



ZENSE
STORYTELLING & VISUALISATION

Veränderungsprozesse als adaptives Storytelling

Andri Hinnen, M.A. HSG

22.5.2015
© 2015 Zense GmbH
info@zense.ch
www.zense.ch



Worte schaffen Wirklichkeit

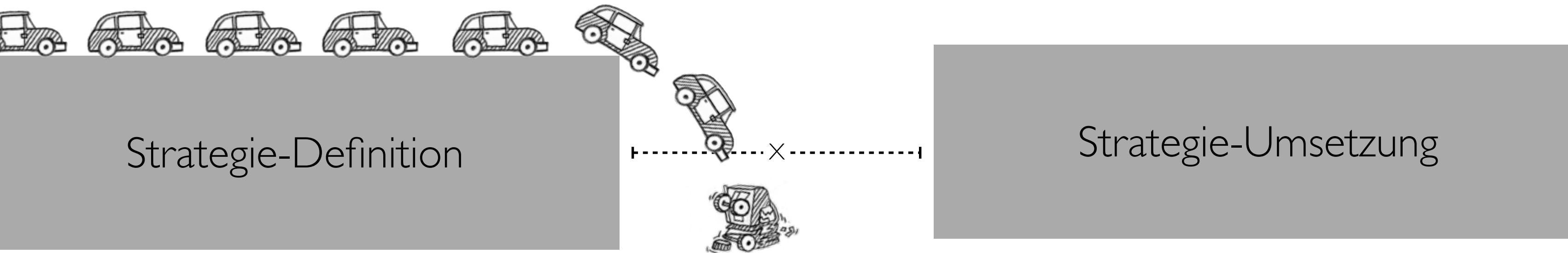
- ▶ Um Organisationen zu transformieren, gilt es, mentale Modelle herauszufordern und zu transformieren
- ▶ Für die Transformation mentaler Modelle bedarf es des richtigen Umgangs mit Geschichten
- ▶ Der richtige Umgang mit Geschichten ist spielerisch!
- ▶ Doch Vorsicht vor «The Dark Side of Storytelling»



Figure 2.6: If you think you can, you can.

Um Organisationen zu transformieren, gilt es, mentale Modelle herauszufordern und zu transformieren.

Neun von zehn Unternehmen scheitern bei der Strategieumsetzung.



Die gewünschte Veränderung findet nicht statt...



Denn oft wird die Strategie nicht...

- im Alltag verankert (keine strategischen Diskussionen)
- auf Massnahmen heruntergebrochen
- mit dem Budget in Zusammenhang gebracht
- an SMARTe Ziele gebunden
- nach aussen getragen
- **...verstanden, verinnerlicht und gelebt**

Denn oft wird die Strategie nicht...

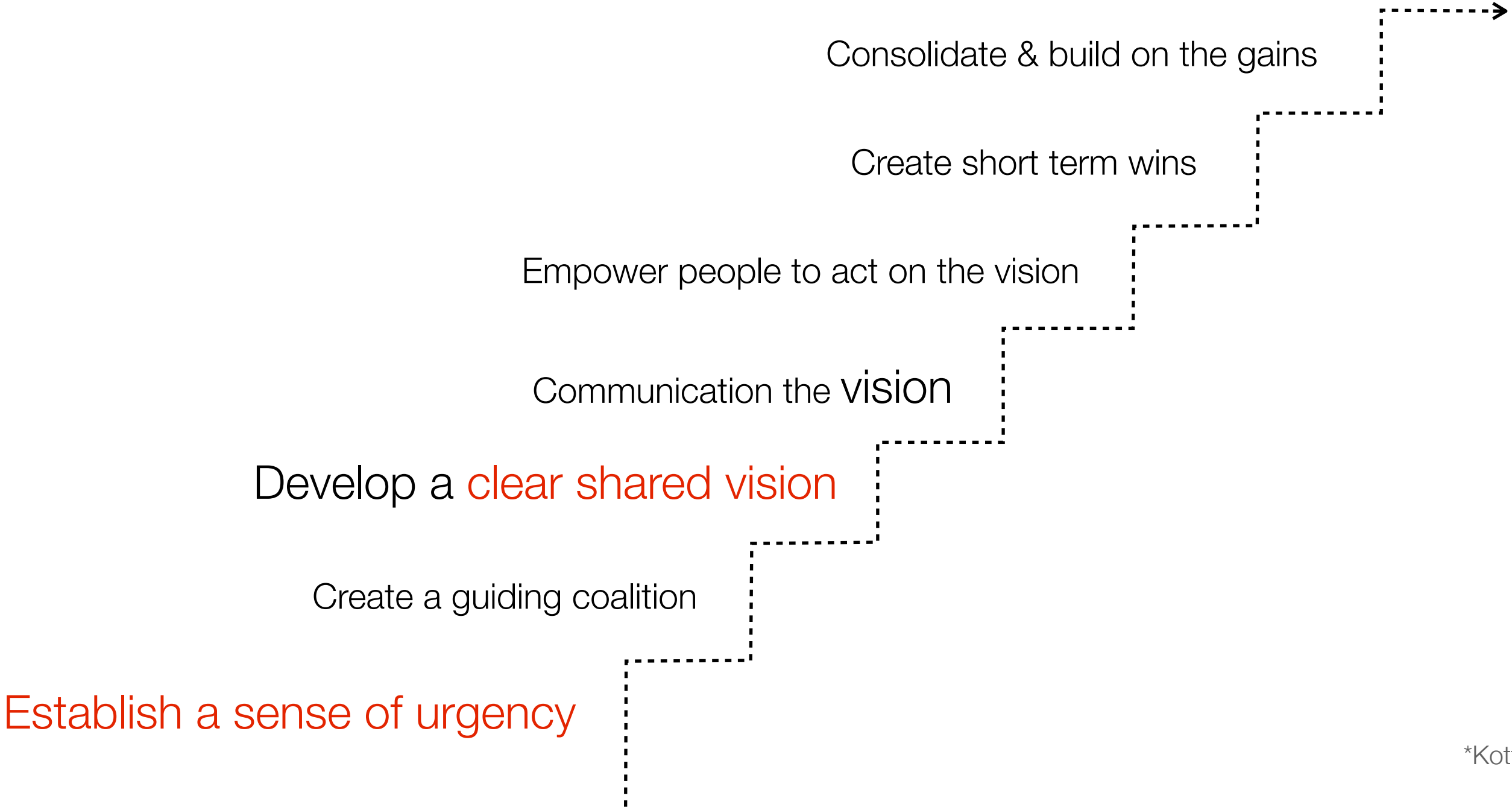
- im Alltag verankert (keine strategischen Diskussionen)
- auf Massnahmen heruntergebrochen
- mit dem Budget in Zusammenhang gebracht
- an SMARTe Ziele gebunden
- nach aussen getragen
- **...verstanden, verinnerlicht und gelebt**

4x*i*

- Implementation
- Integration
- Information
- Interaction



Institutionalize the change



*Kottler (1996)



«In order to come to terms with recent trends in thinking about strategy we need to come to terms with stories»

Lawrence Freedman



Für die
Transformation
mentaler Modelle
bedarf es des
richtigen Umgangs
mit Geschichten.

Doch was ist eigentlich
eine Geschichte?

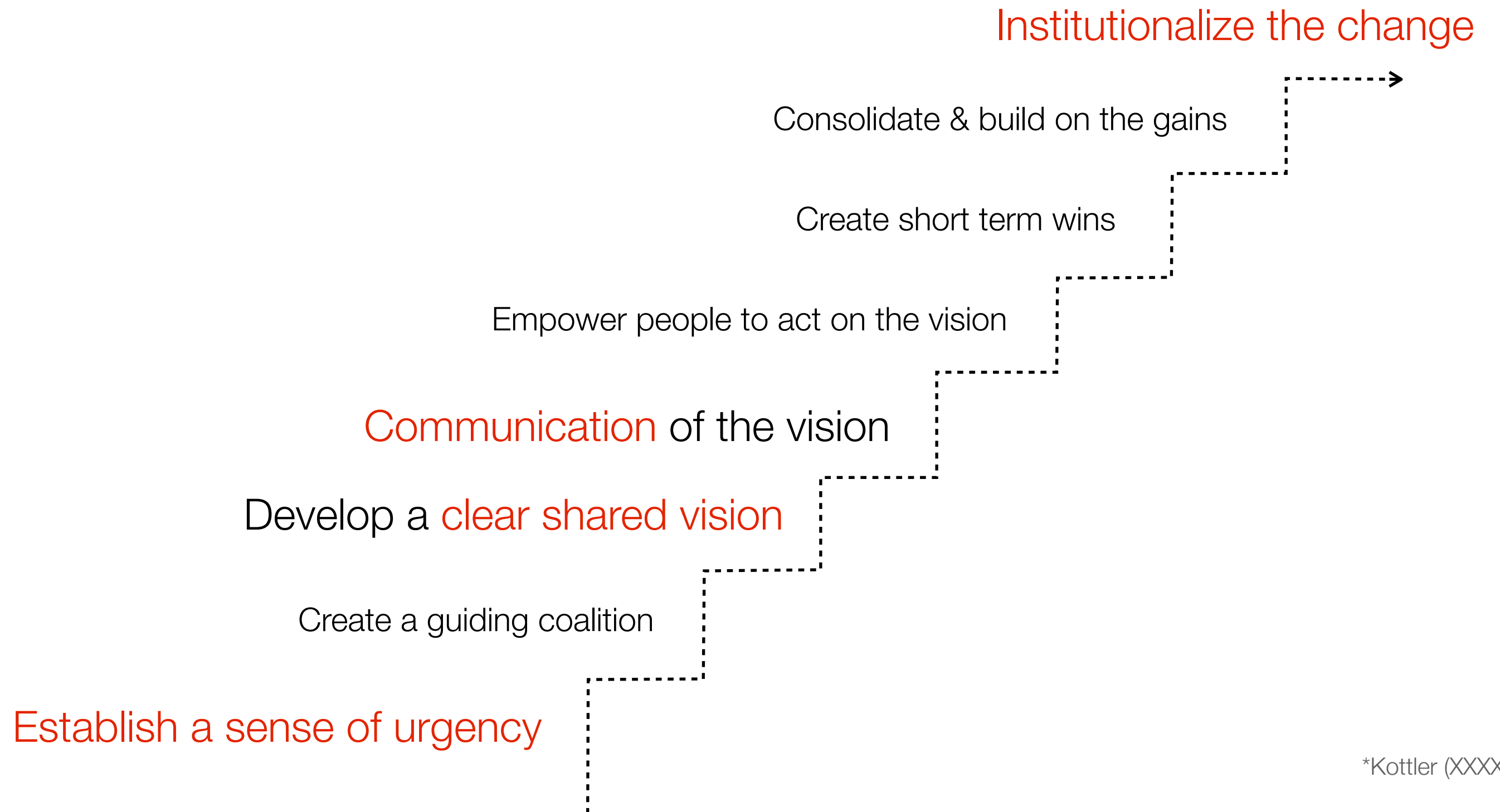
Die Magd wird zur Prinzessin
Der Junge wird zum Helden.
Ich fahre nach Mallorca.

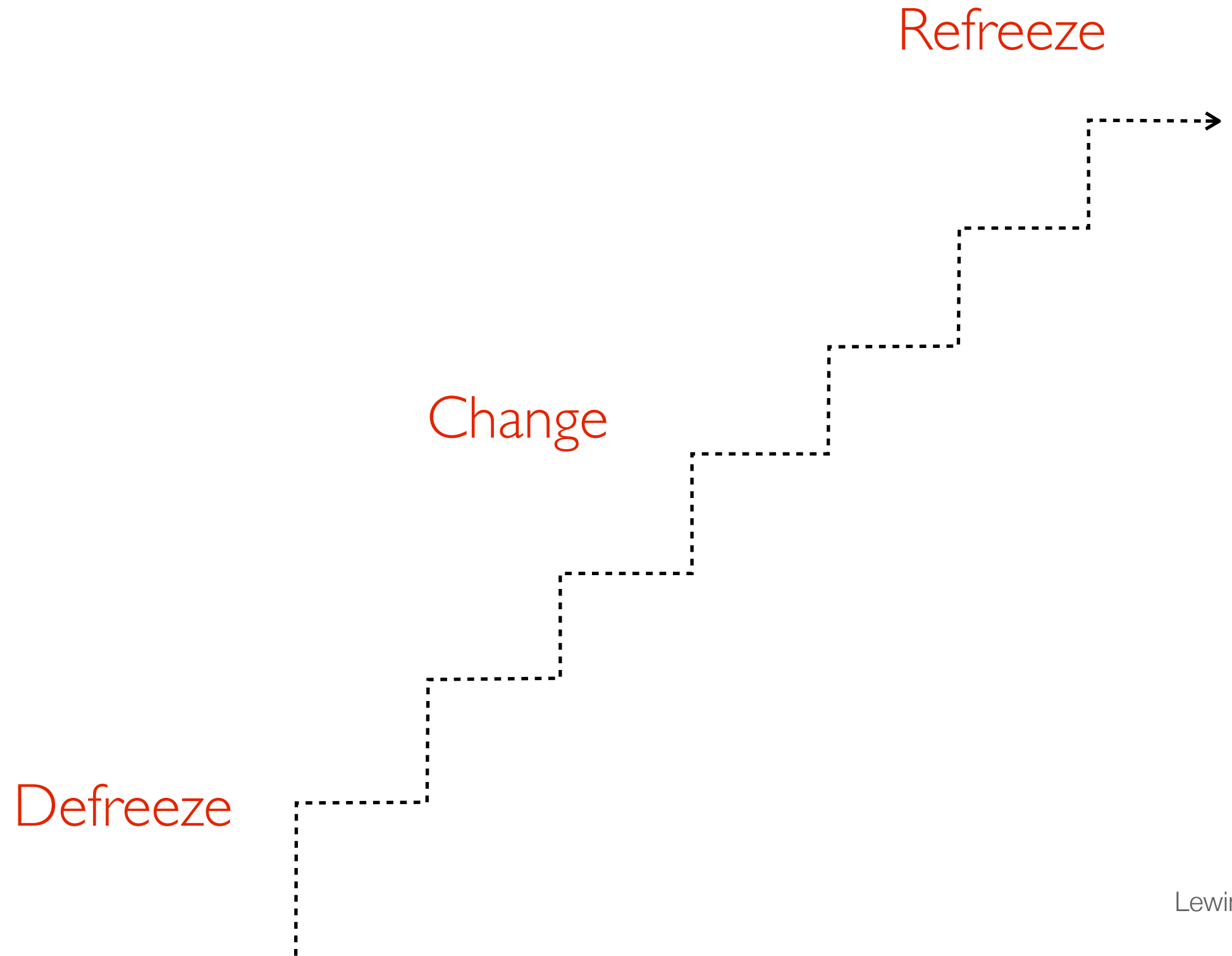
Drei Cowboys gehen in eine Bar.
Heute früh bin ich aufgewacht...
Wir haben mehr Kunden
als letztes Jahr.

Eine
Geschichte
ist ein Stück Information das eine
Transformation
beinhaltet!

Geschichte = Transformation

Transformation = Geschichte

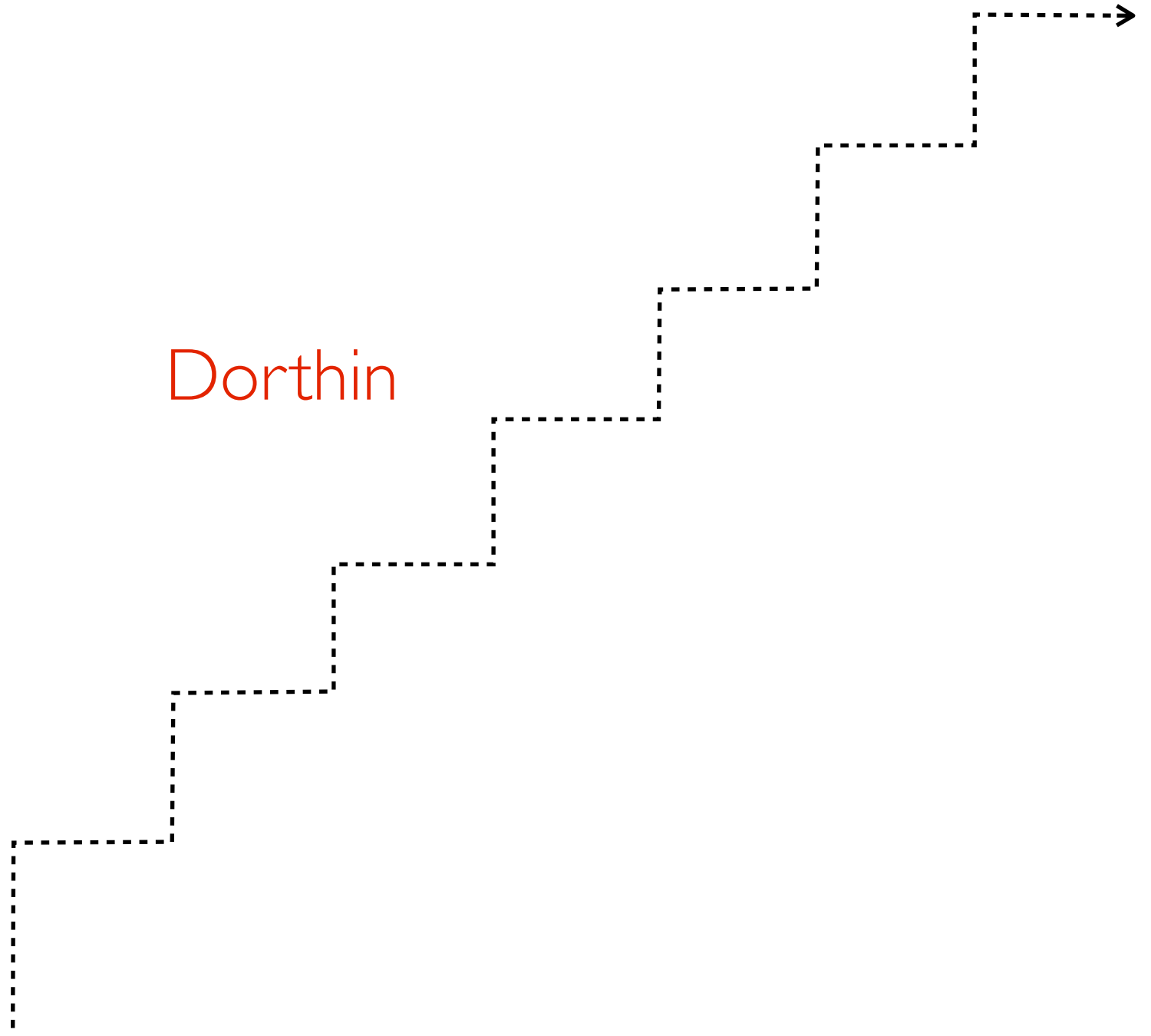




Hier

Dorthin

Dort



Act 1
Set Up

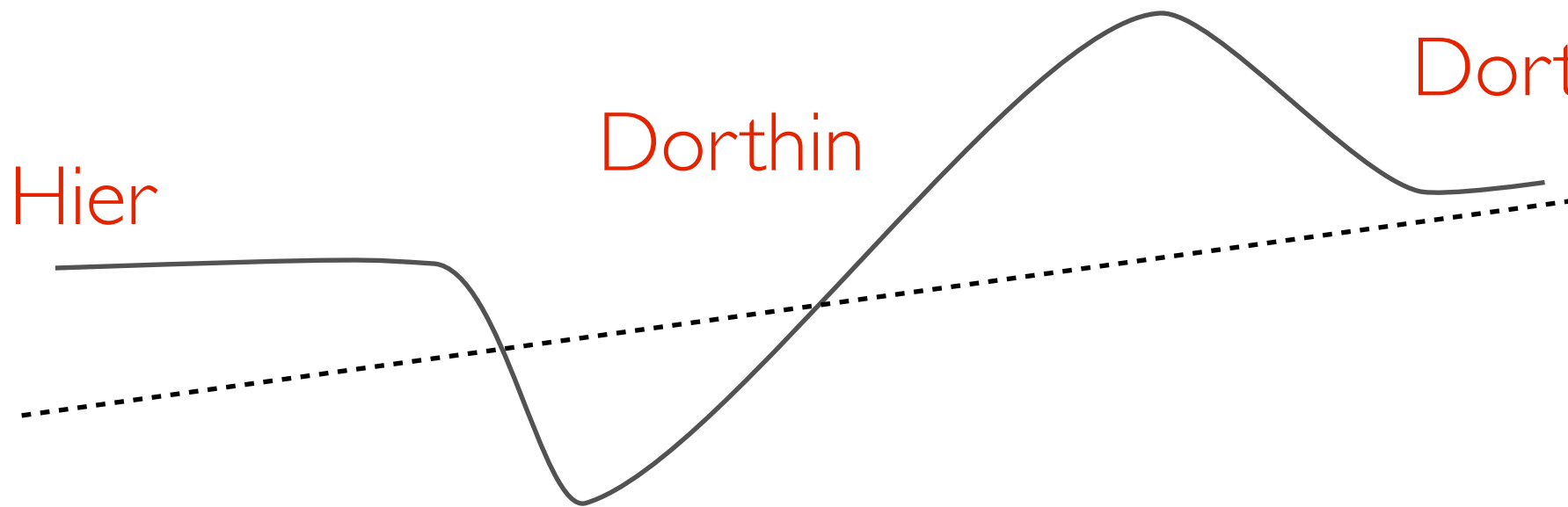
Act 2
Confrontation

Act 3
Resolution

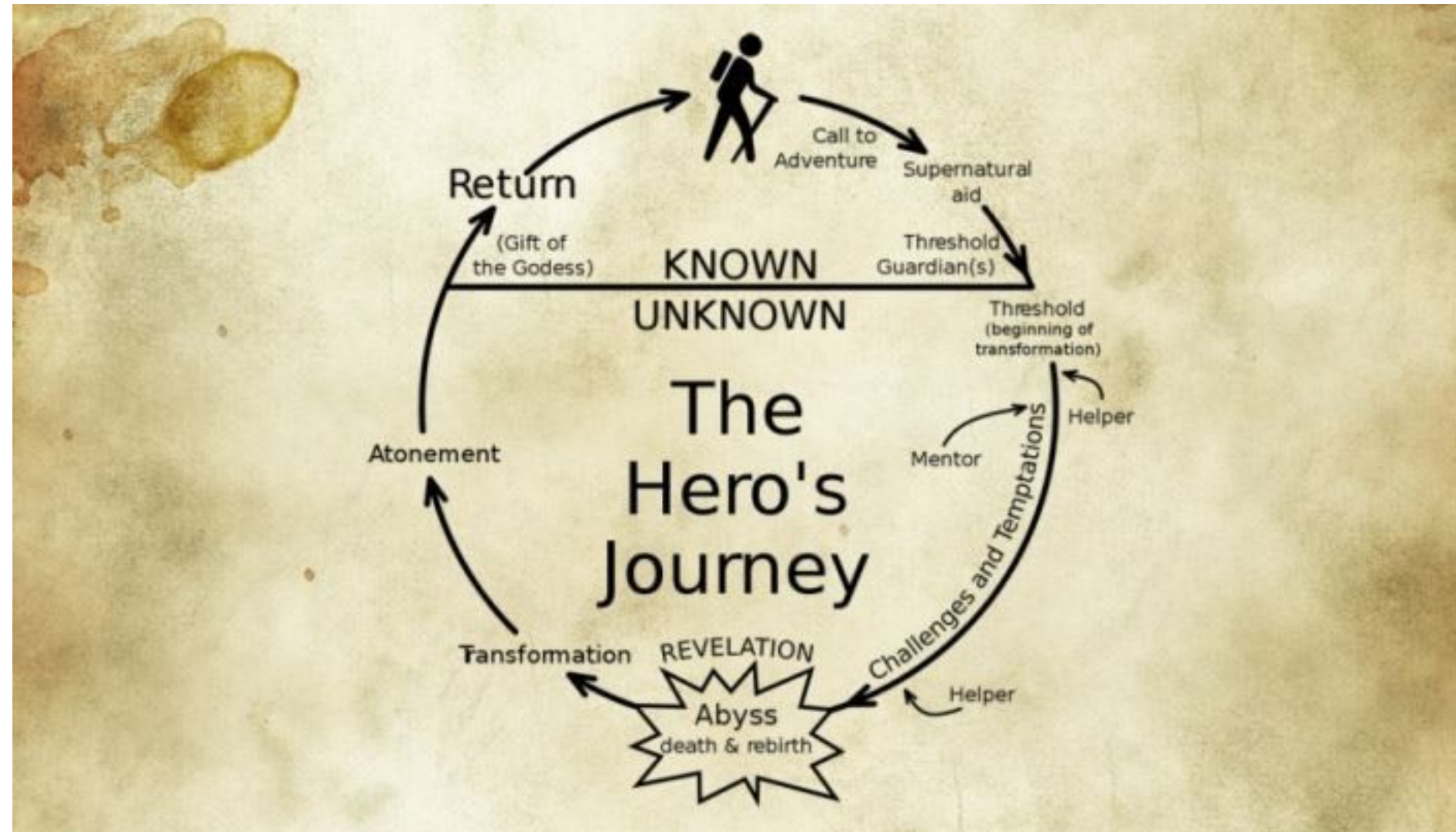
Hier

Dorthin

Dort



Dort Hier



Dorthin



Vision, Mission, Ziele

Sense of Purpose & Cohesion

Dort

Am gleichen Strick ziehen

Strategie im engen Sinn

Sense of Orientation

Dorthin

Das «Big Picture» sehen

Situations-Analyse

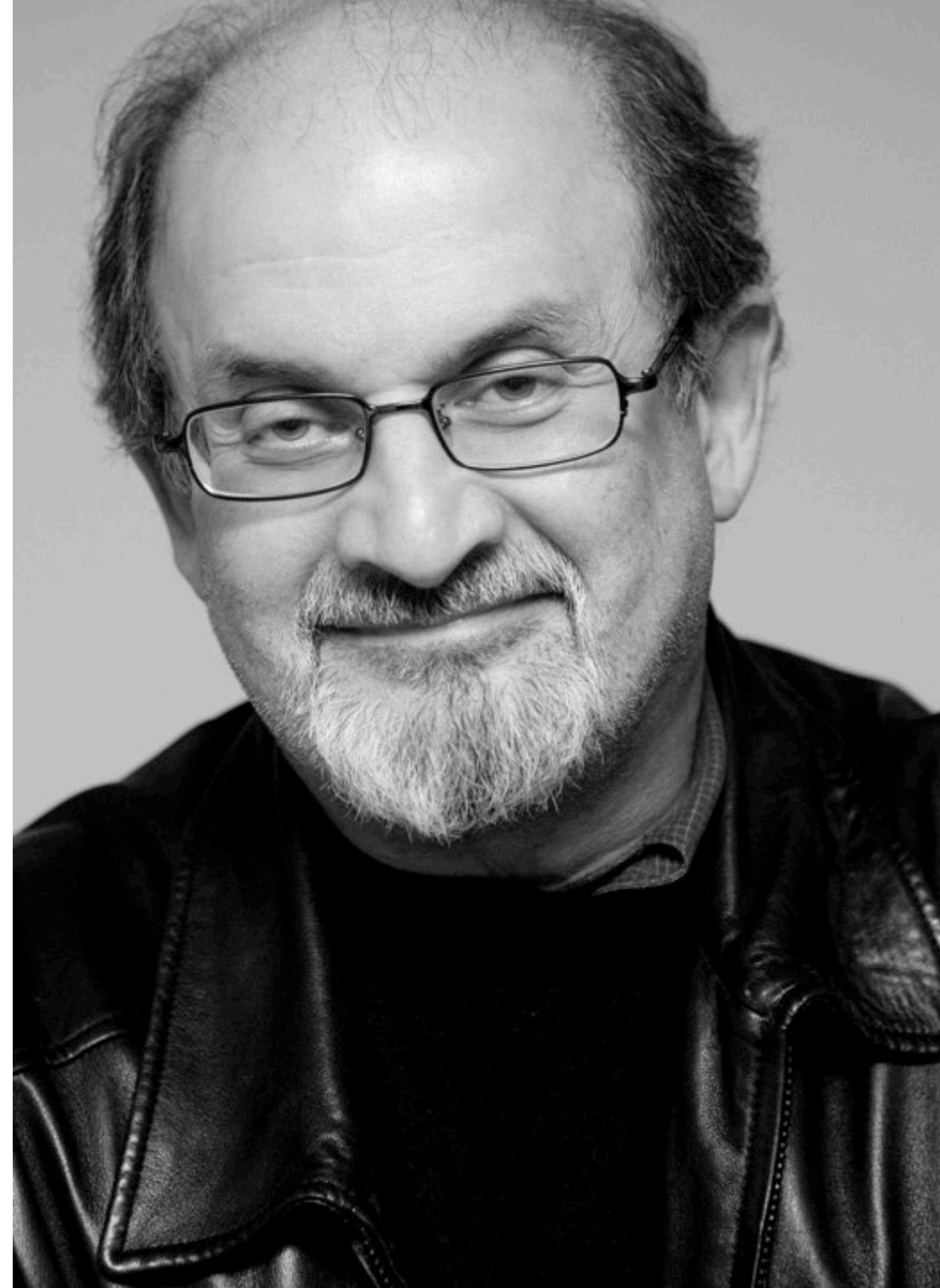
Sense of Urgency

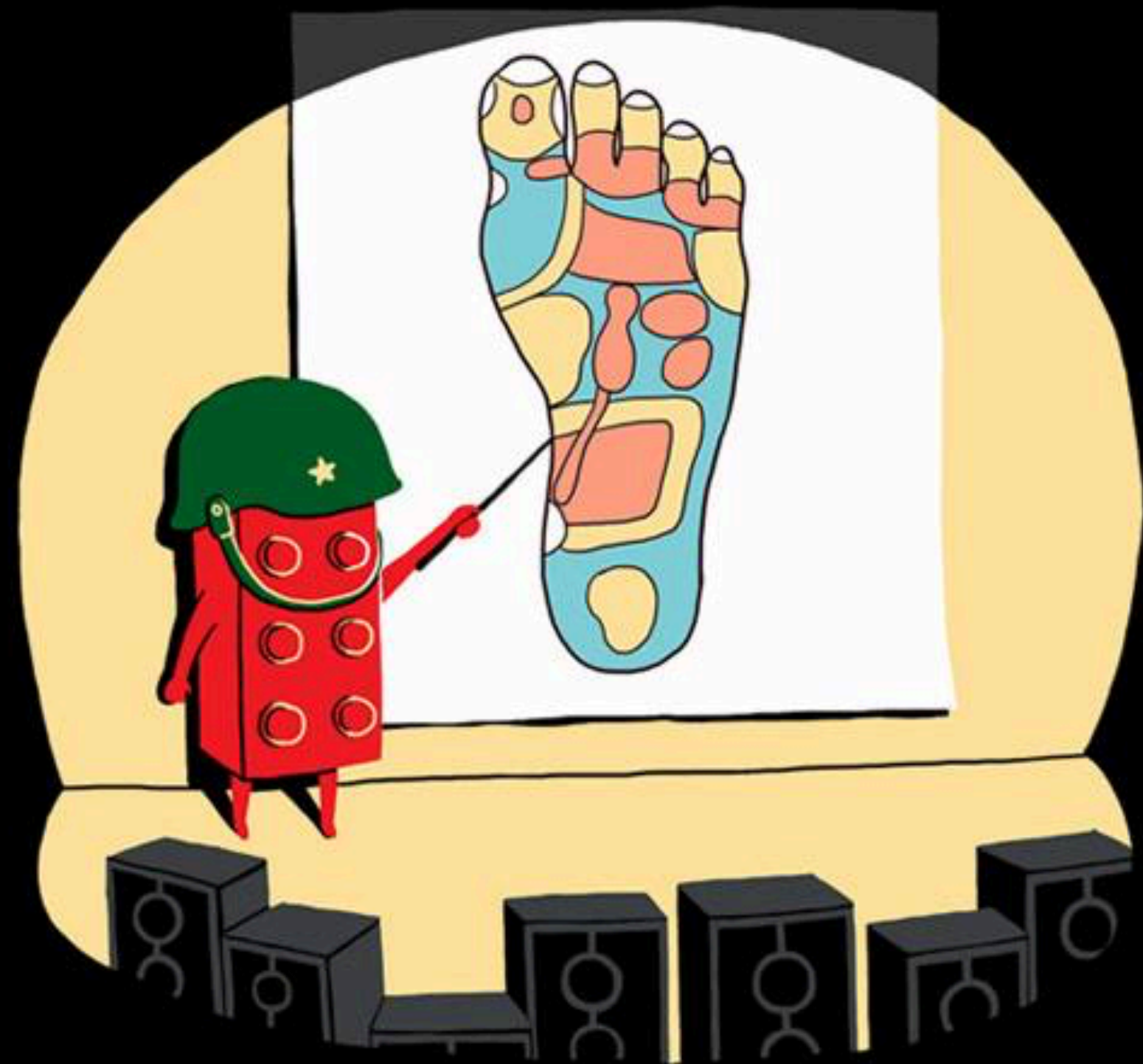
Hier

«Es muss etwas geschehen!»

«Those who do not have power over the story that dominates their lives — the power to re- tell it, rethink it, deconstruct it, joke about it, and change it as times change — truly are powerless.»

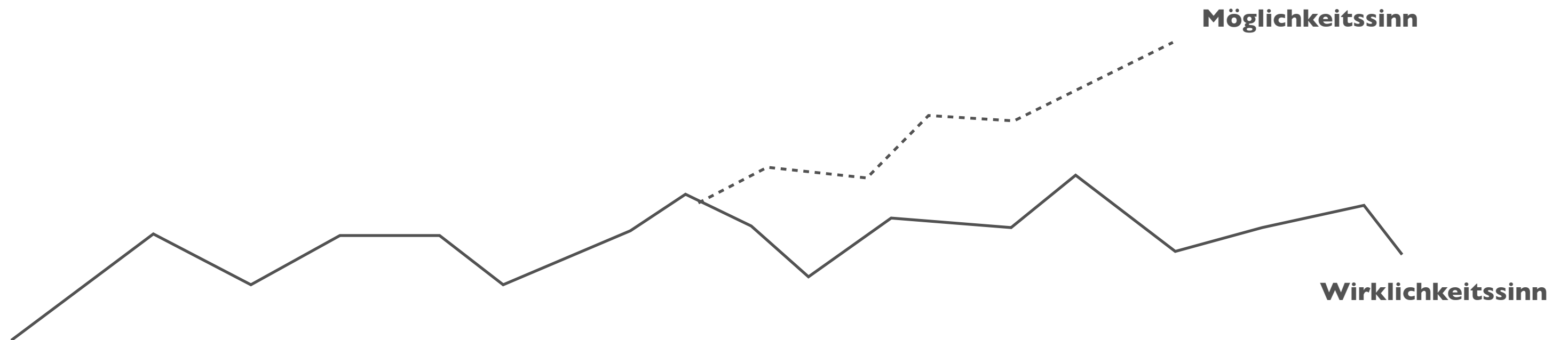
Salman Rushdie





Der richtige
Umgang mit
Geschichten
ist spielerisch!

Von der Alltags- zur Geschichtenwirklichkeit



Bloss wie?

Metaphern

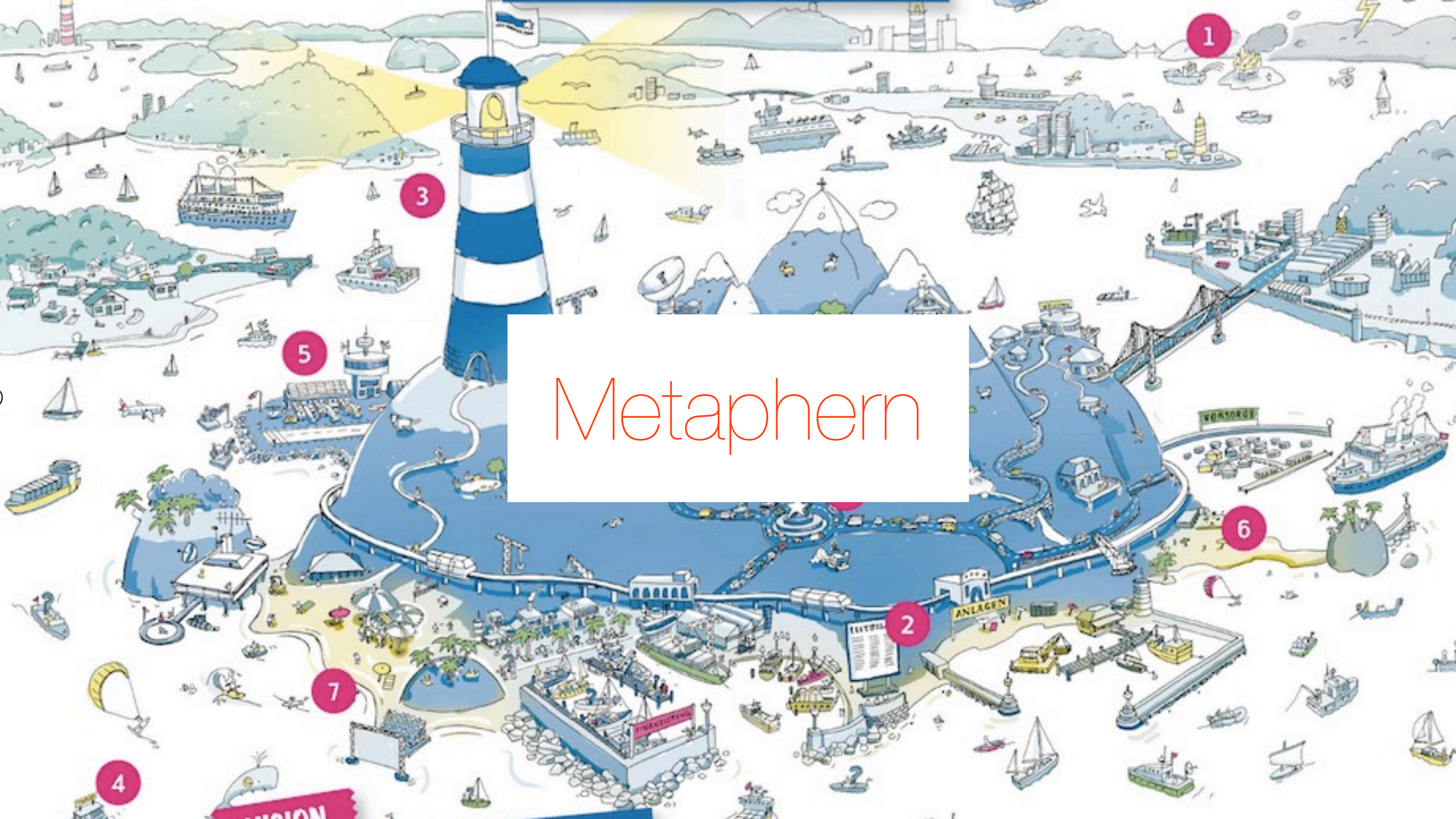
Bilder

Humor

Contrast & Compare

Interaktion & Interaktion

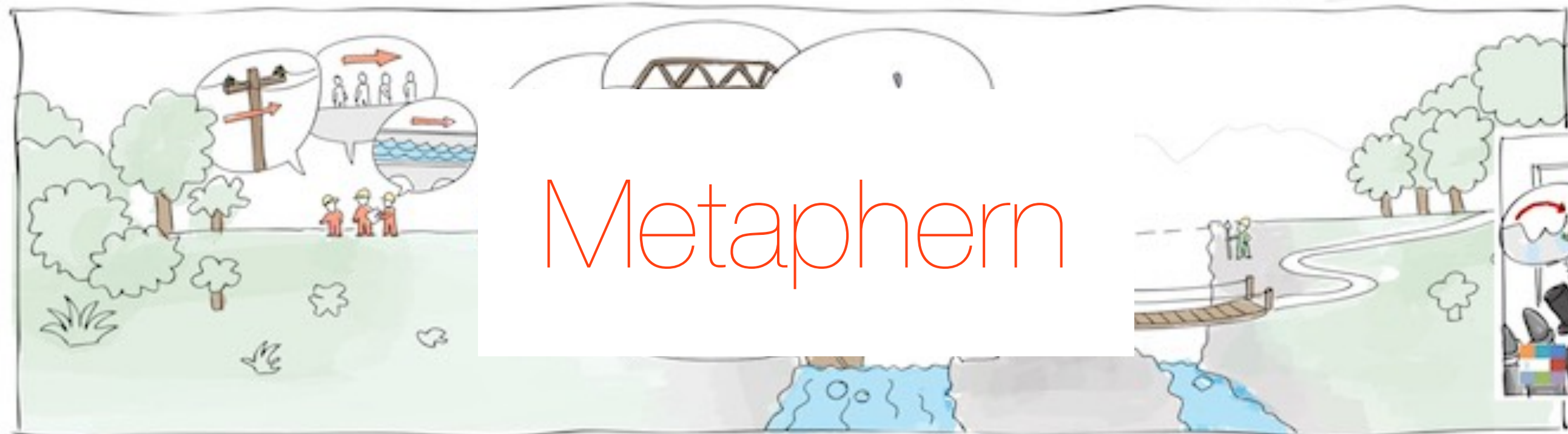
Metaphern



ANALYSIS &
HIGH LEVEL
EQUIREMENTS

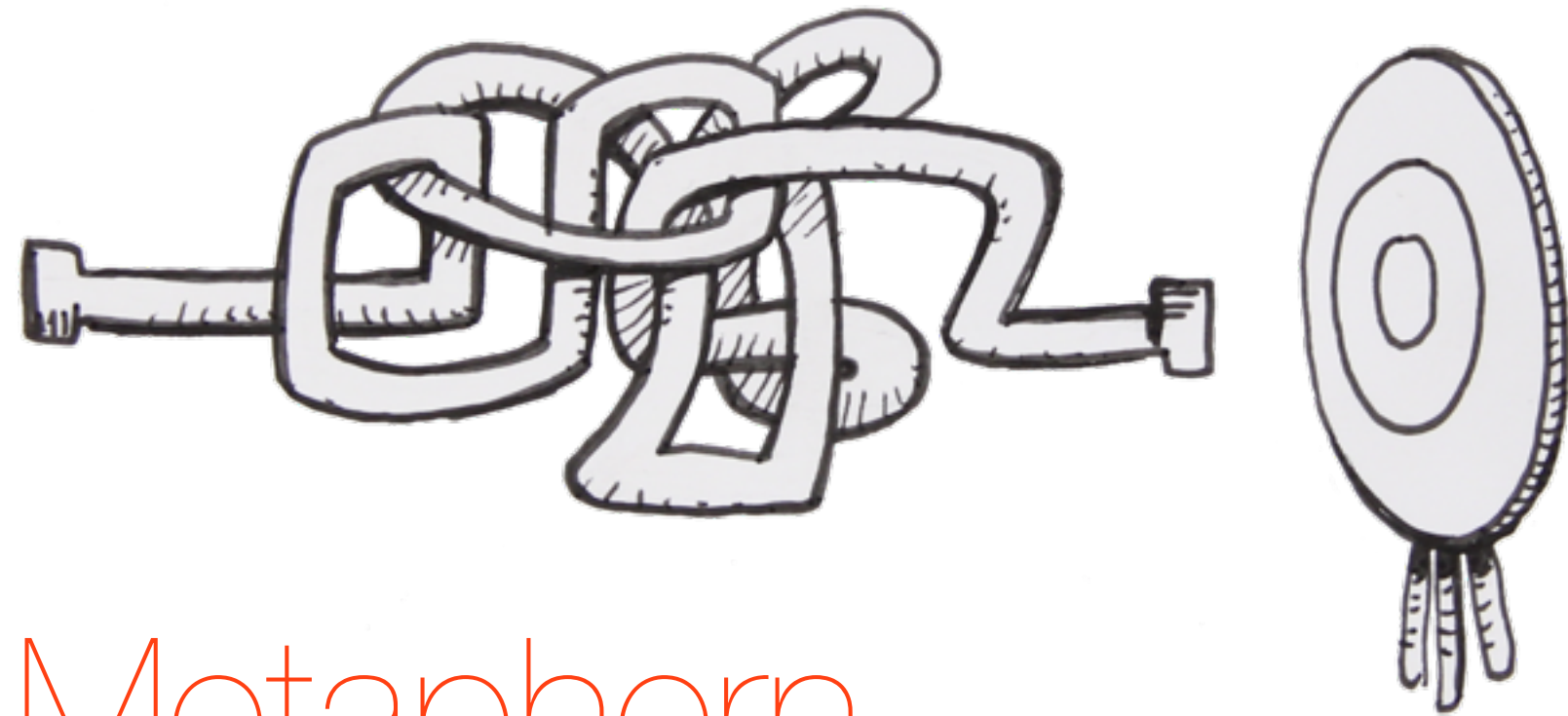
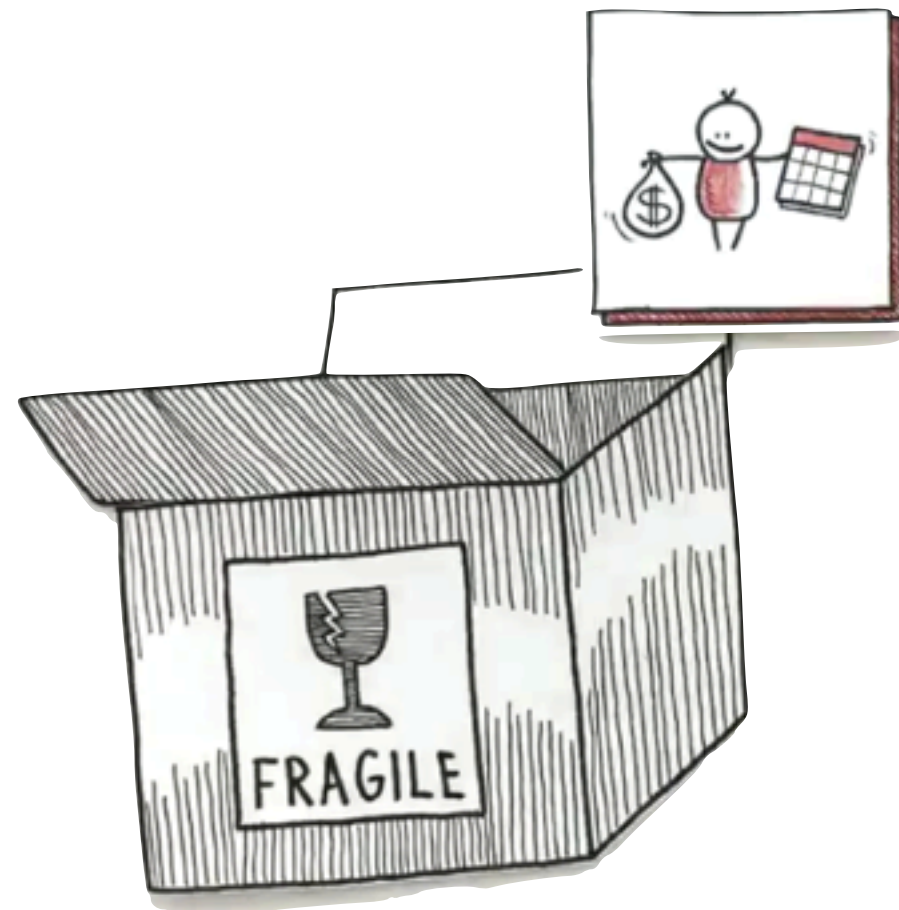


Metaphern

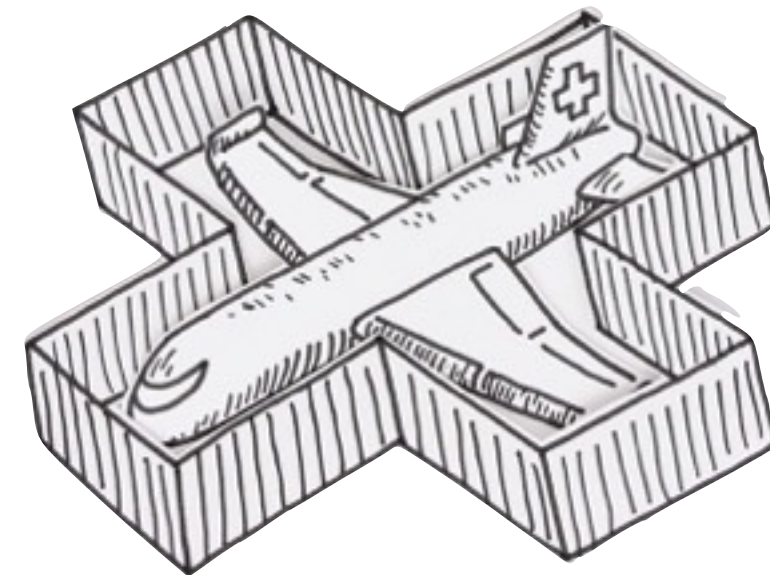


DETAILED
EQUIREMENTS
& DESIGN





Metaphern





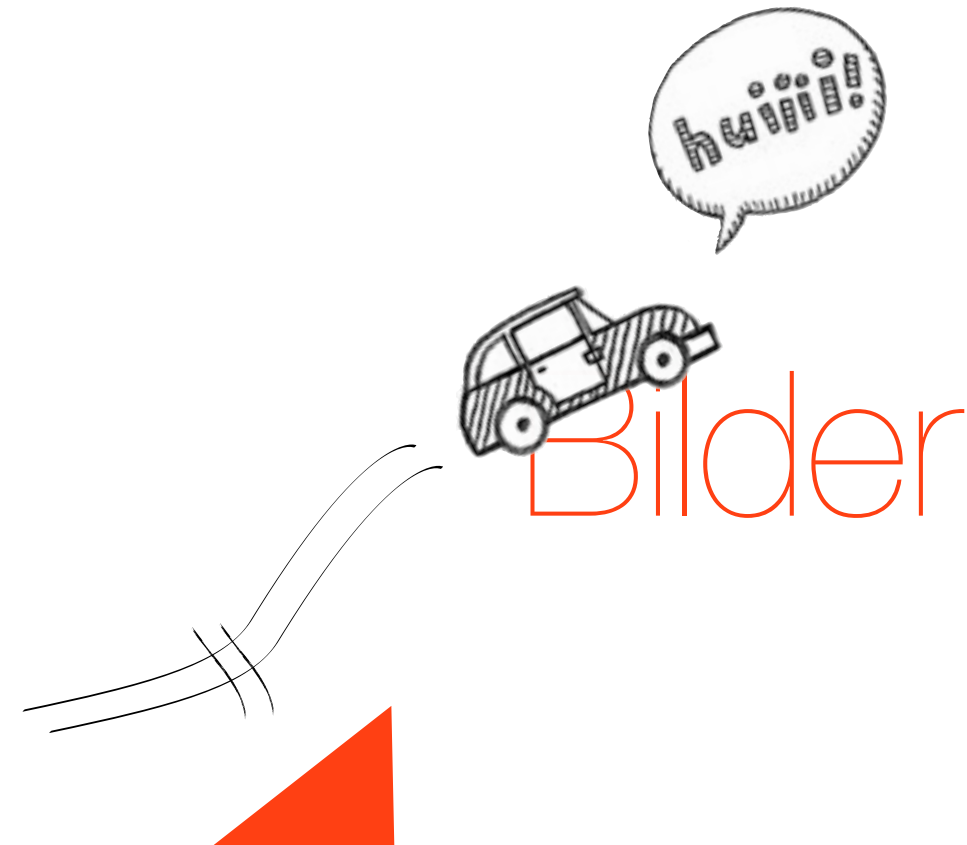
RE POW

Humor

UNT UNT UNT
UNT UNT UNT
UNT UNT UNT
=

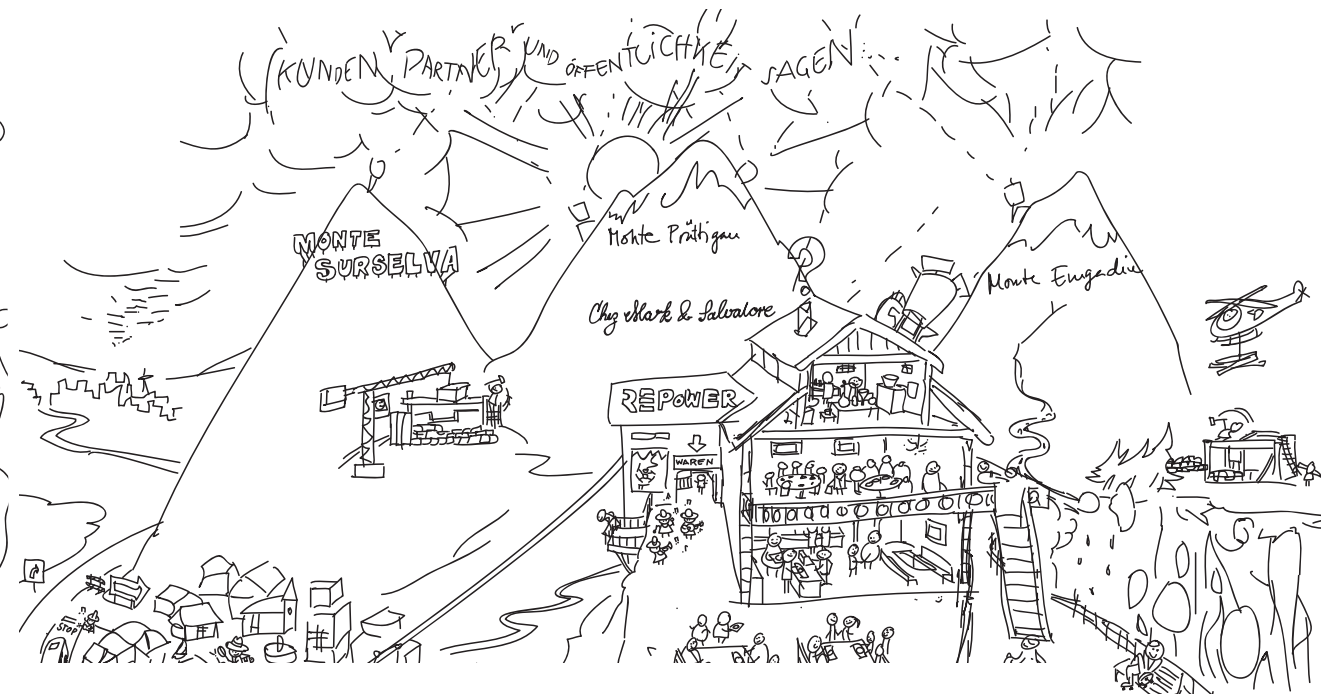
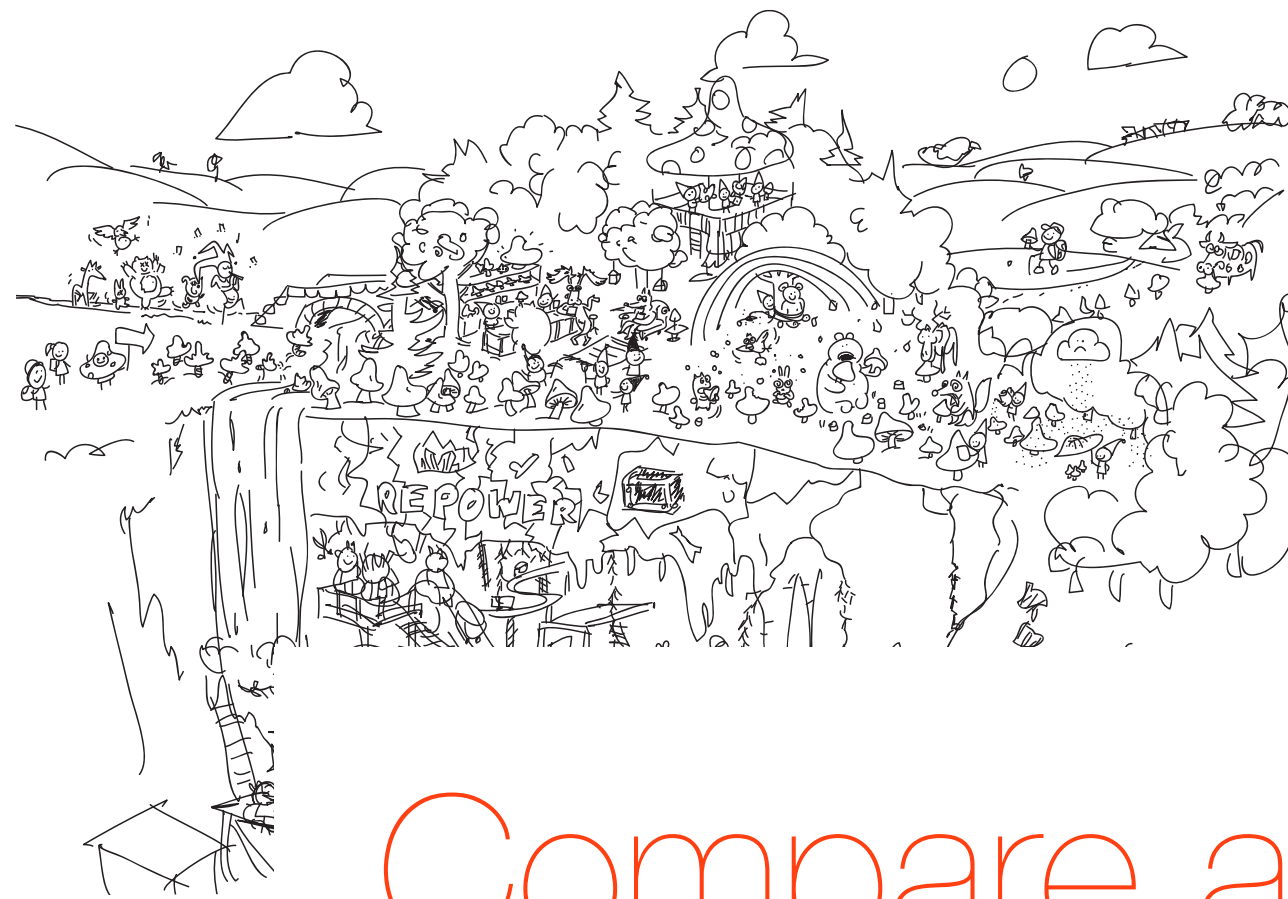
KON-TROLL

Strategie-Definition



-----x-----

Strategie-Umsetzung



Compare and Contrast





Interaktion

NAVIGATOR
Business Solutions

MYTH 3

Communication Equals Understanding

Interaktion

Strategy is an adaptive narrative.


Senior executives are often shocked to see how poorly their company's strategy is understood throughout the organization. In their view, they invest huge amounts of time communicating strategy, in an unending stream of e-mails, management meetings, and town hall discussions. But the amount of communication is not the issue: Nearly 90% of middle managers believe that top leaders communicate the strategy frequently enough. How can so much communication yield so little understanding?

Part of the problem is that executives measure communication in terms of inputs (the number of e-mails sent or town halls hosted) rather than by the only metric that actually counts—how well key leaders understand what's communicated. A related

...time dilute their core

A hand-drawn business diagram on a wooden table. The diagram features a central globe with a red dashed line circling it. To the left, a red flag is on a pole, with a target and a dollar sign nearby. Below the globe, there are several buildings and a Swiss flag. The text 'OUR BUSINESS COMPETENCIES' and 'SWISS TEAM' is written at the bottom. A red marker and a black marker are lying on the paper. The red marker has 'edding 3000' written on it. The black marker has 'edding 3000' written on it. The background of the drawing is filled with various business-related icons like a laptop, a printer, and a person. The word 'Integration' is written in a white box in the center of the image.

Integration



Le véritable plaisir ne réside pas dans l'acte,
mais dans le fait de le raconter ensuite.



Doch Vorsicht vor
«The Dark Side of
Storytelling»

- ▶ (Management) Propaganda
- ▶ Lügen, nichts als Lügen!
- ▶ Walking the Talk?
- ▶ Äh entschuldigung?



Das ist doch nur (Management) Propaganda!

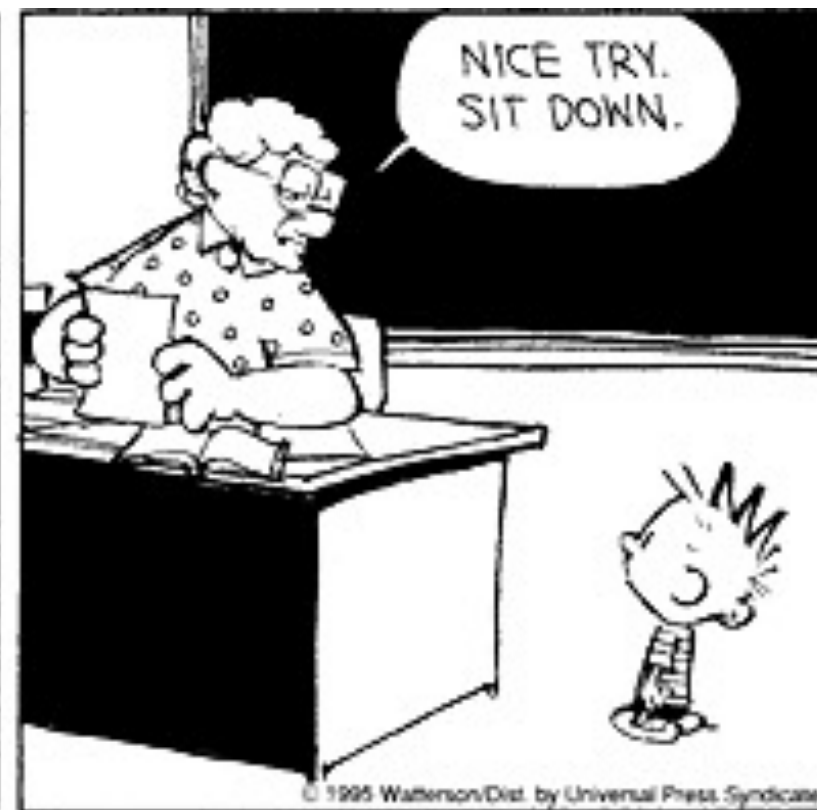


**Ein Volk zu knechten liegt dem Juden fern
Er hat die ganze Welt zum Fressen gern**

The Medium is not the Message!

Eine Geschichte gut erzählen \neq Eine gute Geschichte erzählen

Lügen, nichts als Lügen!



I GOTTA LEARN HOW TO WRITE IN CURSIVE.



Se non è vero, è ben trovato.

Das ist doch nur leeres Geschwafel!





Das eine tun und das andere...



Ähh Entschuldigung,
Sie finden das wohl
sehr lustig?



Viel Dank!

© 2015 Zense GmbH
info@zense.ch
www.zense.ch

