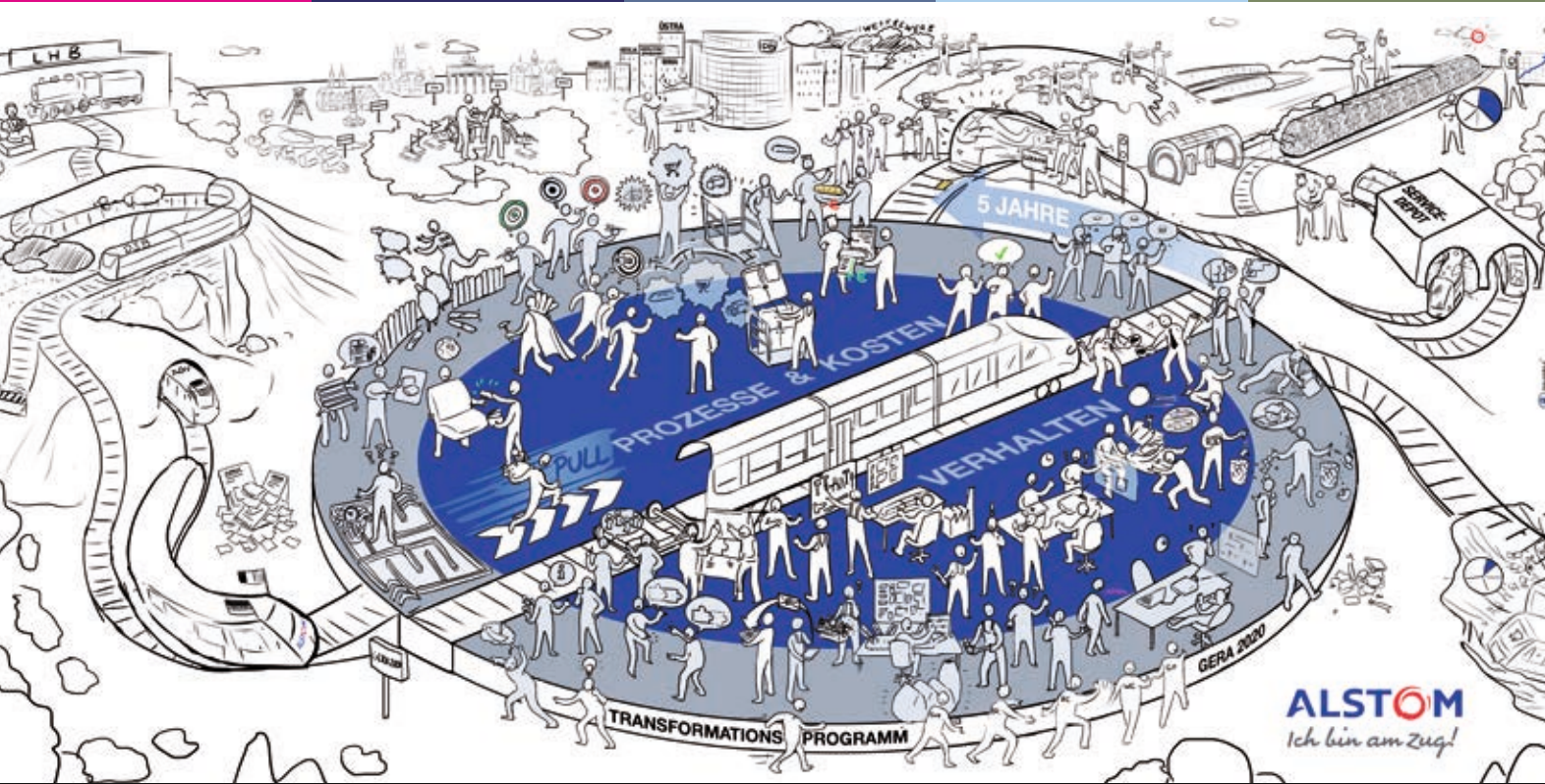
werden. Gleichzeitig gab das Raster mit durchnummerierten Feldern Orientierung bei der Abstimmung via Telefon und Email. So wurden die von Bombardier Mitarbeitern entwickelten Szenen „über Nacht“ in Deutschland illustriert und am nächsten Morgen bereits den Mitarbeitern wieder zur Diskussion vorgelegt.



Martin Redhardt
Director Continuous Improvement
Bombardier

„Die einzelnen Bereiche hatten ihre jeweilige Mission selbst erarbeitet. Ihnen war klar, wie sie ihre jeweilige Rolle im Unternehmen und vor Kunden verstehen. Effektiv war die Erarbeitung eines Dialogbildes nicht nur, weil schnell ein gemeinsames Verständnis füreinander hergestellt wurde, sondern auch, weil das jeweilige Selbstverständnis noch einmal hinterfragt

und verfeinert werden konnte. Das Ergebnis dient nun bei verschiedenen Veranstaltungen dazu, die Missionen auch in der Mannschaft zu kommunizieren. Unterstützend hängt das Bild an zentraler Stelle im Unternehmen.“



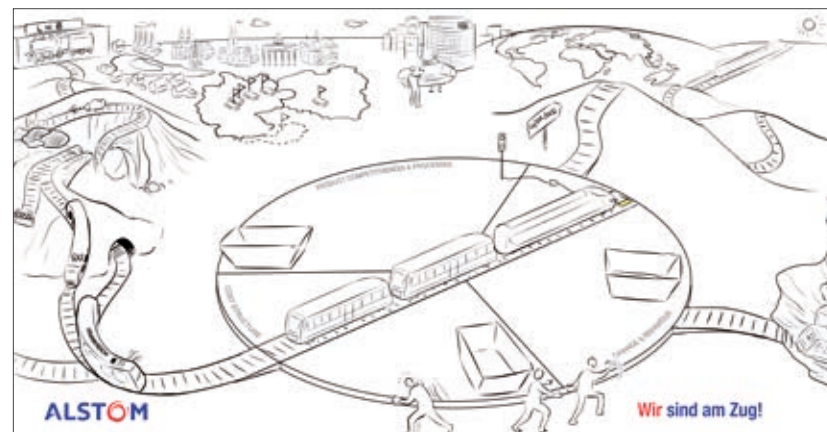
TRANSFORMATIONSPROGRAMM „GERA 2020“



Die ALSTOM Transport Deutschland GmbH steht vor großen Herausforderungen, die Veränderungsstrategie muss kommuniziert, vor allem aber gelebt werden. Mit diesem Anspruch hat sich Jens Bunte (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 wahrnehmen 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 Workshop-

gruppe 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 Bunte
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.“

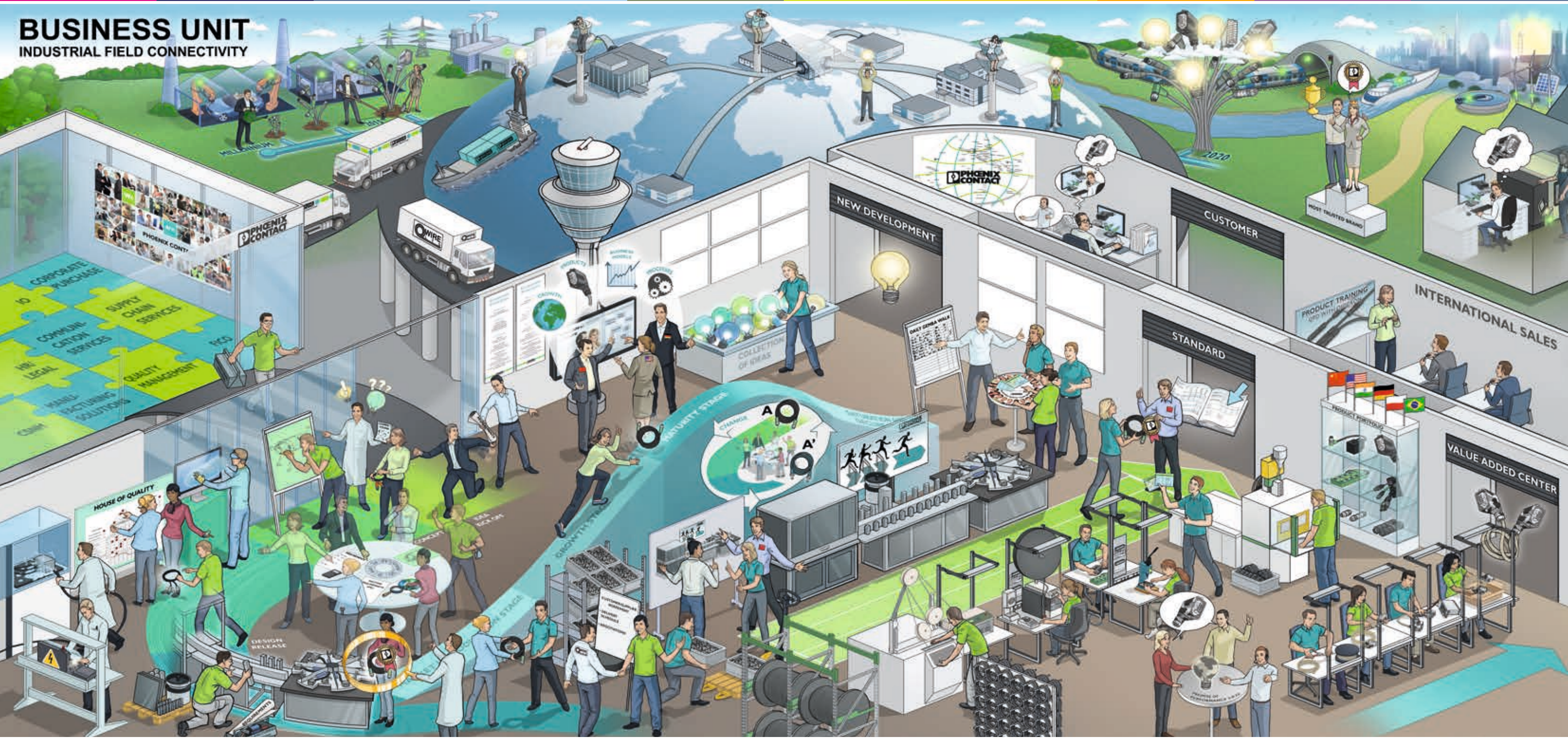
„Als wir das erste mal in Hamburg bei DIALOGBILD waren, und die vielen unterschiedlichen und tollen Beispiele anderer Unternehmen gesehen haben, waren wir – salopp gesprochen – total geflasht und von der ersten Sekunde an überzeugt, dass dies unser Tool werden musste. Wir haben es dann geschafft, dass unser Funke der Begeisterung auf unser gesamtes Managementteam übersprungen 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.



BUSINESS UNIT INDUSTRIAL FIELD CONNECTIVITY



WE GROW TOGETHER

PHOENIX CONTACT ZEIGT, WIE ES GEHT

Mit den Wurzeln eines Familienunternehmens hat sich Phoenix Contact zu einem global agierenden Marktführer in der Elektrotechnik entwickelt. Für das Ziel, schnell und flexibel auf die Kunden zu reagieren und Märkte zu gestalten, hinterfragt und verbessert sich Phoenix Contact kontinuierlich. So entwickelte sich Phoenix Contact von einer zentralen Unternehmensstruktur über eine dezentrale Produktorientierung hin zu einem starken Markt- und Kundenfokus auf Basis von Marktsegmenten. Für eine der in

diesen Marktsegmenten dezentral agierenden Geschäftseinheiten, der Business Unit „Industrial Field Connectivity“, erstellte DIALOGBILD ein Strategiebild, welches sowohl nach innen als auch nach außen die Schnittstellen, Prozesse und Anspruchsgruppen klar aufzeigt. Ziel dieses Bildes ist es, ein gemeinsames Verständnis für ein funktionierendes Netzwerk über die Funktionseinheiten und Ziele der Business Unit IFC zu entwickeln. Eine Strategie und das Wachstum einer Business Unit braucht die Mitgestaltung

und Akzeptanz aller Mitarbeiter. Daher entschloss sich Phoenix Contact von Anfang an, Betroffene zu Beteiligten zu machen und diese im Rahmen von Workshops mit einzubeziehen. In einem ersten Workshop entwickelte der Führungskreis die Bildwelt, welche im zweiten Workshop als visuelle und inhaltliche Klammer diente. Der zweite Workshop bestand dann aus einer gemischten Gruppe der Business Unit und besaß die Aufgabe, das Bild mit Leben (Szenen) zu füllen.



Frank Mellies
Vice President
Industrial Field
Connectivity,
PHOENIX CONTACT
GmbH & Co. KG

„Für Mitarbeiter ist es schwierig, Zusammenhänge nachzuvollziehen und das „große Ganze“ zu verstehen. Darüber hinaus ist es für Führungskräfte eine Herausforderung, diese klar und verständlich zu transportieren. Doch beides ist die Voraussetzung für eine motivierte und erfolgreiche

Zusammenarbeit. Das Dialogbild soll die Zusammenhänge greifbar machen und komplexe Themen anschaulich visualisieren.“



Michael Lüdke
Director Product
Marketing & Development
Industrial Field
Connectivity,
PHOENIX CONTACT
GmbH & Co. KG

„DIALOGBILD überzeugte durch ein hohes Maß an Kreativität und Sachverstand sowie letztlich auch durch das innovative Konzept. Die Zusammenarbeit ist auf sympathische Weise unkompliziert. Entstanden ist ein wertvolles Medium in einem Entstehungsprozess der noch nachwirkt!“



KÜHNE+NAGEL

SOLAS - NEUE REGELUNG FÜR DIE SEEFRACHT

Kühne + Nagel ist weltweit der führende Seefrachtspediteur. Rund um den Globus sind über 8.000 Seefrachtextperten tagtäglich damit beschäftigt die Sendungen Ihrer Kunden schnellstmöglich ans Ziel zu bringen. Allein im Jahr 2015 wurden 3,8 Millionen Standardcontainer von Kühne + Nagel über die Meere transportiert.

Anfang 2016 stand Kühne + Nagel Sea Logistics vor der Herausforderung, dass eine neue Regelung für die gesamte internationale Seefracht geschaffen wurde, um die Sicherheit der Transporte auf See zu verbessern.

Ab Juli 2016 sind nun alle Verloader verpflichtet, ein verifiziertes Bruttogewicht ihrer Container zu melden: das VGM.

Um ihren Kunden diesen Prozess zu vereinfachen, hat Kühne + Nagel eine Online-Lösung entwickelt: das Kühne + Nagel VGM Portal. Mit dem Portal können die Kühne + Nagel Kunden Ihre VGM- und Sendungsdaten einfach und kostengünstig verwalten und übermitteln.

Zusammen mit Dialogbild stellte sich Kühne + Nagel Sea Logistics nun der Herausforderung, die neue Regelung an ihre Kunden weltweit zu kommunizieren als auch das Portal mit seinen Funktionen zu präsentieren - und das in insgesamt 11 internationalen Sprachen. Die 11 verschiedenen Dialogfilme wurden daraufhin online auf der Kühne + Nagel Website sowie den

Social Media-Kanälen zur Verfügung gestellt und tausendfach geklickt.

Die Story wird in diesem Dialogfilm aus der Perspektive des Shippers Paul erzählt, der zugleich den Kunden repräsentiert. Anhand des Protagonisten wird der Hintergrund der neuen Regelung und die nun notwendige Vorgehensweise zur Gewichtsbestimmung erläutert. Kühne + Nagel hilft dank seines Portals sowie Services dabei die Gewichtsangabe zu verwalten und zu übermitteln, sodass die Transporte der Kunden auch in Zukunft reibungslos ablaufen und Lieferungen pünktlich ans Ziel kommen.



Maik Heunemann
Senior Manager
Global Processes &
Systems Sea
Logistics

„Neue Anforderungen seitens der „International Convention for the Safety of Life at Sea“ (SOLAS) haben die See-Transportwirtschaft aufhorchen lassen und viele Fragen aufgeworfen. Um die Wichtigkeit zu unterstreichen als auch unserer Informationspflicht gegenüber Exporteuren und Verladern gerecht zu werden, haben wir mit dem Team von DIALOGBILD einen sehr gelungenen Scribblefilm zur Verdeutlichung

des Prozesses und zur Beantwortung der vielen Fragen geschaffen. Wir freuen uns darauf, auch neue Herausforderungen mit visuellen Möglichkeiten zu unterstützen und greifen dabei gern erneut auf die konstruktiven Vorschläge seitens Dialogbild zurück. Herzlichen Dank an das gesamte Team für die gute Zusammenarbeit.“

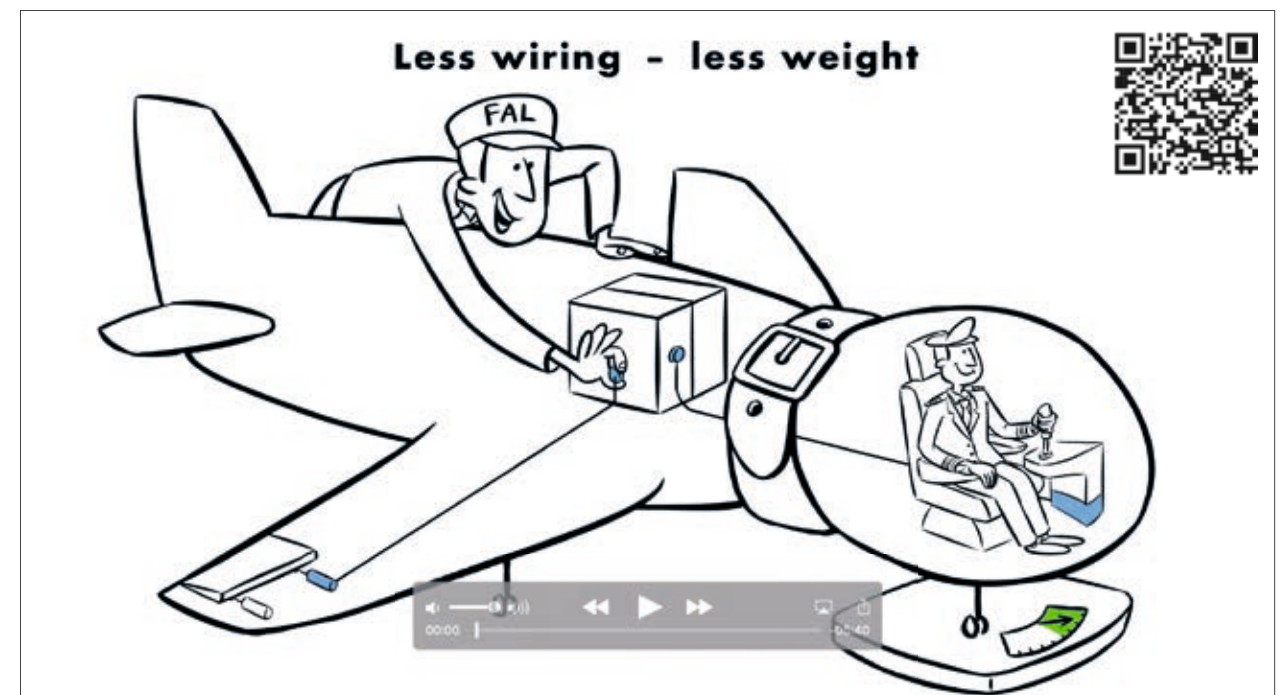


LIEBHERR

LIVIEW - DAS INTELLIGENTE WEGMESSSYSTEM

Für LIEBHERR entwickelten wir einen Dialogfilm zur Präsentation des intelligenten Zylinder-Wegmesssystems Li-View. Unsere Aufgabe bestand darin, die komplexen technischen Merkmale

informativ und zugleich charmant dem potenziellen Kunden zu vermitteln. Eingesetzt wird der Film zur Produktpräsentation und detaillierten Information auf den digitalen Kanälen.



LIEBHERR

REMOTE ELECTRONIC UNIT

Das Team der Liebherr-Aerospace Lindenberg GmbH hat DIALOGBILD mit der Entwicklung eines Dialog-

filmes beauftragt. Im Fokus stand die extrem vielseitige Steuerungseinheit „Remote Electronic Unit“ (REU) - aus dem Bereich Elektronik. Das Ziel bestand darin, das komplexe Produkt mit dessen Anwendungen sowie Funktionsweisen zu präsentieren. Das Storyboard wurde gemeinsam von

Liebherr-Aerospace (Lindenberg) und DIALOGBILD innerhalb eines eintägigen Workshops erarbeitet. Der finale Dialogfilm wird nun sowohl intern als auch extern, beispielsweise auf Messen gezeigt.



HYBRID-CHECK

Für die Toyota-Händlertagung entwickelten wir einen Lernfilm zum Thema „Hybrid-Check“, bei dem der Kunde Herr König nach 5 Jahren mit seinem Wagen zur Inspektion erscheint.



BAUKASTENVERTRAG

Mit Hilfe des Baukastenvertrages wird festgelegt, welche einzelnen Fahrzeugkomponenten fahrzeugübergreifend genutzt werden, um Synergien zwischen den Modellen zu erzielen.



MITARBEITEREINFÜHRUNG

Wie sollte die Einführung neuer Mitarbeiter bei BMW aussehen? Im Film zeigen wir anhand einer neuen Mitarbeiterin ein Negativ- und ein Positiv-Beispiel.



5-JAHRES-INSPEKTION

Das ist Herr Dietrich. Herr Dietrich arbeitet in der Toyota-Direktannahme. Als Serviceberater steht er im direkten Kundenkontakt. Er weiß, dass gute Vorbereitung das A und O für einen erfolgreichen Kundentermin ist.



LIEBHERR

REMOTE ELECTRONIC UNIT

Im Auftrag von Liebherr - mit rund 44.000 Mitarbeitern weltweit einer der größten Baumaschinenhersteller der Welt - wurde ein Dialogfilm erstellt, der die Vorteile und Funktionsweise des neuen eCommerce-Portals „MyLiebherr“ vorstellt und erklärt.



PDM-MASTER

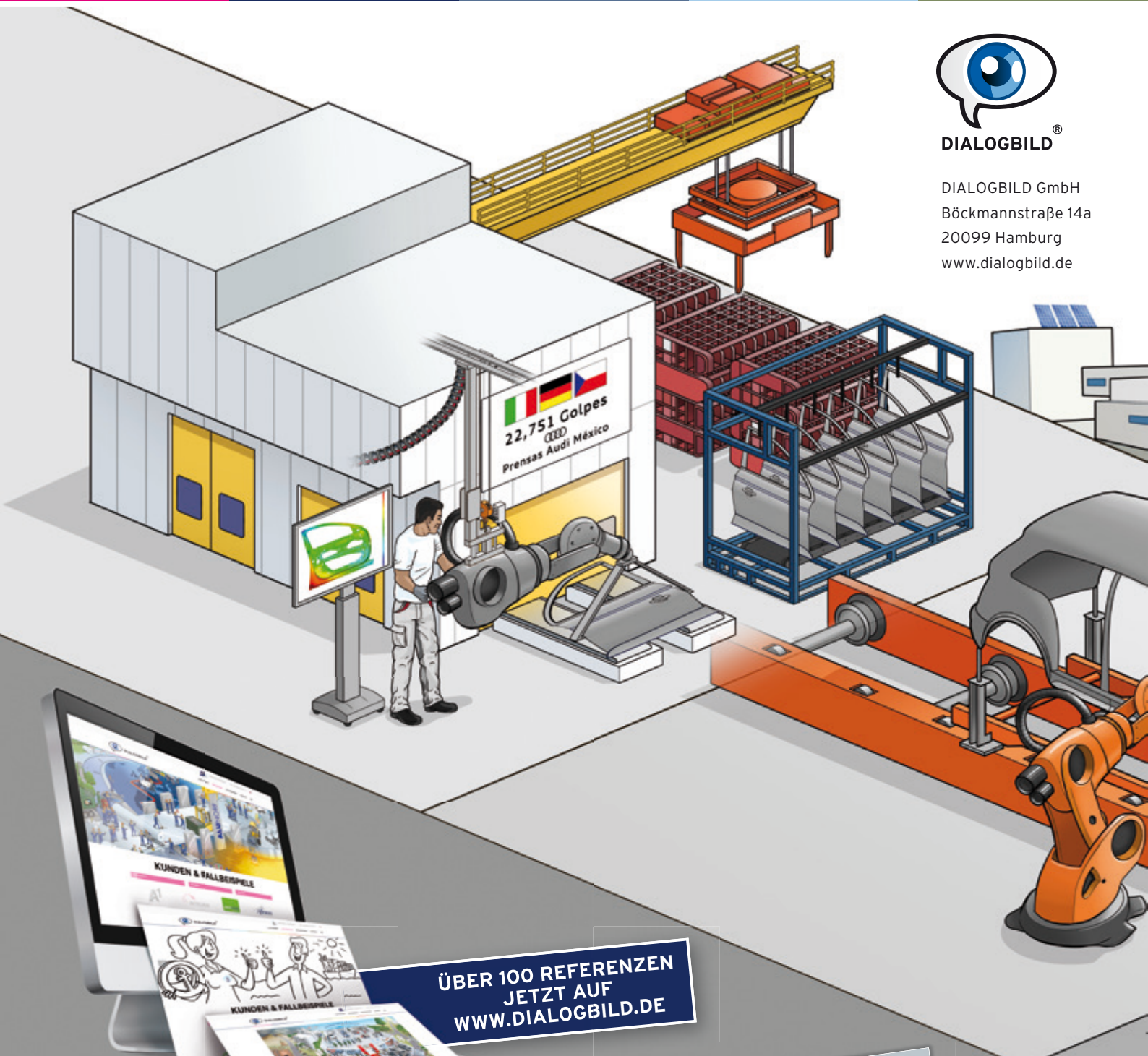
Dank des Produktdatenmanagement-Masters können die Mitarbeiter von Bosch Rexroth ab sofort jederzeit weltweit auf die aktuellsten Produktdaten zugreifen.

Der Film wurde in 4 Sprachen realisiert:





DIALOGBILD GmbH
Böckmannstraße 14a
20099 Hamburg
www.dialogbild.de



ÜBER 100 REFERENZEN
JETZT AUF
WWW.DIALOGBILD.DE

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



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

