

Strategische Inszenierung

Story-Dealing für Marketing und Management



Hans Geißlinger | Stefan Raab
→ **Strategische Inszenierung**
Story-Dealing für Marketing und Management
176 Seiten, 57 Abb., Gb, 2007
€ [D] 29,95 | € [A] 30,80
978-3-89670-603-4

■ Über das Buch

Wo andere versuchen, Organisationen mit „Story Telling“ erzählend zu verändern, inszenieren Hans Geißlinger, Stefan Raab und Kollegen neue Wirklichkeiten und machen so Visionen konkret erfahrbar. Wer einmal eine solche „strategische Inszenierung“ durchlebt hat, sieht die Welt mit anderen Augen.

In diesem Buch erläutern die Autoren die Handlungskonzepte hinter ihren Aufsehen erregenden und mehrfach ausgezeichneten Aktionen. Anhand von Projektberichten beschreiben sie detailliert ihr methodisches Instrumentarium zur Initiierung und Steuerung von Veränderungsprozessen, den Werkzeugkasten des STORY DEALING. Das so vermittelte Know-how versetzt den Leser in die Lage, neue Zugänge zu Märkten zu finden und Ressourcen für die Wertsteigerung in Unternehmen zu erschließen. Anwendungsfelder der STRATEGISCHEN INSZENIERUNG sind Firmenfusionen oder Firmenverkäufe, Reorganisationen in Unternehmen, aber auch Markenpositionierungen und Projekte zur Marktentwicklung.

Ich bestelle bei
meiner Buchhandlung:

Ex. Titel	ISBN
— Strategische Inszenierung	978-3-89670-603-4
€ [D] 29,95/€ [A] 30,80	Preis zzgl. Porto u. Verpackung

Name _____
Straße _____
Ort _____
E-Mail _____

Ja, ich hätte gerne mehr Information, bitte nehmen Sie meine Adresse für den Newsletter in den E-Mailverteiler auf.

Unterschrift/Datum _____ Bitte in Blockschrift ausfüllen!

Carl-Auer Verlag
www.carl-auer.de

Carl-Auer Verlag
www.carl-auer.de



Falls nicht möglich, bei:
Carl-Auer Verlag • Häusserstr. 14 • 69115 Heidelberg
Fax: +49- (0) 62 21-64 38 22
www.carl-auer.de

■ Die Autoren



Dr. Hans Geißlinger

Hans Geißlinger, Dr. phil., Diplom-Sozialpädagoge und Diplom-Soziologe, Dozent an der Humboldt-Universität Berlin; Gründungspartner und Geschäftsführer der STORY DEALER A. G., Publizist und Autor mehrerer Bücher.



Dr. Stefan Raab

Stefan Raab, Dr. phil., international tätiger Change-Professional (CTO) und Unternehmer, Sparringpartner von Vorständen und Geschäftsführern, Interventions-Designer für Value-Change-Projekte, Dozent und Autor mehrerer Bücher.

Seit 2004 verwickeln die beiden Autoren gemeinsam mit Stephan Pregizer in der Story Dealing Company EXPEDERE BERLIN Menschen in Geschichten, die Begeisterung auslösen, den nötigen Mut entfachen und die Erfahrung vermitteln, um große Veränderungen in die Tat umzusetzen:

www.expedere.com

www.carl-auer.de

■ Strategische Inszenierung

Story-Dealing für Marketing und Management

Irritation statt Routine!

Eine von einem großen deutschen Unternehmen intern in Auftrag gegebene wissenschaftliche Untersuchung über die Effektivität von Konferenzen und Workshops für Führungskräfte kommt zu einem bemerkenswerten Ergebnis: Am meisten ereignet sich während der Kaffeepausen und des Abendessens. Hier tauscht man sich aus und kommt sich näher. Alles andere, die Referate, die Arbeitsgruppen, etc., lassen die Teilnehmer größtenteils über sich ergehen – in freudiger Erwartung der nächsten Pause. Warum? Weil der Ablauf standardisiert ist, weil montagmorgens schon gewusst wird, was am Dienstag und am Mittwoch stattfindet. Deshalb gilt es – im Gegensatz dazu – bereits im Vorfeld einen Einstieg zu entwickeln, der den Erwartungen entgegenläuft und auf etwas völlig anderes zielt. Nicht zu wissen, was auf einen zukommt, mag unangenehm sein – tatsächlich ist jeder wirkliche Entscheidungsprozess genau davon geprägt.

Handlungsorientierung statt Sprachspiele!

Denn es ist die konkrete Erfahrung, die unsere Wahrnehmung der Realität und unsere Reaktionen auf diese Realität verändert.

Verfremdung statt Beibehaltung des Kontextes!

Weil die in einer Organisation gewachsenen Strukturen, Hierarchien, sozialen Rollen und Verhaltensmuster dort auch immer wieder ihre Bestätigung erfahren, bedarf es eines anderen, eines fremden Kontextes – eines Erlebensraumes, der jenseits des Bekannten und Gewohnten liegt, um Veränderungen möglich zu machen.

Risiko statt Kontrolle!

Nur was tatsächlich scheitern kann, besitzt, wenn es denn gelingt, auch einen Wert.

www.carl-auer.de

■ Strategische Inszenierung

Story-Dealing für Marketing und Management

Erfahrungen von Auftraggebern

„Wir standen vor der Aufgabe, ein Servicecenter zu schaffen, und hatten alles schon rational aus- und abgearbeitet. Aber rational schafften wir es nicht, die Mitarbeiter für die anstehende Veränderung zu gewinnen. Sie mussten irgendwie emotional gepackt werden. Wir haben dann in unserer strategischen Inszenierung eine Übungsplattform für die Menschen geschaffen, wo Neues eingeübt werden konnte.“

„Für uns war wichtig, dass wir wirklich etwas Innovatives machen. Denn es ging darum, grundsätzlich neue Wege aufzuzeigen, wie man die Krebs-Früherkennung voranbringen kann. Es war klar, dass man Früherkennung anders betreiben muss, wenn man mehr Menschen als bisher erreichen will. Und genau dieses innovative Element haben wir in der Strategischen Inszenierung gefunden.“

„Mein Fazit ist ganz klar: Die Operation ist geglückt, das Servicecenter existiert noch, es hat sich eigenständig weiterentwickeln können. Es war außerordentlich lehrreich für mich zu erkennen, wie lange es dauert, eine kulturelle Veränderung in Gang zu bringen. Ich bin aber auch beeindruckt davon, dass es uns gelungen ist, etwas zu schaffen, das im Stande ist, nachhaltig immer wieder Veränderungen zu generieren.“

„Ich bin immer noch überrascht und beeindruckt davon, wie viele kreative Menschen wir haben. Diese Verbindung aus künstlerischem Handeln und hoher Professionalität, das Gelingen des Ganzen bis hin in die ganz kleinen, praktischen Details – das war schon sehr beeindruckend.“

www.carl-auer.de