

DIALOGBILD[®]

ZEIGEN SIE, WAS SIE SAGEN WOLLEN.

Medizin, Pharma & Chemie

Wir visualisieren Ihre Strategien, Prozesse und Visionen.



HELM AG

**FIT FOR
FUTURE**

**CULTURAL
CHANGE**

ROCHE

DER DIGITALE
TRANSFORMATIONSPROZESS

IT-STRATEGIE

KLINIKVERBUND ANREGIONED

**BEHANDLUNGSPFAD
HERZINSUFFIZIENZ**

CHIESI

**ENTSCHEIDEN.
MACHEN.
GEWINNEN.**

SYMRISE

**UNSERE VISION
WIRD REALITÄT**

ZEIGEN SIE, WAS SIE SAGEN WOLLEN

Die Medizin-, Pharma- und Chemiebranche steht vor riesigen Herausforderungen - von der Corona-Krise mit Fachkräftemangel im Gesundheitswesen und hoher Nachfrage nach Impfstoffen hin zum Ukraine-Krieg und der damit verbundenen Gaskrise.

Politische Krisen, steigende Preise bei Strom und Gas, Disruption globaler Lieferketten und damit einhergehende hohe Rohstoffpreise belasten den Markt und sorgen für Unsicherheit. Das Vorantreiben der Digitalisierung, die Erschließung neuer Märkte und die Absicherung der Lieferketten stehen nun im Fokus der Branche.

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,

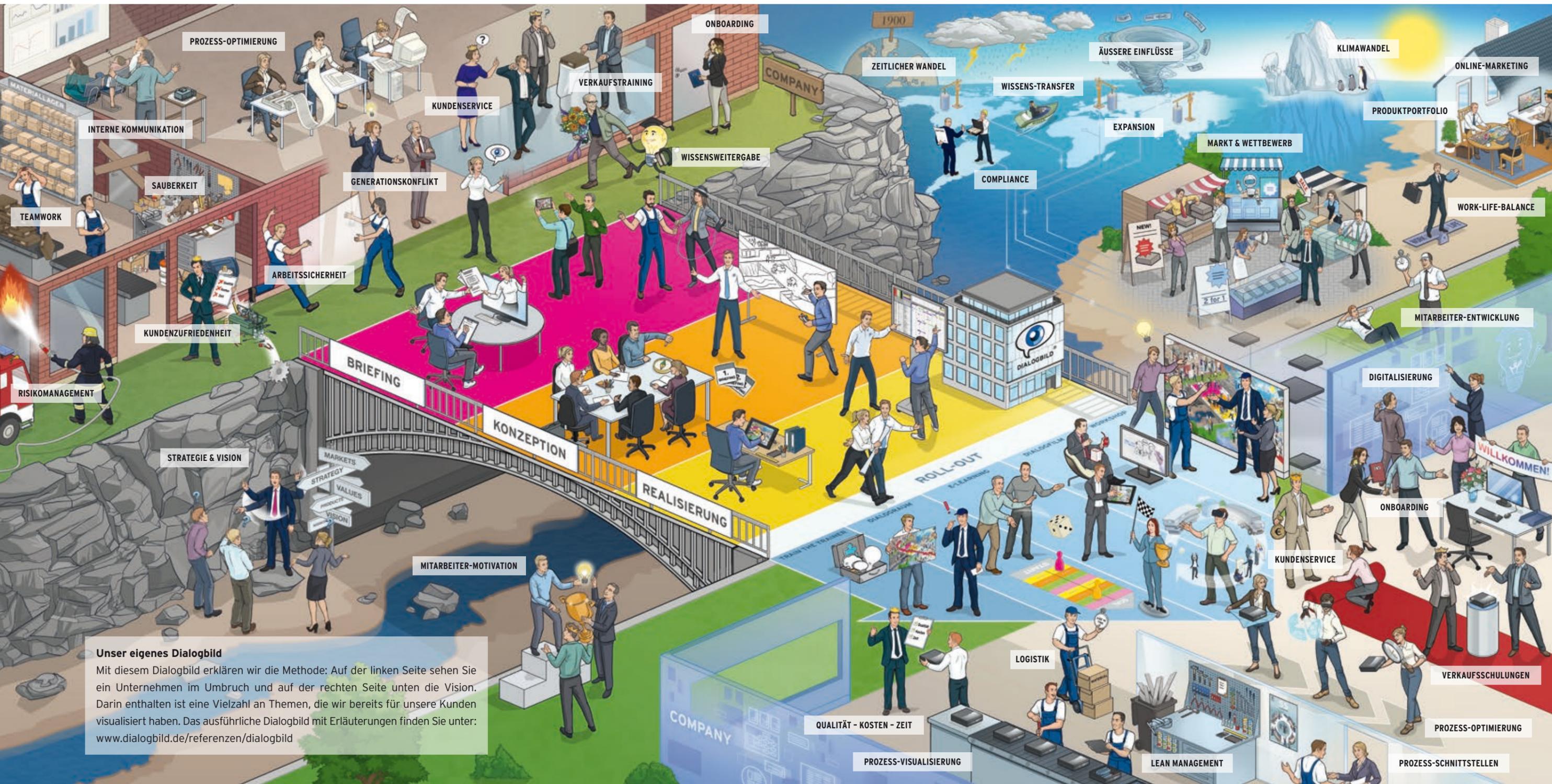
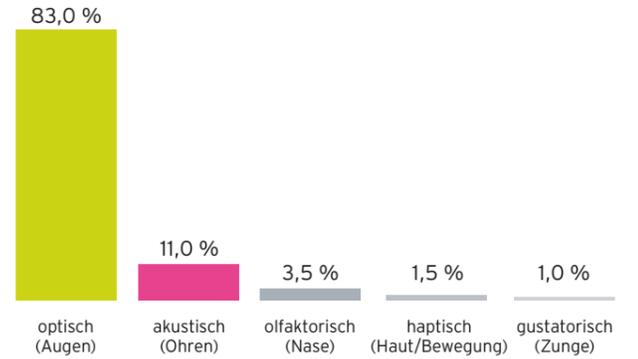
DAVON BEHALTEN WIR 20 %
= 2,2 %

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



ANNUAL REVIEW CYCLE 2023

Boehringer Ingelheim entwickelt bahnbrechende Therapien, die Leben verändern - heute und für zukünftige Generationen. Als führendes forschungsgetriebenes biopharmazeutisches Unternehmen schafft Boehringer Ingelheim Werte durch Innovationen in Bereichen mit einem hohen ungedeckten

medizinischen Bedarf. Seit seiner Gründung im Jahr 1885 ist Boehringer Ingelheim in Familienbesitz und verfolgt eine langfristige, nachhaltige Perspektive. Mehr als 53.000 Mitarbeitende bedienen über 130 Märkte in den beiden Geschäftsbereichen Humanpharma und Tiergesundheit.

Das Projekt: Boehringer Ingelheim entschied sich bei der diesjährigen unternehmensinternen Strategiekommunikation für ein Dialogbild in Verbindung mit einem Dialogfilm. Die jährliche Strategieüberprüfung und -anpassung erfolgt in Form des Annual Review Cycles, in dem die

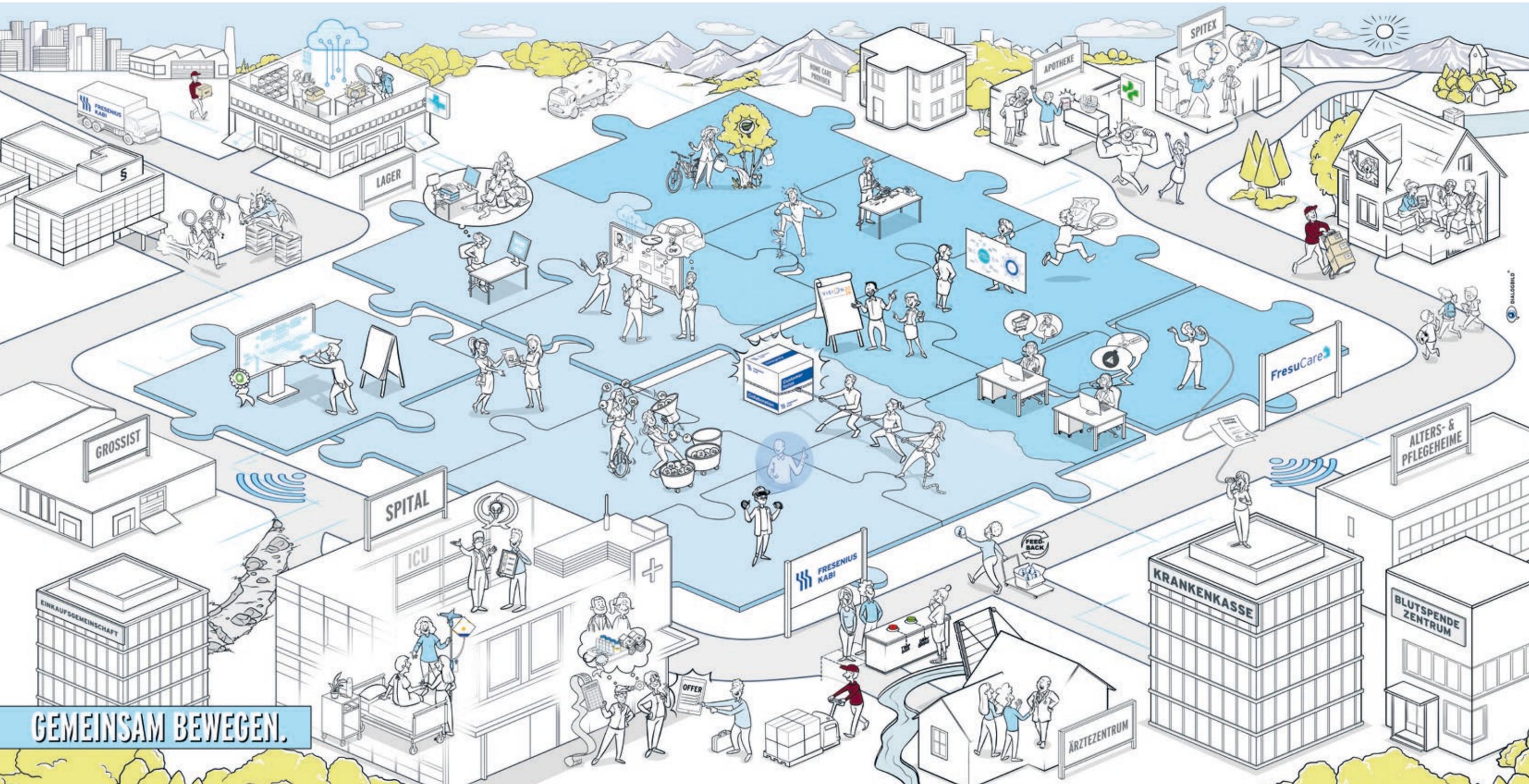
mittel- und langfristigen Planungen des Unternehmens besprochen und priorisiert werden. Mit einem Dialogbild sollte ein neuartiger Kommunikationsweg eingeschlagen werden, um den Annual Review Cycle ganzheitlich und dennoch präzise darzustellen. Ziel war es, die Mitarbeitenden mit der Strategie vertraut zu machen und ein gemeinsames Bewusstsein für die Ziele zu schaffen. Der im gleichen Zuge entstandene Dia-

logfilm dient der Erklärung des Strategieprozesses und komplementiert das Dialogbild, in dem die Ergebnisse des Prozesses dargestellt sind.



Michael Kühnapfel
Group
Communications

„Wir bedanken uns bei DIALOGBILD für die äußerst effektive Zusammenarbeit, den guten Teamgeist und die stets schnelle und kompetente Lieferung von Ergebnissen. Mit dem Dialogbild haben wir für unsere Mitarbeitenden ein sehr attraktives und gleichzeitig leicht zugängliches Format gefunden. Das Feedback von unseren Mitarbeitenden dazu ist sehr positiv und die interaktive Version des Dialogbilds wird intensiv genutzt.“



GEMEINSAM BEWEGEN.



DIE GESCHÄFTSFELDER

VON FRESENIUS KABI SCHWEIZ

Fresenius Kabi ist ein weltweit tätiges Gesundheitsunternehmen, das lebensnotwendige Medikamente und Medizintechnik zur Infusion, Transfusion und klinischen Ernährung anbietet. Unsere Produkte und Dienstleistungen werden in der Therapie und Versorgung von kritisch und chronisch kranken

Patienten eingesetzt.

In der Schweiz ist Fresenius Kabi seit vielen Jahren eines der führenden Unternehmen für Produkte, die dazu beitragen, die bestmögliche Therapie und hohe Anwendungssicherheit im medizinischen Alltag zu gewährleisten

- hier haben wir ein Team mit rund 120 MitarbeiterInnen sowie weltweit ungefähr 40.000 Mitarbeitende.

Mit dem Vorhaben, das Geschäftsumfeld von Fresenius Kabi (Schweiz) AG und ihrer Tochtergesellschaft möglichst einfach und verständlich darzu-

stellen, sind wir auf DIALOGBILD gestoßen und haben es als einzigartiges Medium zu schätzen gelernt. Gerade auch die Neuerungen des Unternehmens wie beispielsweise eine Tochtergesellschaft konnte den Mitarbeitern anschaulich und ohne sprachliche Barriere vermittelt werden.

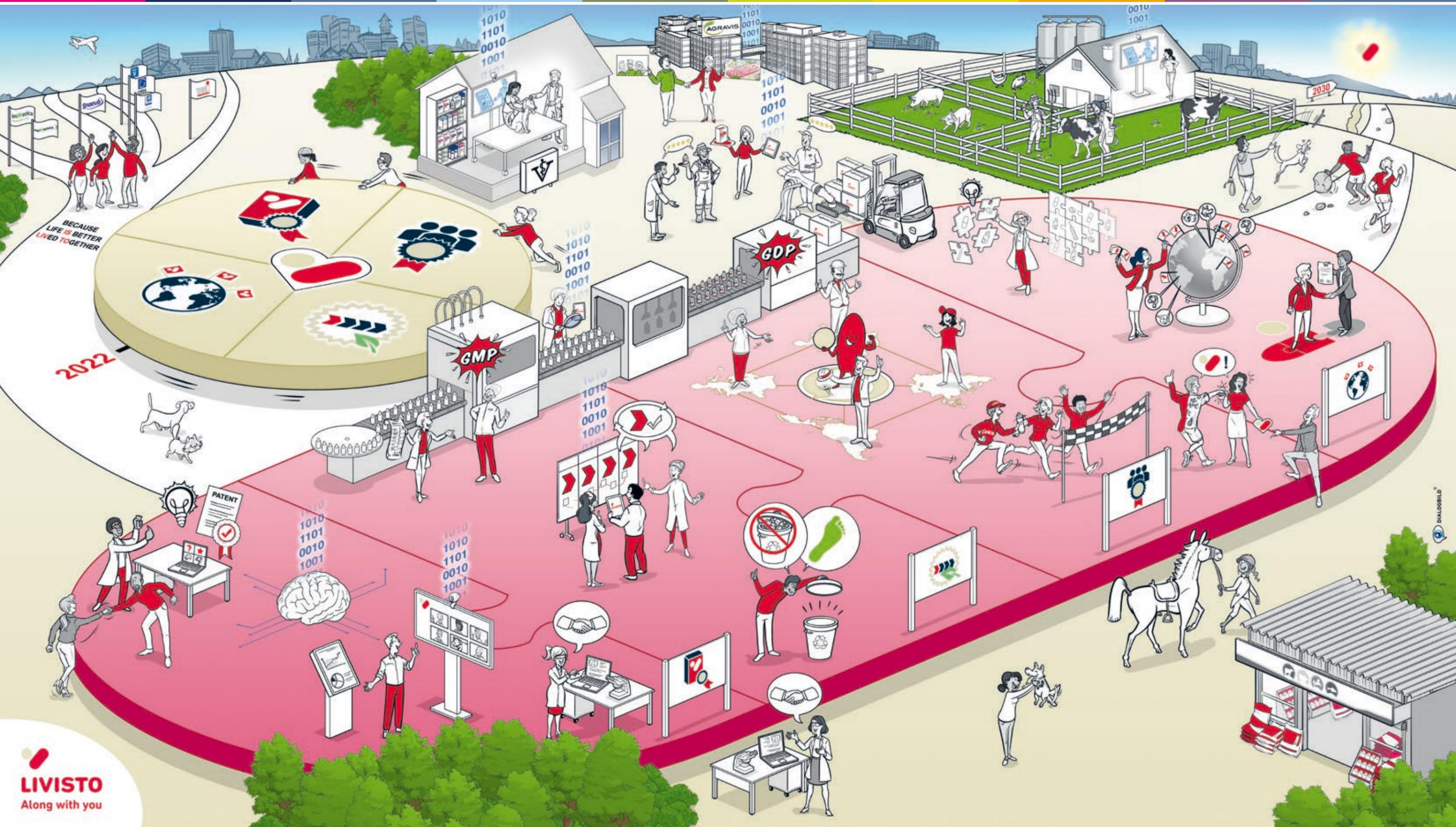
Ziel war die Schaffung einer bildlichen Grundlage, welche das Geschäft von

Fresenius Kabi (Schweiz) AG und ihrer Tochtergesellschaft FresuCare AG sowie dessen Umfeld darstellt. Wir streben damit ein weiteres Zusammenrücken der Belegschaft sowie eine weitere Vereinheitlichung der Wahrnehmung über unsere Tätigkeit, unsere Vorgehensweise und unsere Prioritäten an. Dies soll sowohl durch eine punktuelle Einbindung in die Entwicklung der bildlichen Darstellung als

auch durch regelmäßige Präsenz und Nutzung der Darstellung in der Arbeit an strategischer Entwicklung, Prozessen und Verbesserungen geschehen.

Primäre Zielgruppe: Belegschaft der Fresenius Kabi (Schweiz) AG und FresuCare AG

Sekundäre Zielgruppe: Kunden, Bewerbungskandidaten, Geschäftspartner, politische und wirtschaftliche Stakeholder



ALONG WITH YOU

VISION 2030

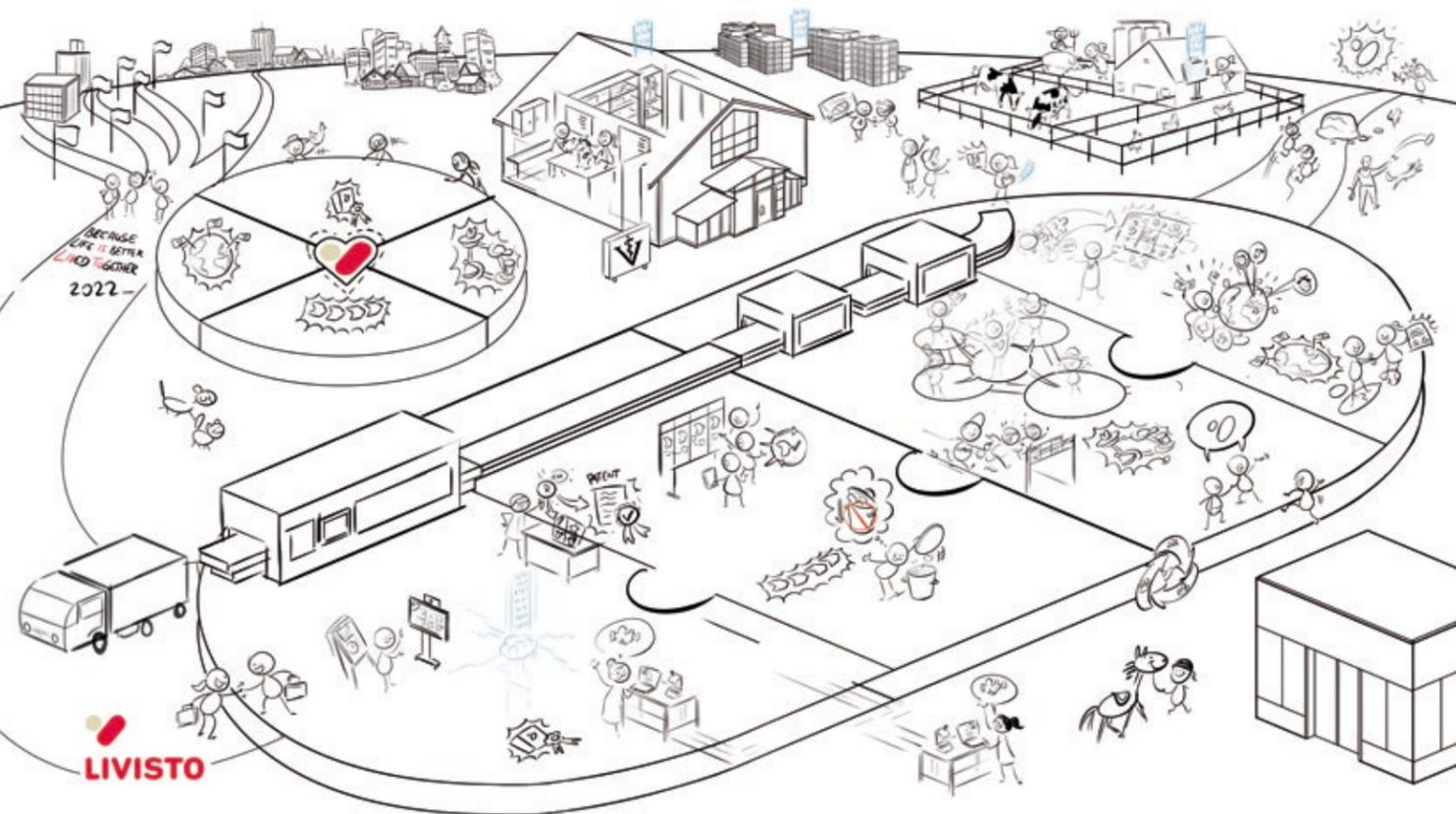


Wir sind die mit Herz ...

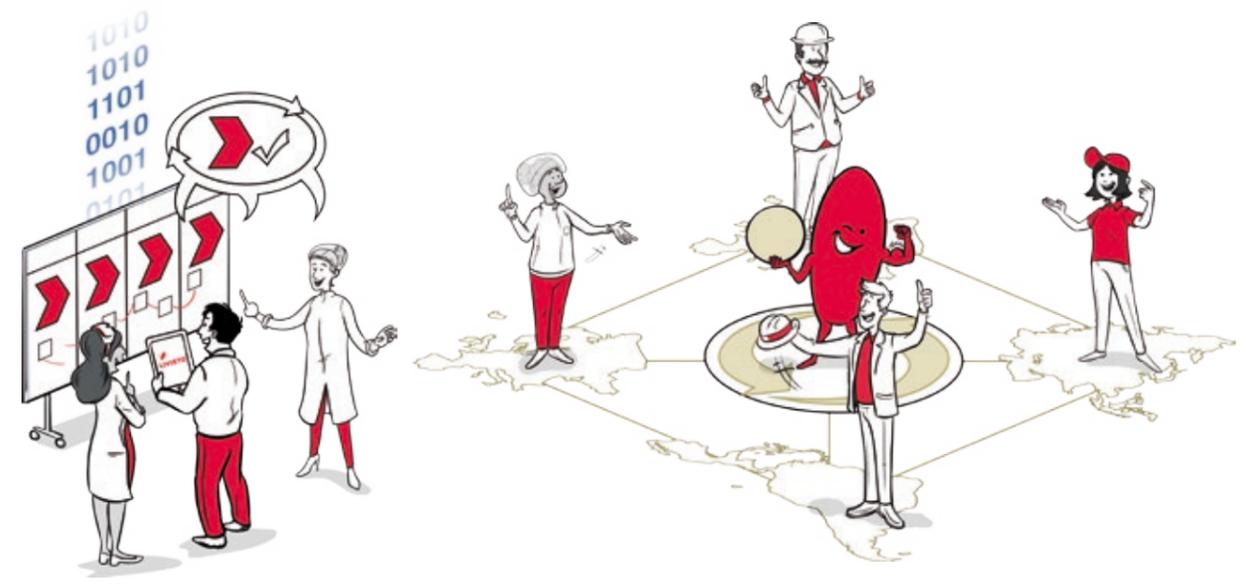
... ein Leitsatz welcher die LIVISTO und seine über 500 Mitarbeiter:innen in der Entwicklung und Herstellung hochwertiger Produkte für die Gesundheit von Nutz- und Haustieren vorantreibt. So arbeiten sie täglich daran, einen

Mehrwert für Tierärzte und Tierhalter zu schaffen und ihnen darüber hinaus mit hochwertigen und effizienten Lösungen zur Seite zu stehen. LIVISTO ist inzwischen in nun mehr als 100 Ländern erfolgreich, doch Erfolg muss man genau planen und kommunizieren. Dabei sagt ein Bild mehr als

1.000 Worte. Um die Strategie zu kommunizieren und den Transformationsprozess des Unternehmens einzuleiten, ist das Dialogbild damit ein ideales Medium, an dem viele Stakeholder partizipieren konnten. Ein Unternehmen mit Herz eben und das kann nun jeder sehen.



EINIGE BEISPIELSZENEN



Exzellente, kundenorientierte Prozesse

Exzellente, kundenorientierte Prozesse sind für uns zwingend erforderlich. Unsere Prozesse setzen wir schlank, zuverlässig, schnell und kundenorientiert um. Für die optimale Umsetzung von Prozessen legen wir großen Wert auf die erfolgreiche Nutzung von IT-Lösungen. Wir ALLE zusammen tragen ständig dazu bei, LIVISTO zu verbessern.

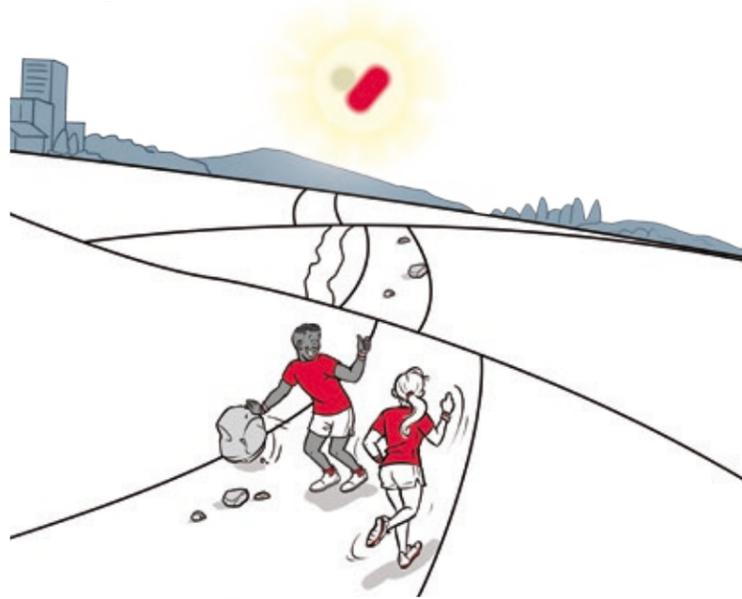
Internationale Zusammenarbeit & Führung

Wir arbeiten in einer internationalen Organisationsstruktur, die effizient über Grenzen hinweg operiert. Wir leben unseren internationalen Teamgeist und schätzen unsere Kollegen. Wir streben nach Autonomie, Selbstverantwortung und Flexibilität. Transparenz, offene und kontinuierliche Kommunikation sowie Feedback sind für uns von besonderer Bedeutung. Wir sind davon überzeugt, dass Zusammenarbeit uns stärker macht - wir profitieren vom Teilen unserer Erfahrungen, unseres Know-hows und unserer Netzwerke.



Vertrauenswürdiger Partner mit Herz

Wir bieten unseren Kunden Generika sowie innovative Produkte und Lösungen an. Wir produzieren und vertreiben sichere, qualitativ hochwertige Produkte. Für unser breites Kundenspektrum sind wir ein flexibler, vertrauenswürdiger Partner. Unsere Kunden erkennen unser tägliches Streben unter folgendem Motto: Along with you - Wir sind die mit Herz.



Agile, zielorientierte Teamarbeit

(Unerwartete) Hindernisse und Herausforderungen werden unterwegs auftauchen. Wir finden einen Weg, diese Hindernisse durch Teamarbeit und agile Arbeitsweisen zu überwinden. Unsere Zielorientierung hilft uns, mit unserem schnelllebigem Umfeld umzugehen und fokussiert zu bleiben. Wir verbinden Disziplin mit Motivation.



ALONG WITH YOU

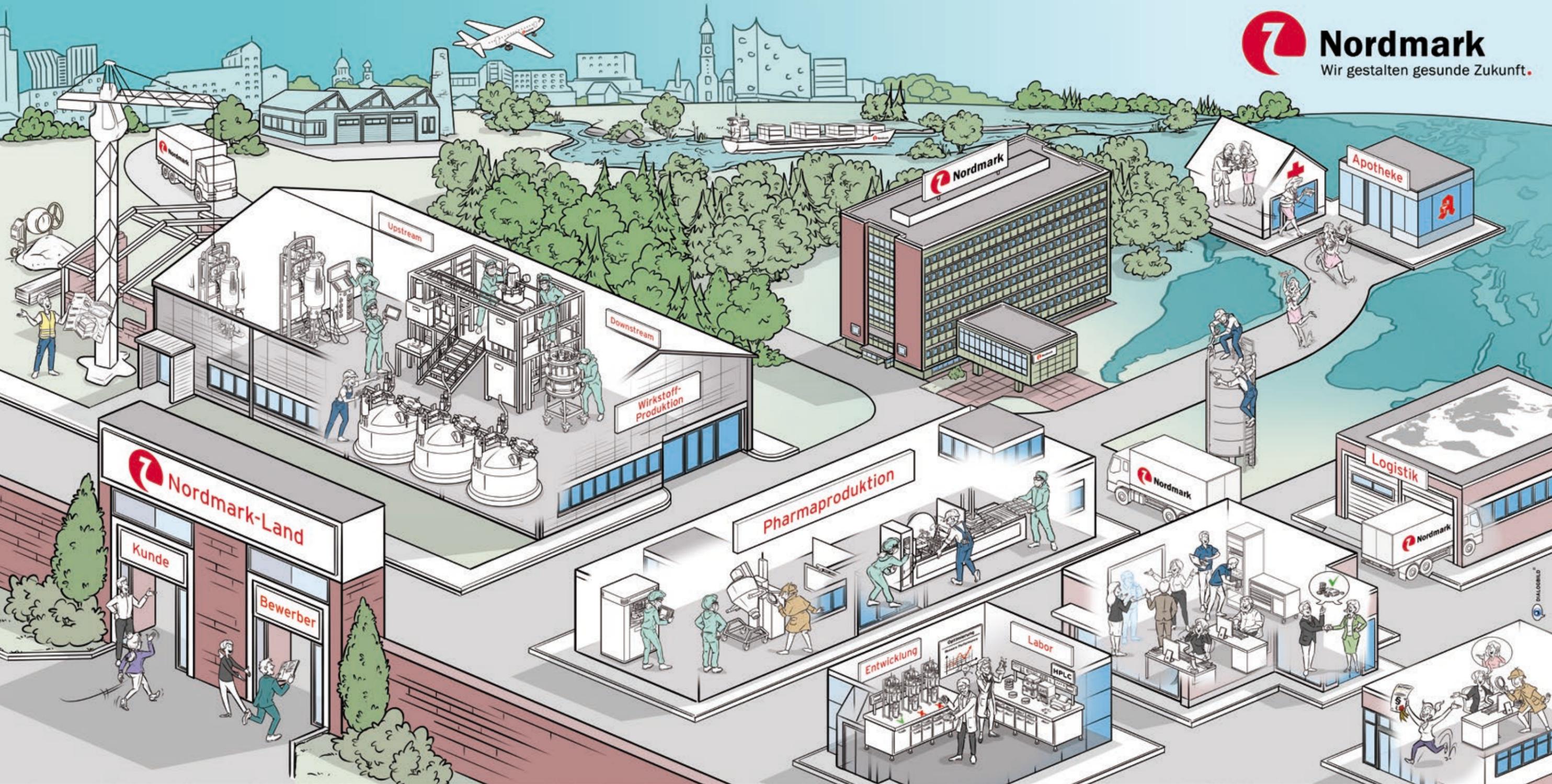
VISION 2030



Fabian Ertel
CEO LIVISTO Group
Head of Animal Health
AGRAVIS Raiffeisen AG

„Im Rahmen unserer neuen Strategie verfolgen wir ambitionierte Ziele. Wir haben eine umfangreiche Transformation eingeleitet und setzen dabei auf die Unterstützung aller Mitarbeiter:innen. Um die vielen, komplexen Themen der Strategie darzustellen und Orientierung zu schaffen, fiel die Entscheidung ein „Dialogbild 2030“ mit zahlreichen LIVISTO-Teams weltweit zu entwickeln. Der Prozess wurde von DIALOGBILD äußerst professionell und kreativ begleitet. Besonders dankbar bin ich für

das hohe Engagement und die Flexibilität unserer Ansprechpartner. Die Veröffentlichung hat uns gezeigt, dass die Inhalte durch die Visualisierung sehr gut erläutert werden können, einprägsam sind und wir somit eine tolle Basis für den weiteren Dialog- und Implementierungsprozess geschaffen haben. Diese Erfahrungen haben wir an allen unseren internationalen Standorten gleichermaßen gemacht.“



NORDMARK-LAND

WIR GESTALTEN GESUNDE ZUKUNFT.

Nordmark ist ein Pharmaunternehmen, mit Hauptsitz in Uetersen. Der Herstellung von Wirkstoffen und Arzneimitteln biologischen und biotechnologischen Ursprungs als Kernkompetenzen des Unternehmens gehen derzeit rund 600 Menschen nach.

Mit der richtigen Technik und dem notwendigen Know-how in der Belegschaft hat sich Nordmark in dieser Nische erfolgreich international positioniert. Um die Vielfalt und Kompetenz, sowie den Zusammenhalt und das Engagement eines jeden Einzelnen in einem

gemeinsamen Bild zu zeigen, wandte sich Nordmark an DIALOGBILD.

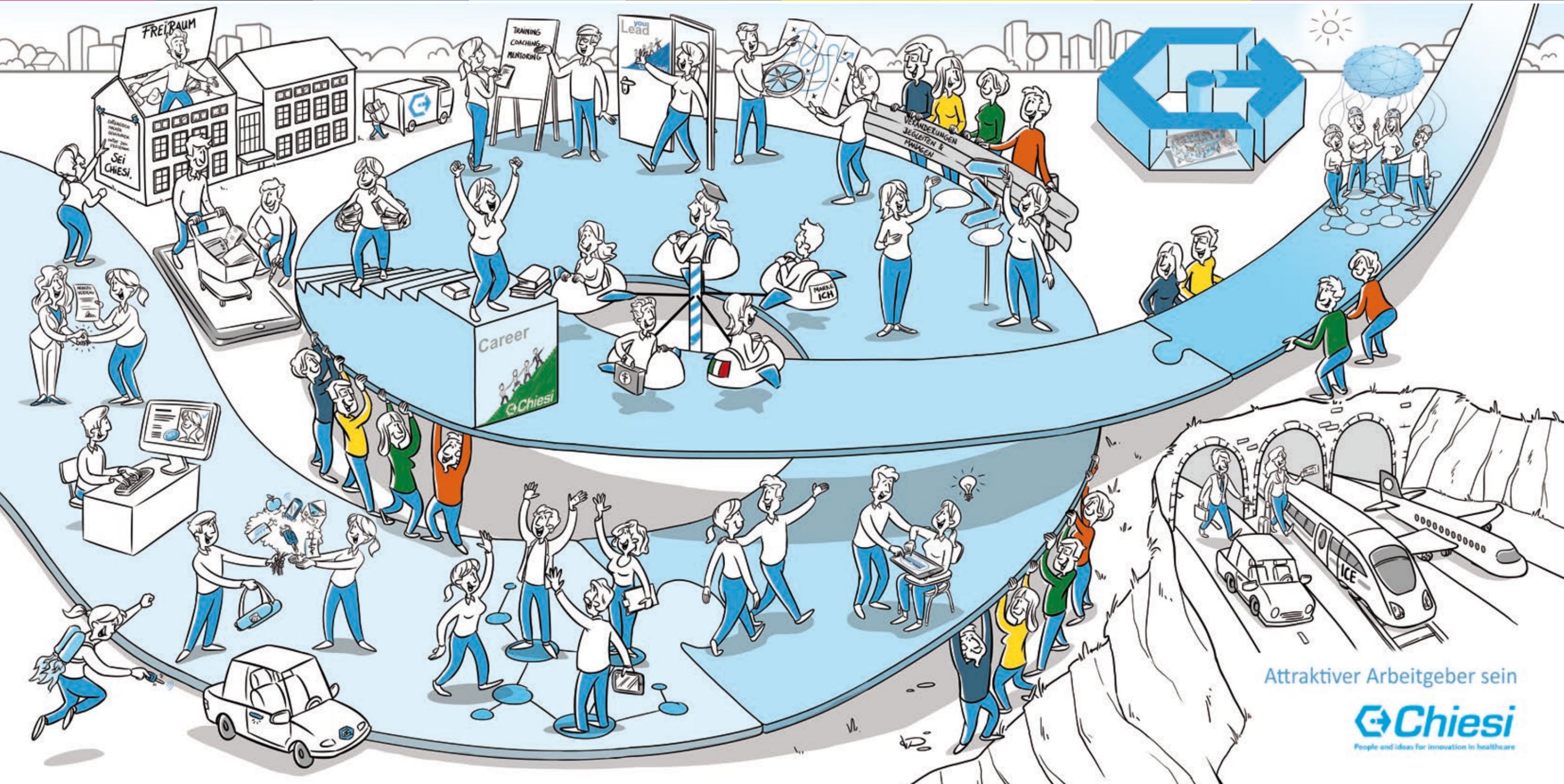
Das Bild zeigt das Nordmark-Land mit den unterschiedlichen Gebäuden der Geschäftsbereiche. In der oberen linken Ecke beginnt die Lieferkette

beim Logistikzentrum, welches die Wirkstoffproduktion als erste Zulaufstelle mit den benötigten Ressourcen versorgt. Nach Prüfung und Verarbeitung der Wirkstoffe durch die Mitarbeitenden, beginnt die Pharmaproduktion. Hier entsteht nach der Weiterverarbeitung das fertige Produkt, welches im Anschluss verpackt und mit dem Nordmark-Logo versehen wird. Weitere Arbeitsprozesse wie Forschung

und Entwicklung, Kundenberatung sowie Preisverhandlungen aber auch Inspektion und Zulassung werden in der rechten unteren Ecke dargestellt. All diese Prozesse führen in Summe dazu, dass Nordmark die hergestellten Produkte verschicken kann.

Nach der Verschreibung vom Arzt, kann der Patient nun das Nordmark-Medikament aus der Apotheke abholen!

Nach erfolgreichem Abschluss des Projekts, wird das Bild nun sowohl in digitaler, als auch in gedruckter Form genutzt.



Attraktiver Arbeitgeber sein



ENTSCHEIDEN. MACHEN. GEWINNEN.

NUTZE DEN FREIRAUM. SEI CHIESI.

Chiesi widmet sich der Forschung, der Entwicklung und dem Vertrieb innovativer verschreibungspflichtiger, therapeutischer Produkte in den Bereichen Atemwegserkrankungen, Neonatologie, Transplantationsmedizin sowie seltene Erkrankungen. Das 1935 gegründete Unternehmen beschäftigt heute über 4.800

Mitarbeiter in weltweit 26 Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in über 70 Ländern. Mehr als 300 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei Chiesi sind im Innen- und Außendienst am Standort Hamburg beschäftigt. Das Projekt „Chiesi - attraktiver Arbeitgeber sein“ umfasst eine Vielzahl von Themen im Personalbe-

reich. Eine interne Mitarbeiterbefragung hat gezeigt, dass die Angebote des Personalmanagements nicht für jeden zu erkennen waren. Der Bereich ist in den letzten beiden Jahren immens gewachsen und komplexer geworden. Folglich ein guter Zeitpunkt, das Angebot der HR für alle leicht verständlich darzustellen.



Oliver Grafender
Director Human Resources Chiesi

„Die Zusammenarbeit mit DIALOGBILD war hochprofessionell und gleichzeitig ungezwungen - es hat uns sehr viel Spaß gemacht. Die Mitarbeiter von DIALOGBILD haben uns im Erarbeitungsprozess unseres Bildes hervorragend geleitet. Am

beeindruckendsten für mich persönlich war die zusätzliche Klarheit, die bei uns im Team durch den Dialog und die Verbildlichung entstanden ist. Plötzlich fiel es allen Teammitgliedern leicht, unsere Story einprägsam und klar zu kommunizieren. Ebenso ist die Wahrnehmung der Tätigkeitsfelder des gesamten Bereichs - vor allem im Bereich selbst - gestiegen, was sich positiv auf das Selbstbewusstsein der Mitarbeiter auswirkt. Wir haben nach Fertigstellung des Bildes das Präsentationstraining genutzt. Auch

hier kam DIALOGBILD mit einem innovativen und ansprechenden Vorschlag. Spannend zu sehen / erleben war der Weg von den Einzelszenen zum „großen Ganzen“ Gesamtbild - mit abschließendem „Aha-Erlebnis“. Für mich die beste Präsentationsform. Wir haben das Bild auf Acrylglas drucken lassen und im Flur aufgehängt. Somit ist es bei allen Mitarbeitenden präsent. DIALOGBILD erhält unsere uneingeschränkte Empfehlung. Wir werden im Laufe des Jahres weitere Instrumente einsetzen!“



IT-STRATEGIE

DER DIGITALE TRANSFORMATIONSPROZESS

Roche Diagnostics, Weltmarktführer bei In-vitro-Diagnostika hat DIALOGBILD im Rahmen der Einführung einer neuen IT-Strategie mit der Entwicklung eines Dialogfilms beauftragt. Dieser dient zur Prozessoptimierung im Bereich DOM. Durch die Einführung der neuen Strategie sollen Maßnahmen verschlankt und Ziele effektiver erreicht werden.

Diagnostics Operations Mannheim, kurz „DOM“, stellt die weltweite Versorgung von Patienten, Laboren und Krankenhäusern mit diagnostischen Reagenzien und Teststreifen sicher. Hierzu produziert DOM als größter Bereich mit 1800 Mitarbeitenden innerhalb von Global Diagnostics Operations an den beiden deutschen Standorten Mannheim und Penzberg eine große Vielfalt von Pro-

dukten für die In-vitro-Diagnostik. Mit dem Film soll den Mitarbeitern von DOM der Mehrwert der neuen IT-Strategie näher gebracht und die Bereitschaft, nach dieser Strategie zu arbeiten, erhöht werden. Das Storyboard wurde gemeinsam von DOM und DIALOGBILD innerhalb eines eintägigen Workshops erarbeitet.“



Meliha Berber
Manager
Communications
& Events

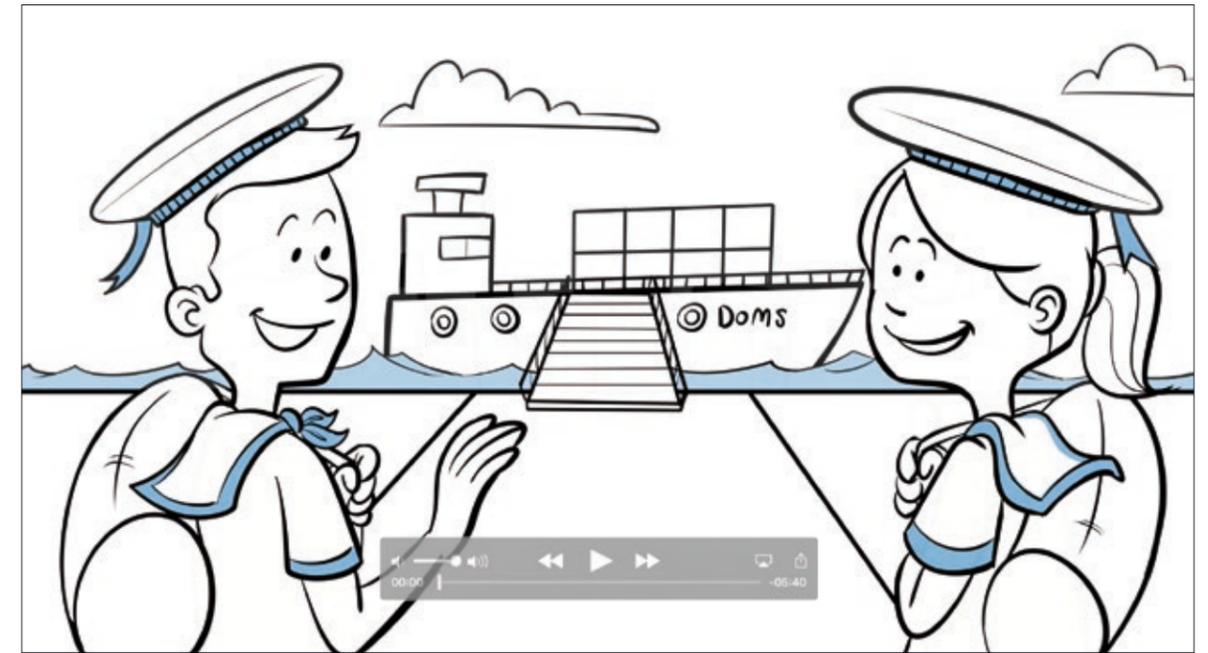
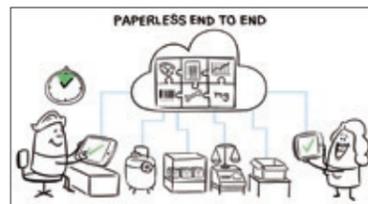
„Digitalisierung, Big Data, Paperless Production, Digitale Transformation – diese und viele andere Schlagwörter beschäftigen derzeit nicht nur uns,

sondern die ganze Welt. Mit dem für Roche Diagnostics Operations (DOM) entwickelten Scribble Video zu unserer Diagnostics Operations IT Strategie haben wir es geschafft, das Zukunftsbild für die Standorte Mannheim und Penzberg zu beschreiben. Es dient im Wesentlichen zur Orientierung und Unterstützung des langfristig angelegten digitalen Transformationsprozesses. Mit DIALOGBILD haben wir

ziemlich schnell ein tolles Konzept entwickelt und umgesetzt. Wir freuen uns auf weitere Visualisierungen und gute Zusammenarbeit. Vielen herzlichen Dank an das gesamte Team.“



Jetzt Dialogfilm anschauen.
Einfach den QR-Code einscannen.



ZUKUNFT@DOMS

DIALOGFILM ZUR AKTUELLEN LAGE UND KOMMENDE HERAUSFORDERUNGEN

ROCHE Diagnostics sorgt in Deutschland mit rund 17.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für das Wohl von Patienten. Sie sind die zweitgrößte Ländervertretung innerhalb des weltweiten Roche Konzerns. In Deutschland sind die zwei Geschäftsbereiche Pharma und Diagnostics über die gesamte Wertschöpfungskette vertreten: von Forschung und Entwicklung über Produktion, Logistik bis hin zu Marketing und Vertrieb von innovativen Produkten. Neben dem Fokus auf den deutschen Markt sind an allen vier Standorten auch globale Funktionen vertreten. ROCHE Diagnostics hat starke Wurzeln und blickt stets in die Zukunft. Deswegen investieren sie ständig – in ihre deutschen Standorte, in Technologien und neue Lösungen, in Forschung und Kooperationen, in Umwelt und Gesellschaft und in ihre Mitarbeitenden.

Die Hauptabteilung DOMS (Diagnostics Operations Mannheim) ist ein Teil der Wertschöpfungskette von ROCHE, die die weltweite Versorgung von Patienten, Laboren und Krankenhäusern mit diagnostischen Reagenzien sicherstellt.

Wie viele Organisationen in der heutigen Zeit, steht DOMS vor zahlreichen Herausforderungen, nicht zuletzt auch durch die anhaltende Corona Pandemie. Um sich auf diese Herausforderungen gemeinsam mit den Mitarbeitern vorzubereiten, plante die Hauptabteilung DOMS einen Aufruf per Dialogfilm zu starten. Dieser Film berichtet über die aktuelle Situation und die kommenden Herausforderungen. Er macht Mut, neue Chancen zu nutzen und dadurch gemeinsam in eine erfolgreiche Zukunft zu schauen. Als visueller Anker dient dabei die

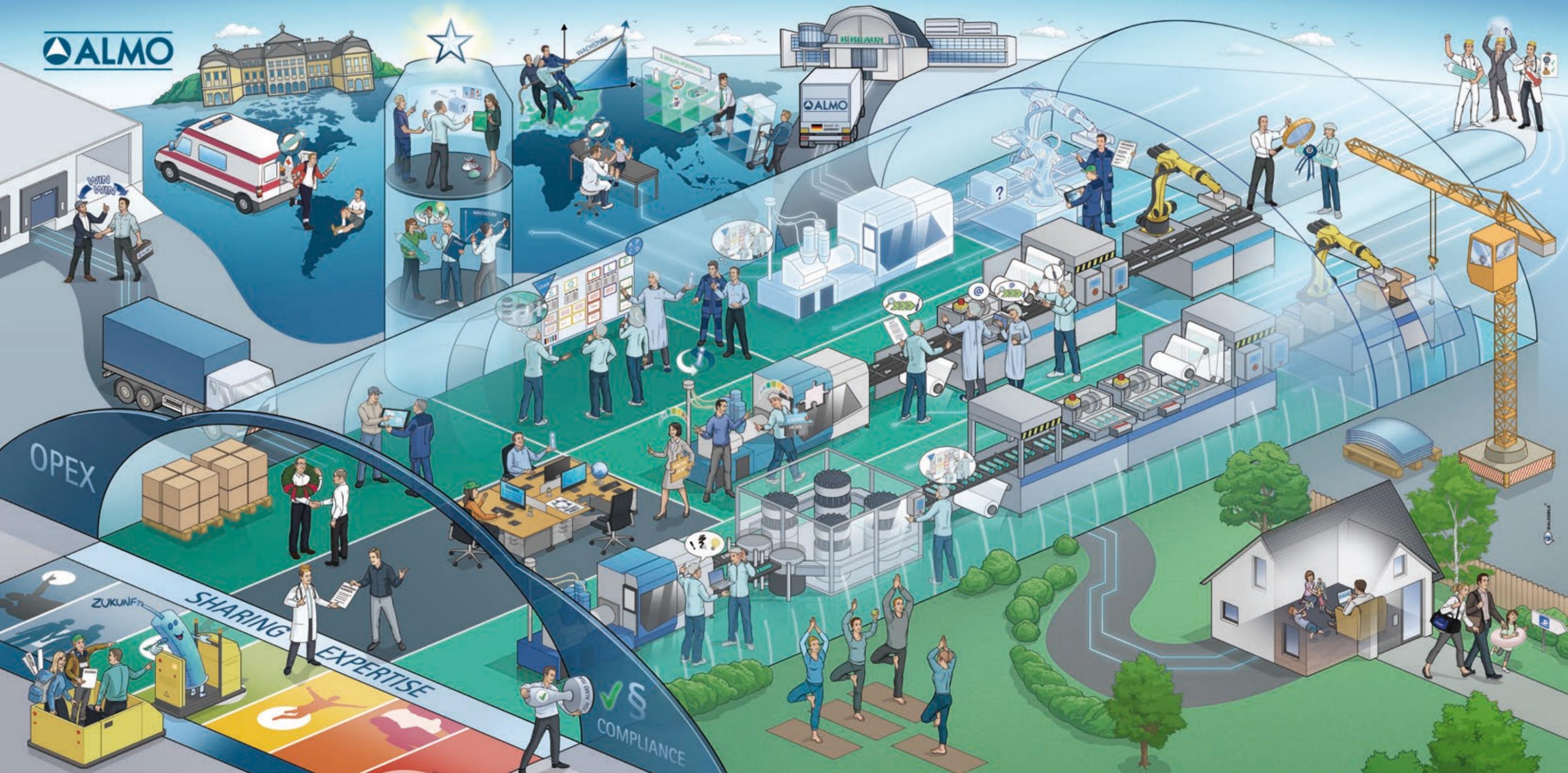
Metapher: „Wir sitzen alle in einem Boot mit Kurs Richtung Zukunft“. Die beiden Hauptfiguren Sonja und Anton gehen an Bord und tauschen sich über ihre Erfahrungen während des Lock-downs aus.

Im Rahmen einer digitalen Infoveranstaltung wurde der Dialogfilm den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern präsentiert und zum Ideenaustausch aufgerufen.



Jetzt Dialogfilm anschauen.
Einfach den QR-Code einscannen.





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 Koope-

DAS ZIELBILD

rationen 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.

Verschiedene interaktive Module unterstützen den Roll-Out.





HERZINSUFFIZIENZ

Das Unternehmen: ANregiomed ist ein Verbund der Kliniken Ansbach, Dinkelsbühl, Rothenburg und der Praxisklinik Feuchtwangen. Für die Behandlung akutstationärer Patienten stehen insgesamt 813 Planbetten zur Verfügung. In den Hauptfachabteilungen und den Belegabteilungen sind rund 2.500 Mitarbeiter tätig, um jährlich 40.000 akutstationäre Patienten zu versorgen. Hinzu kommen mehrere tausend ambulante Operationen. Unter dem Motto „Kompetenz mit Service und Charme“ stellt der Verbund die gesundheitliche Versorgung in Stadt und Landkreis Ansbach sicher.



Hausarzt

Der Patient hat geschwollene Beine und ist kurzatmig, sodass er einen Hausarzt aufsucht. ANregiomed pflegt einen engen Kontakt mit den Hausärzten, da diese eine wichtige Schnittstelle zu den Patienten herstellen. Der Hausarzt gibt einen Vorbefund ab.

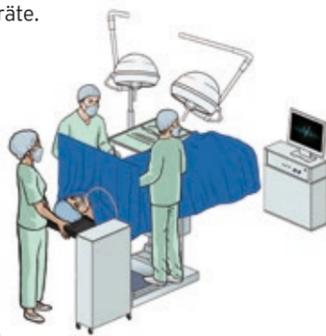
Zielsetzung: Innerhalb der ANregiomed Kliniken ist die Herzinsuffizienz eine der Hauptdiagnosen. Daher sollte innerhalb des Klinikstandort-übergreifenden Kompetenznetzes Herz und Gefäße der Behandlungsprozess Herzinsuffizienz visualisiert werden, bei dem der Patient im Mittelpunkt steht. Während die Abläufe für die Klinikmitarbeiter Arbeitsalltag sind, ist für die Patienten häufig schwer nachvollziehbar, was hinter den vielen Fachbegriffen und den einzelnen Maßnahmen steht.



EKG

Im Rahmen der Diagnostik wird der Patient mit Hilfe eines EKGs untersucht, das die Herzaktivität aufzeichnet. Das klassische EKG wird am liegenden, entspannten Patienten durchgeführt und deshalb als Ruhe-EKG bezeichnet.

Zielgruppen: Erstmals wurde das Dialogbild auf dem 10-jährigen Kardiologie-Jubiläum vorgestellt. Neben den vielen Berufsgruppen in der Klinik von Fachärzten, Pflegekräften, Ernährungsberatern u.v.m. sollen sich auch Angehörige, ehrenamtliche Helfer und Hausärzte in dem Bild wiederfinden und Fachfremde für das Thema sensibilisiert werden. Dabei galt es die unterschiedlichen Rollen und Tätigkeitsfelder der Mitarbeiter abzubilden sowie die detailgetreue Visualisierung der Arbeitskleidung, Arbeitsplätze und medizinischen Geräte.



OP

Bei einer schweren Herzinsuffizienz, die nicht oder nicht ausreichend auf eine medikamentöse Behandlung anspricht, können verschiedene chirurgische Maßnahmen notwendig sein wie bspw. die Schrittmacher-Implantation.

ZENTRALES PROJEKTMANAGEMENT

Das Unternehmen: Das Klinikum Braunschweig ist das Krankenhaus der Maximalversorgung für die Region Braunschweig und mit 1.428 Planbetten eines der großen Krankenhäuser in Deutschland. Mit 19 Kliniken, 10 selbständigen klinischen Abteilungen und 6 Instituten wird nahezu das komplette Fächerspektrum der Medizin abgedeckt. Pro Jahr werden über 58.000 Patienten stationär und rund 150.000 ambulant behandelt.



Herausforderung

Aufgrund eines stetigen Wandels der Gesundheitslandschaft sieht sich auch das Klinikum Braunschweig wachsenden Herausforderungen und komplexen Aufgaben gegenübergestellt. Diese gemeinsam zu erkennen und dabei auch zu handeln ist das Entscheidende.

Themeninhalte: Das vorliegende Dialogbild wurde für alle MitarbeiterInnen des Klinikums Braunschweig entwickelt, die sich mit dem Thema „Projektmanagement“ beschäftigen. Es ist als Unterstützung für alle Projektbeteiligten gedacht und bildet die Grundlage für ein gemeinsames Verständnis zur Planung, Durchführung und Dokumentation von Projekten im Klinikum Braunschweig.



Prüfung Projektidee

Das ausgefüllte Formular „Projektidee“ wird nun vom Verfasser an das Zentrale Projektmanagement (ZPM) versendet. Dies geschieht in digitaler Form. Die Projektidee wird vom ZPM auf Bedeutung und Wirksamkeit überprüft und ggf. im Dialog mit dem oder der VerfasserIn ergänzt.



Arbeitspakete zusammenführen

Nachdem alle Arbeitspakete/Teilprojekte umgesetzt sind, werden diese zusammengeführt. Dies wird durch die Projektleitung koordiniert. Ziel ist es, dass alle Arbeitspakete/Teilprojekte wie ein Puzzle zusammenpassen. Dadurch wird das Gesamtprojektziel erreicht!



Priv.-Doz. Dr. med. C. Wacker
Gesamtleitung
Kardiologie

„Der Klinikverbund ANregiomed ist regional in Mittelfranken, Bayern verankert. Wir stellen die regionale Gesundheitsversorgung über die Krankenhausstandorte Ansbach, Dinkelsbühl und Rothenburg sicher. Ein besonderer Schwerpunkt ist die kardiologische Patientenversorgung. Zwischen den drei Standorten wurde ein gemeinsamer Behandlungspfad für das Krankheitsbild der Herzinsuffizienz abgestimmt. Was für die Ärzte auf

den ersten Blick sehr sinnvoll klingt, ist für den Patienten jedoch häufig unverständlich. Die Fachbegriffe und Ausdrücke sind nicht im alltäglichen Wortschatz zu finden und einen Herzultraschall kennt der Patient bestenfalls noch aus dem Fernsehen. Es ist jedoch gerade für den behandelnden Arzt wichtig, auf die Fragen des Patienten einzugehen und deren Sorgen und Ängste zu nehmen. Denn gerade das Ungewisse hegt häufig diese Gedanken. Der Patient sollte verstehen, was es heißt, an einer chronischen Herzinsuffizienz erkrankt zu sein und worauf er achten sollte. Die von den Ärzten genutzten Behandlungsleitlinien und -pfade sollten so einfach wie möglich dargestellt werden. Wichtig war, dass ANregiomed als ein Ganzes

angesehen wird und sich nicht in die einzelnen Standorte abtrennt. Gerade die Mitarbeiter, welche in der Pflege oder in der ärztlichen Tätigkeit mit dem Patienten umgehen, sollten sich im Bild wieder erkennen. Die klare Botschaft sollte zudem auch die Einbindung des Haus- oder Facharztes darstellen. Der Patient geht über den einweisenden Arzt den Weg in die Klinik, um schließlich wieder beim Einweiser aufgenommen zu werden. Die Zusammenarbeit mit DIALOGBILD klappte sehr gut. Wir wurden stets über den aktuellen Stand informiert und konnten große und detaillierte Änderungen nach unseren Vorstellungen umsetzen. Auch das zunächst neue Gebiet der Krankenhausversorgung wurde professionell dargestellt.“



Abteilung Unternehmensentwicklung und Zentrales Projektmanagement

(v. links n. rechts) Cornelia Erlemann, Bianca Müller, David Skiba, Saskia Siegmund

„Mit der für das Klinikum Braunschweig erstellten Prozessdarstellung zur Neuausrichtung und Einführung unseres Ablaufs zum Zentralen Projektmanagement haben wir ein ideales

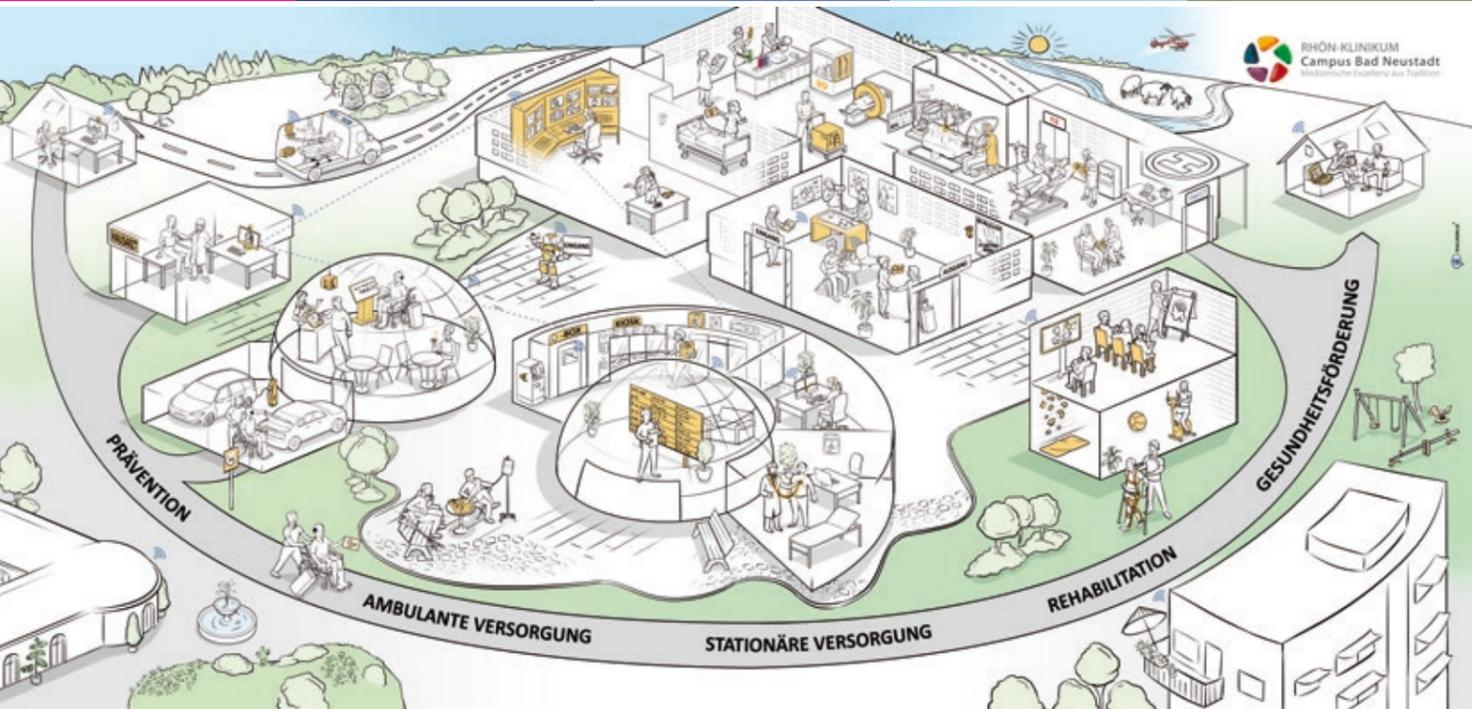
Format gefunden, um unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller im Klinikum vertretenen Berufsgruppen für den neuen Prozess zu begeistern. In anschaulichen Szenen werden die relevanten Arbeitsschritte und Abläufe für alle am Projektverlauf beteiligten Akteure eindrücklich dargestellt. Nach der Formalisierung sämtlicher Unterlagen zum Projektmanagement haben wir mit einer interdisziplinär besetzten Arbeitsgruppe im Rahmen von Workshops alle Schritte im Projektablauf diskutiert und Ideen der zeichnerischen Darstellung erarbeitet, die im Anschluss mit dem Team von DIALOGBILD visualisiert worden sind.

Als ein Instrument der Unterstützung für die Projektbeteiligten wurde von

uns ein Workflow zum Zentralen Projektmanagement erstellt, der kurz und prägnant alle relevanten Informationen aufzeigt. Die grafische Umsetzung wurde von DIALOGBILD geleistet. Für uns war es sehr spannend mitzuerleben, wie aus unseren schriftlichen Unterlagen zum Zentralen Projektmanagement konkrete Bilder entstanden sind.

Alle erstellten Unterlagen und Bilder sind in eine Infobroschüre zum Zentralen Projektmanagement eingeflossen, die erstmals auf der Führungsklausur des Klinikums der Öffentlichkeit vorgestellt und im Anschluss Haus weit verteilt wurde.“





PATIENTEN- & MITARBEITERKOMMUNIKATION

VISUALISIERTES RHÖN-CAMPUS-KONZEPT IN BAD NEUSTADT A.D. SAALE



Das Unternehmen

Die RHÖN-KLINIKUM AG ist eine börsennotierte Krankenhausgesellschaft. Die Leitung des Unternehmens nimmt der Vorstand wahr. Drei Mitglieder tragen gemeinsam die Verantwortung der Leitung. Vorstandsvorsitzender ist Stephan Holzinger, der Operative Vorstand ist Dr. Gunther K. Weiß und Vorstand Medizin ist Prof. Dr. Bernd Griewing. Insgesamt verfügt die RHÖN-KLINIKUM AG über fünf Klinikstandorte in Bad Neustadt a. d. Saale (Bayern), in Gießen und in Marburg (Hessen), in Bad Berka (Thüringen) sowie in Frankfurt (Oder) (Brandenburg). Dazu werden rund ein halbes Dutzend MVZ-Gesellschaften geführt, die sich an den verschiedenen Klinikstandorten ansiedeln. Das RHÖN-KLINIKUM verfügt über ca. 16.700 Mitarbeiter. Um eine medizinische Versorgung für Jedermann zu gewährleisten, verfolgt das Unternehmen in seiner Strategie einen konzernweiten direkten Wissens- und Erfahrungsaustausch der Mitarbeiter mit dem Hintergrund eine enge Verzahnung von Medizin und Management aufzubauen.

Die Verfolgung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses veranlasst RHÖN stetig neue und innovative Projekte zu entwickeln und zu etablieren.

Zielsetzung RKA: Campus Konzept und Digitalisierung

Die Erneuerung und Erweiterung des RHÖN-KLINIKUM Campus Bad Neustadt formte die Idee zur Verdeutlichung der komplexen Strukturen und Prozesse der entstandenen drei Versorgungszentren (ambulant, klinisch, rehabilitativ). Die Rolle des Patienten, die Prävention und Gesundheitsförderung werden zusätzlich separat berücksichtigt, um das Dialogbild, mit dem Ziel als visualisierter Campusrundgang zu dienen, entstehen zu lassen. Durch das Dialogbild sollen diese wichtigen Zusammenhänge anschaulich dargestellt werden. Es dient der Orientierung und ermöglicht eine verständliche und nachhaltige Kommunikation. Beteiligte finden sich im Bild wieder. In Form dieser interaktiven und kreativen Darstellung kann ein Gesamtverständnis für das RHÖN-Campus-Konzept entwickelt werden. Zudem hat es eine identitätsstiftende Wirkung und die gegenseitige An- und Wiedererkennung wird gestärkt. Das Dialogbild hat das

Ziel eine neue Art der Patienten- und Mitarbeiterkommunikation zu schaffen. Hier können auch zusätzliche Angebote, wie Prävention und Gesundheitsförderung einfach erklärt werden. Diese sind bereits in der Realität umgesetzt oder auch als Vision der Zukunft denkbar. Durch den Leitfaden werden auch über die Szenen hinausgehende Hintergrundinformationen vermittelt.

Externe Zielgruppe: Patienten, Interessierte oder Besucher

Das Dialogbild dient als Leitfaden in analoger Form. Neben dem Gesamtbild werden die Szenen mit Beschreibungen und Hintergrundinformationen auf dem Campusgelände gezielt auf z. B. Monitoren oder Tablets gezeigt. Auch auf der Internetseite (z.B. durch Glossar, Diashow der einzelnen Szenen mit Beschreibung, ...) kann das Bild und seine einzelnen Szenen angesehen werden.

Interne Zielgruppe: Mitarbeiter

Nur wenn Mitarbeiter informiert sind, können sie sich mit dem RHÖN-Campus-Konzept als Ganzes besser identifizieren. Erst wenn eine interne Identifikation stattfindet, kann eine positive Außenwirkung erfolgen.

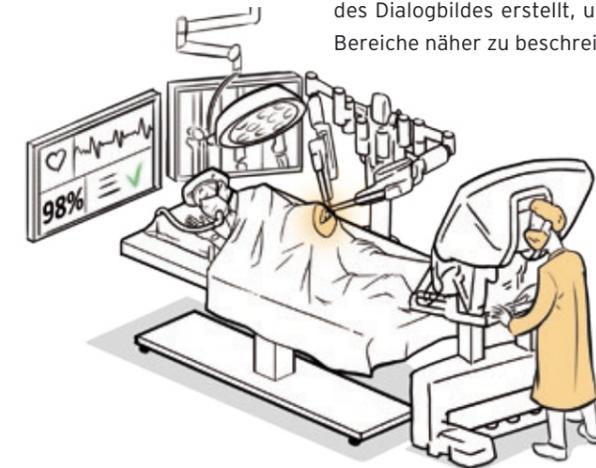
Die Entstehung

Das Dialogbild vom RHÖN-KLINIKUM Campus Bad Neustadt stellt zusammengefasst die neuen und bestehenden Prozesse des Campus Bad Neustadt dar. Ziel war es, dass ein visualisierter Campusrundgang entsteht. Die Kernentwicklung erfolgte durch eine Zusammenarbeit der Konzernbereiche Prozessmanagement sowie Innovationsmanagement und Netzwerkmedizin. Dazu fanden konstruktive Meetings und Gesprächsrunden statt, in denen die verschiedenen Szenen und ihre Inhalte festgelegt wurden. Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen DIALOGBILD war durchgehend angenehm und zielführend. Durch die professionelle Unterstützung, das Möglichen der Wünsche und Ideen des RHÖN-Entwicklungsteams sowie

Der Einsatz

die kontinuierliche Kommunikation und Abstimmung, wurde das Ziel einen visualisierten Campusrundgang entstehen zu lassen, durch DIALOGBILD in einem zeitlich adäquaten Rahmen von wenigen Monaten verwirklicht.

Das RHÖN-KLINIKUM setzt das Dialogbild in unterschiedlicher Form ein. Es dient sowohl den Mitarbeitern als auch den Patienten als Überblick und visualisierter Rundgang. Ebenso wurde eine interaktive Version des Dialogbildes erstellt, um einzelne Bereiche näher zu beschreiben.



Prof. Dr. med. Bernd Griewing
Projektinitiator
Vorstand Medizin
RHÖN-KLINIKUM AG

„Das Gesundheitssystem steht aktuell vor verschiedenen großen Herausforderungen. Die medizinische Versorgung muss sich dabei insbesondere mit dem demografischen Wandel, dem technischen Fortschritt, der Digitalisierung und dem Fachkräftemangel auseinandersetzen. Um eine leistungsfähige Gesundheitsversorgung aufrecht zu erhalten, ist es in unserem Interesse die Patientenversorgung neu bzw. um zu strukturieren. Das Dialogbild, welches das Konzept unseres neuen RHÖN-Campus Bad Neustadt mit seinen Prozessen abbildet, dient dem Betrachter als visualisierter Rundgang und lässt ihn erkennen welche Ansätze wir hinsichtlich der Herausforderungen verfolgen. Zudem lassen die verschiedenen Szenen die Mitarbeiter sich selbst wiedererkennen. Aber auch der Patient wurde, zur Verdeutlichung seiner wichtigen Rolle, als aktiver Partner der mediz-

nischen Versorgung dargestellt. Die Versorgung wird am Bedarf der Patienten ausgerichtet! Unsere Strategie, die Bereiche „Prävention, Ambulante Versorgung, Stationäre Versorgung, Rehabilitation und Gesundheitsförderung“ in einem ganzheitlichen Konzept miteinander zu verknüpfen, wird anhand einer verbindenden Straße deutlich. Dieses Verständnis soll das Dialogbild ebenfalls unterstützen und fördern weshalb die Dialogbild-Integration, aus Vorstandssicht, ein wichtiger aktiv-kommunikativer Ansatz in unserem Konzern werden kann.“



Dominik Walter M.A.
Projektleiter
Leitung Medizinisches Prozessmanagement

„Die Erstellung des Dialogbildes war eine Herausforderung, welche das gesamte Projektteam mit Ehrgeiz und Spaß gemeinsam erarbeitet hat. Die Konzeption eines Bildes über einen Campus, der währenddessen noch in der Bauphase war und die Herausar-

beitung der verschiedenen Schlüssel-szenen, die den Campus Bad Neustadt als ganzheitlichen Versorger erkennen lassen, ist dem Projektteam in beeindruckender Form gelungen. Insbesondere die Integration der zukünftigen Versorgungsansätze, war uns besonders wichtig. Aber auch die Abbildung der verschiedenen Akteure und Sektoren in Verbindung mit dem Patienten und der übergreifenden, einschließlich digitalen, Vernetzung dieser mit dem RHÖN-KLINIKUM Campus, im Hinblick auf die zukünftige sektorübergreifende Versorgung, konnte mit dem Part-

ner DIALOGBILD erfolgreich umgesetzt werden.

Das Dialogbild setzt somit ein aussagekräftiges Statement für unsere zukünftige Versorgungsstrategie am RHÖN-Campus Bad Neustadt. Es wird neben einer großflächigen Messewand auch digital in Form von den einzelnen Szenen verwendet. Ergänzt wird es durch die Erläuterungen der verschiedenen Szenen, die durch den Betrachter abrufbar sind. Die professionelle Zusammenarbeit mit DIALOGBILD trug zu diesem positiven Resultat bei.“



Leukoplast® eco

Leukoplast®

Leukoplast®

DER UMWELT ZU LIEBE

LEUKOPLAST ECO

Essity arbeitet mit über 48.000 Mitarbeitenden daran, die eigenen Marken den Anforderungen und Entwicklungen

des Zeitgeistes entsprechend anzupassen und dabei die eigenen, hohen Qualitätsstandards beizubehalten. Die Vari-

anz des Produktangebots im Bereich Health and Medical Solutions erstreckt sich über fünf Marken, denen der gemeinsame Fokus auf angenehme Anwendungen und erfolgreiche Therapien für Patient*in sowie Anwender*in zugrunde liegt.

Eine dieser Marken ist Leukoplast, welche seit über 120 Jahren für Wundauflagen höchster Qualität steht, dabei bietet das Sortiment der Marke Leukoplast Produkte für die akute Wundversorgung an, worunter Wundverbände, Rollpflaster und chirurgisches Verbands-

material fallen. Ob Eltern, pflegende Angehörige oder auch medizinisches Personal, das Portfolio von Leukoplast bietet die passende Lösung in jedem Bereich: Reinigung, Aufnahme von Flüssigkeiten, ein stabiler und sicherer Halt, aber auch die Versorgung der Wunden bei sehr empfindlicher Haut.

Das neue Leukoplast eco ist ein Einmalpflaster, das zu mindestens 90% aus nachwachsenden Rohstoffen wie Bambusfaser besteht und dabei die gewohnten Qualitäts- und Funktionsstandards erfüllt. Die Illustrationen für die Pflaster für „Leukoplast eco kids“ wurden von DIALOGBILD mit dem Anspruch gestaltet, das Thema Nachhaltigkeit in eine optische Gesamtkomposition zu überführen, die sowohl farblich als auch motivisch, die Prinzipien der neuen Produktlinie verkörpert: Nachhaltigkeit trifft auf bewährte Qualität. Die Designvariante „Leukoplast eco kids“ soll insbesondere die jüngere Zielgruppe ansprechen und trotz nachhaltiger Produktion nicht auf eine lebhaftere Gestaltung verzichten.

Mit dem Thema Nachhaltigkeit leistet die Marke Leukoplast eigene Pionierarbeit, was die Auseinandersetzung mit neuen Zusammenhängen und eine gelungene Kommunikation eben dieser Themen innerhalb des Unternehmens bedeuten.

Um einen erfahrenen, sowie professionellen Partner für die Unterstützung der Kommunikation neuer und sehr komplexer Themenfelder und Botschaften an Board zu haben und dadurch dem eigenen Team die Möglichkeit zu bieten sich spielerisch und selbstdidaktisch, in eigenem Tempo die aktuellen Elemente und Zusammenhänge anzueignen, wandte sich Essity erneut an DIALOGBILD.



DIE AUFTRAGGEBERIN



Brigitte Misch
Global Product
Manager Pharmacy

Der Auftakt für ein neues Projekt ist stets geprägt von der Begeisterung und gleichzeitigen Herausforderung, welche durch bisher unbekannte Themengebiete bewirkt werden. Genau dies begegnete uns, als wir unser erstes Projekt mit nachhaltigen Materialien und nachhaltigem Produktdesign „Leukoplast eco“ auf den Weg brachten. Wir standen vor einem komplexen Gebilde, das wir nicht nur gemeinsam begreifen, sondern auch gestalten wollten. Dafür war es notwendig, dass die internen Marketing- und Vertriebskanäle aller Ländergesellschaften mit einem passenden Medium erreicht werden sollten. Bevor wir uns für die Zusam-

menarbeit mit DIALOGBILD entschieden haben, sammelten wir Vorstellungen und Anforderungen, welche das Medium erfüllen sollte. Zunächst sollte es imstande sein, eine Begeisterung für das neue Thema auszulösen. Uns ist es wichtig, das Thema spielerisch aufzuarbeiten, damit jede*r zunächst ein Gefühl sowie ein intrinsisches Interesse für die Linie „Leukoplast eco“ entwickeln kann. Es soll auch die Einladung ausdrücken, sich im eigenen Tempo mit dem neuen Projektgebilde auseinanderzusetzen, damit jede*r Einzelne die Möglichkeit erhält, sich bestmöglich im neuen Projektgebilde einzugliedern.

Unter der Berücksichtigung unserer Wünsche leiteten wir den Kreativeprozess mit DIALOGBILD ein, der sich als äußerst professionell, strukturiert und kreativ erwies. Die Zusammenarbeit war stets von einem inspirierenden Austausch geprägt,

gleichzeitig wurde die vorab besprochene Timeline zuverlässig eingehalten. Das Endprodukt hat uns nicht nur grafisch überzeugt, sondern kam in allen Reihen auch durch das einfache Handling und die erfrischende Herangehensweise sehr gut an. Mit unserem Dialogbild gelingt es uns, den internen Auftakt von „Leukoplast eco“ auf neue und für alle gleichsam zugänglich-partizipative Weise zu dirigieren, weshalb wir DIALOGBILD uneingeschränkt weiterempfehlen können.

EINIGE BEISPIELSZENEN



Unsere Kunden interessieren sich für eine nachhaltige und verantwortungsvolle Lebensweise, die sich in ihren täglichen Entscheidungen widerspiegelt.



Die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Evaluationen der Marktforschung treiben unsere Entwicklungen und Qualität voran.



Wir arbeiten in einem funktionsübergreifenden Team zusammen, das seine Stärken aus allen Bereichen vereint.



Mithilfe unseres globalen Lieferantennetzwerks können wir die bestmöglichen Rohstoffe auswählen, die unseren Qualitätsstandards der Nachhaltigkeit und Naturbelassenheit entsprechen.



Leukoplast®

**FIT FOR FUTURE
FIRST AID DRESSINGS**

Leukoplast ist eine Marke von Essity, ein global führendes Hygiene- und Gesundheitsunternehmen, das sich für die Verbesserung der Lebensqualität durch hochwertige Hygiene- und Gesundheitslösungen engagiert. Essity vertreibt seine Produkte und Lösungen in rund 150 Ländern und beschäftigt weltweit rund 46.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Durch die neue Ausrichtung des First Aid Dressing Portfolios steht das Unternehmen vor vielen Veränderungen, die in kurzer Zeit realisiert und an alle Mitarbeiter kommuniziert werden müssen. Essity hat sich deshalb für einen Dialogfilm entschieden. Der Film bringt die neue Brand Strategie in 3 Minuten verständlich und unterhaltsam auf den Punkt.

Für die Entwicklung fand ein gemeinsames Briefing mit dem Kunden statt, bei dem die Inhalte gesammelt und strukturiert wurden. Auf dieser Basis erstellte Dialogbild das Storyboard und nach finaler Abstimmung den Film. Auf einer Führungskräfteveranstaltung wurde der Dialogfilm erstmals präsentiert und anschließend im Intranet veröffentlicht.



Brigitte Misch
Global Product
Manager Pharmacy

„Ein komplexes Thema mit globalem Einfluss klar und einfach in alle Ebenen der Organisation zu kommunizieren und dabei Begeisterung für die gemeinsame Strategie schaffen, das war unser Ziel - und es ist uns gelungen! Mit dem Team von DIALOGBILD hatten wir den Partner mit dem optimalen Mix aus professionellem Projektmanagement, Kreativität und Humor, um unseren Dialogfilm zielgruppengerecht zu entwickeln.“



EUROFORUM
an informa business

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?



IMMOHEALTHCARE-KONGRESS 2020

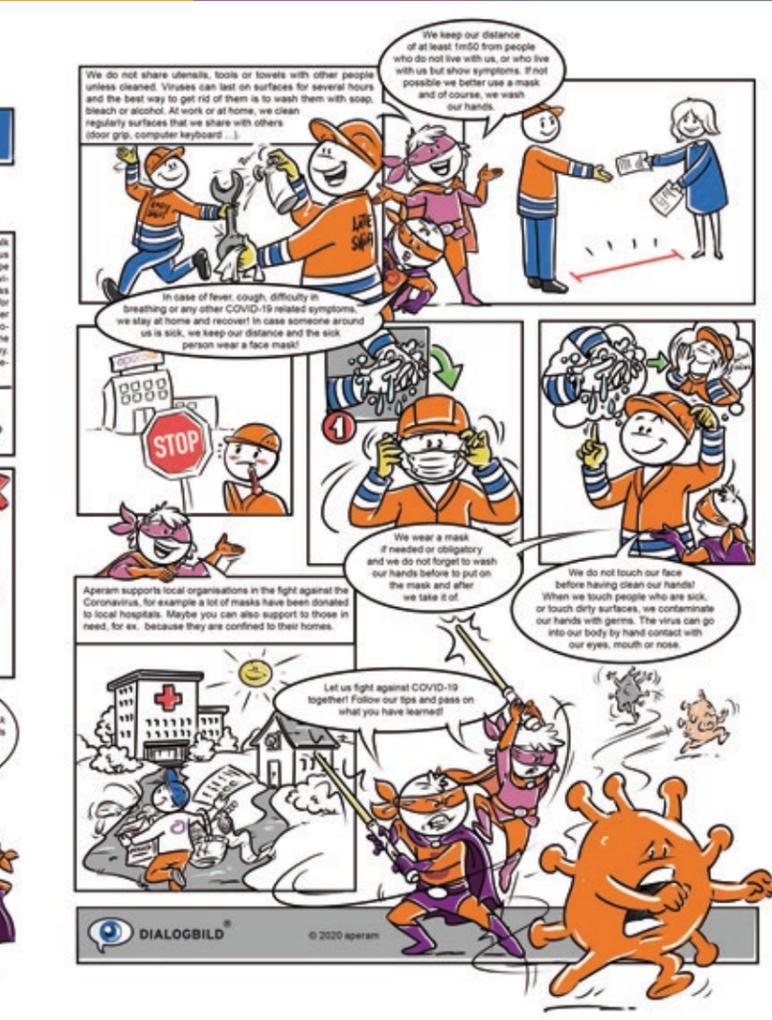
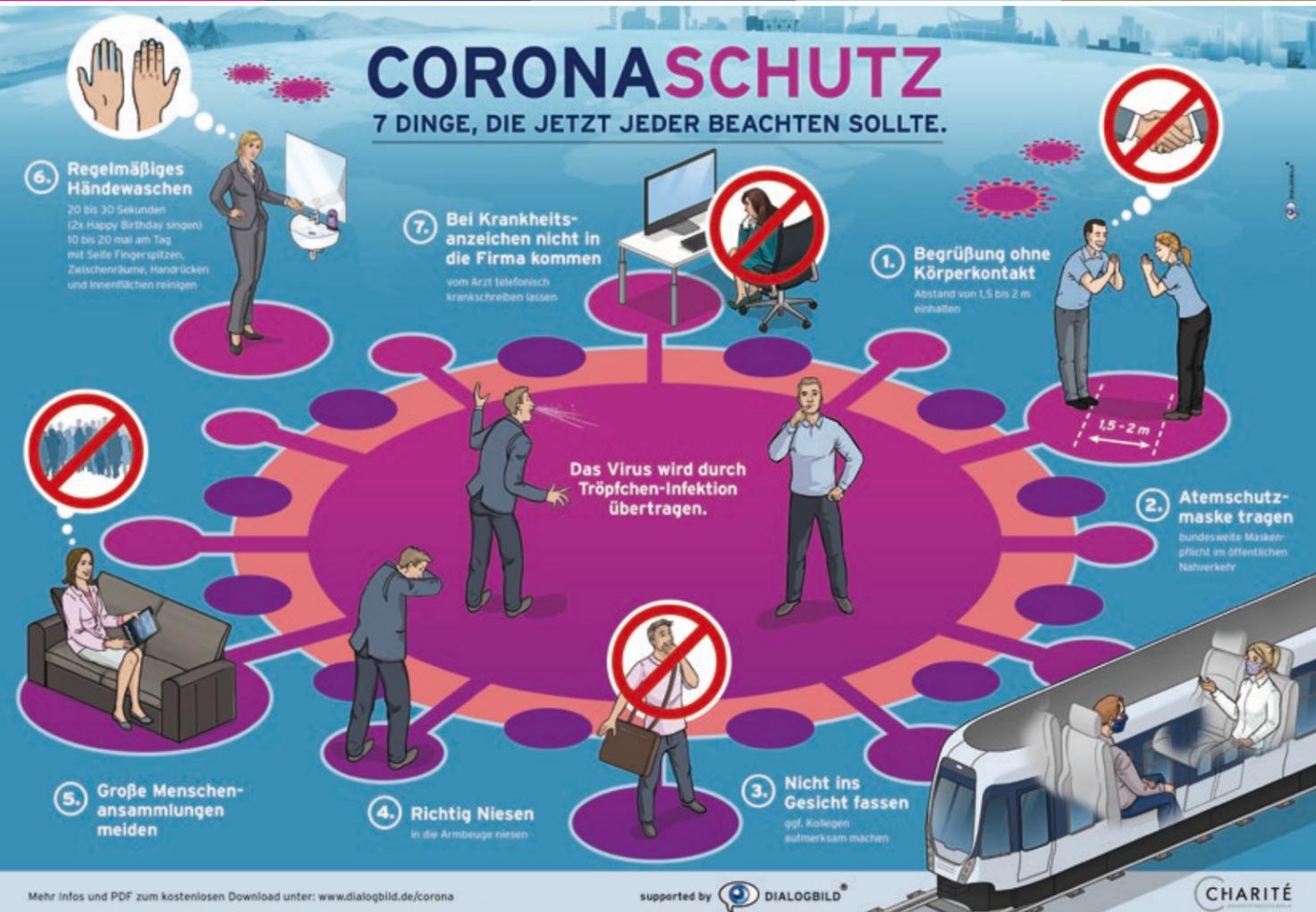
BAUEN FÜR DIE MEDIZIN VON MORGEN

- 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 Vorträ-

gen 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.





DAS CORONASCHUTZ-POSTER GRATIS POSTER & FILM DOWNLOAD! WWW.DIALOGBILD.DE/CORONA

Die wirkungsvollsten Schutzmaßnahmen kennt man inzwischen, aber denken Sie auch wirklich konsequent daran, diese umzusetzen? Das Dialogbild zum Thema „Coronaschutz“ stellt in einer Übersicht die 7 wichtigsten

Maßnahmen dar, die zur Vermeidung der Infektion beachtet werden sollten. „CORONASCHUTZ“ in Ihrem Design Sie möchten dieses Bild mit weiteren unternehmensspezifischen Maßnah-

men und Hinweisen füllen und ergänzen oder das Design an Ihre Corporate Identity anpassen? Kontaktieren Sie uns gerne, wenn Sie ein individuelles „Coronaschutz“ Dialogbild für Ihr Unternehmen benötigen.

KUNDENFEEDBACK

Reinhard Mühe
Leiter Online Medien Symrise AG

„Als verantwortungsbewusstes und nachhaltig agierendes Unternehmen haben wir unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen und auch deren Familien gegenüber eine hohe Verantwortung. Uns wurde schnell klar, welche rasante und gefährliche Entwicklung das Corona-Virus auf unser tägliches Leben und auch auf unsere Unternehmungen haben wird. Von daher hatten wir schnell einen Krisenstab gegründet, um

entsprechende Maßnahmen in Bezug auf die Pandemie zu ergreifen.

Unter anderem informieren wir unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen regelmäßig über aktuelle Zwischenstände und anstehende Maßnahmen. Das Poster ist ein sehr schönes visuelles Instrument und Aufruf zugleich, sich an gewisse Regeln zu halten. Es unterstützt uns sehr in unserem Vorhaben, die Infektionsrate zu verlangsamen. Die Zielgruppe des Dialogbildes sind: Mitarbeiter, Mitarbeiterinnen

und Familienangehörige. Die Zusammenarbeit mit Dialogbild war zielgerichtet, schnell und unkompliziert.“

Juliane Pilster
Team Software bei TRUMPF

„Thanks to the team from DIALOGBILD for providing the infographics on the #coronavirus available in English and German FOR FREE! I printed it out and distributed it within the office of the #Software#Development department at TRUMPF.“



CORONA-COMIC
ALL TOGETHER AGAINST THE CORONAVIRUS

Aperam ist ein weltweit tätiges Unternehmen für rostfreien Stahl, Elektro Stahl und Spezialstahl mit Kunden in über 40 Ländern. Zusätzlich zu seinem industriellen Netzwerk, das sich auf sechs Produktionsstätten in Brasilien, Belgien und Frankreich verteilt, verfügt Aperam über ein hoch integriertes Vertriebs-, Verarbeitungs- und Service-Netzwerk sowie über die einzigartige Fähigkeit, rostfreie Stähle und Spezialstähle aus kostengünstiger Biomasse herzustellen. Aperam beschäftigt weltweit rund 9.600 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Luxemburg. www.aperam.com

Aperam nimmt den Kampf gegen das Coronavirus sehr ernst. In allen Aperam-Niederlassungen auf der ganzen Welt wurden zahlreiche Maßnahmen zum Schutz all der Menschen ergriffen, die an den verschiedenen Standorten arbeiten. Trotz dieser Maßnahmen besteht immer die Gefahr einer Kontamination außerhalb der Werke. Deshalb ist es wichtig, dass jeder Mitarbeiter die grundlegenden Hygieneregeln für die Coronavirus-Prävention auch außerhalb der Arbeit, in seinem Privatleben, anwendet. Es ist manchmal schwierig, Kindern die Vorsichtsmaßnahmen verständlich und bewusst zu machen. Um

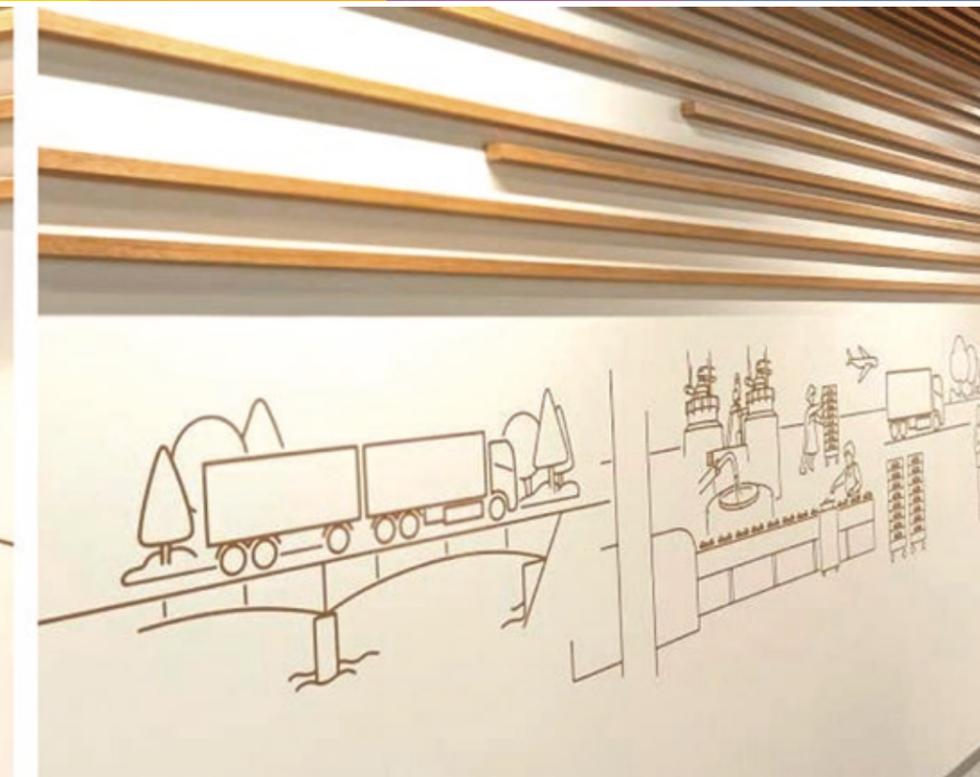
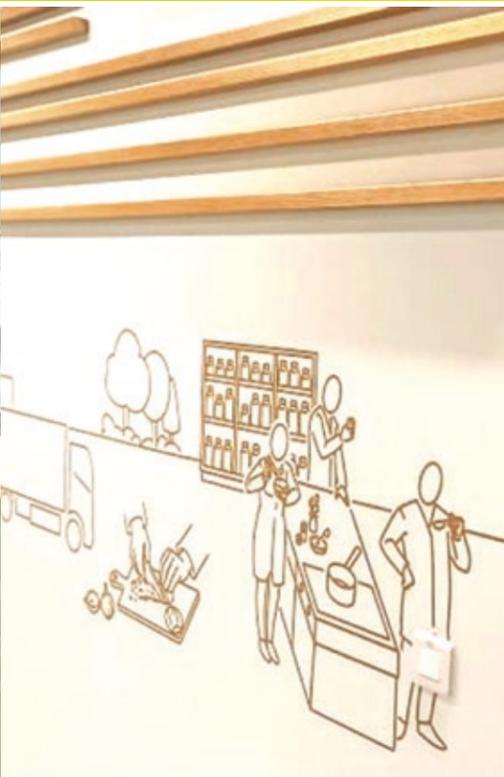
die Mitarbeiter von Aperam bei dieser Aufgabe zu unterstützen, hat Aperam eine Reihe von Hilfsmitteln speziell für Familien vorbereitet, mit dem Ziel, die Grundbegriffe der Krankheitsprävention durch einfache und spielerische Darstellung verständlicher zu machen. Ein Teil davon ist dieser Comic, der in zwei Versionen erarbeitet wurde: eine farbige und eine schwarz-weiße, mit dem Ziel, den Kindern die Möglichkeit zu bieten, das Erlernen dieser Regeln mit der Freude am Ausmalen des Comics zu verbinden. Die Geschichte wurde in 10 Sprachen übersetzt und weltweit verteilt.



Marie-Claire Schumann
Global Health & Safety Training & Culture Coordinator

Die Zusammenarbeit mit dem Team von DIALOGBILD lief wunderbar. Die Ideen wurden am Telefon besprochen und kurz danach entstanden diese Zeichnungen, die genau unseren Vorstellungen entsprachen! Es lief alles

unkompliziert und schnell. Die Figuren im Comic sind sehr sympathisch. Ich habe immer ein Lächeln auf den Lippen, wenn ich diesen kleinen Kerl sehe, der gerne sein Gesicht mit seinen gewaschenen Händen berührt.



UNSERE VISION WIRD REALITÄT



Die Symrise AG ist ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen, funktionalen Inhaltsstoffen sowie von Produktlösungen für verbesserte Sensorik und Ernährung. Symrise liegt mit einem Anteil von ca. 12 Prozent auf dem dritten Platz am globalen Markt der

Duftstoffe und Aromen und beschäftigt weltweit über 10 Tsd. Mitarbeiter. Symrise ist ein verlässlicher Geschäftspartner und garantiert eine hohe Produktqualität. In der Lieferkette greifen Qualitätsbewusstsein, Know-how und Kreativität perfekt ineinander.

Damit diese Botschaften von Mitarbeitern, Kunden und Partnern einheitlich wahrgenommen werden, entwickelten wir ein Dialogbild ganz nach dem Motto: „sehen und verstehen“.

Dabei wurden folgende drei Kernbereiche und ihre Vision berücksichtigt:

- „Wir wollen alle Erzeuger kennen, die uns Rohstoffe liefern.“
- „Wir entwickeln innovative Produkte mit einzigartigen Eigenschaften.“
- „Wir leben Verantwortung, setzen auf höchste Qualität, sowie nachhaltige Prozesse, um zu helfen, dem Konsumenten bedarfsgerechte Produkte zur Verfügung zu stellen.“



Reinhard Mühe
Director Corporate Communications
Online Media · Digital Communications
Symrise AG

„Als globaler Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen sowie kosmetischen Grund- und Wirkstoffen ist unser Geschäft sehr komplex und vielfältig. In diesem Zusammenhang spielt Verantwortung und Glaubwürdigkeit eine zentrale Rolle im Kerngeschäft

unseres Unternehmens. Es ist nicht immer einfach, einem Außenstehenden in wenigen Worten zu erklären, wie unsere Wertschöpfungskette aussieht. Zur Veranschaulichung solcher Prozesse eignen sich Dialogbilder hervorragend. Je einfacher das Bild, desto besser. Das Bild in Kombination mit dem gesprochenen Wort und einem Text zum Mitlesen verstärkt das Verständnis beim Betrachter um ein Vielfaches. Zuerst hatten wir nur das Dialogbild entwickelt. Wir wollten dem Betrachter schnell und einfach beispielhaft aufzeigen, wie eine Lieferkette bei uns aus-

sieht. In einem zweiten Schritt haben wir dann aus dem Bild eine Animation entwickelt. Hier werden die einzelnen Stationen zusätzlich mit ein, zwei Sätzen erklärt. Sowohl das Dialogbild als auch die Animation verwenden wir in Präsentationen, auf Schaubildern und auf Infoterminals. Auf diese Weise lassen sich relativ einfach die Stationen unserer Lieferkette beschreiben.“

Sehen Sie den Film zum Bild. Einfach den QR-Code einscannen.



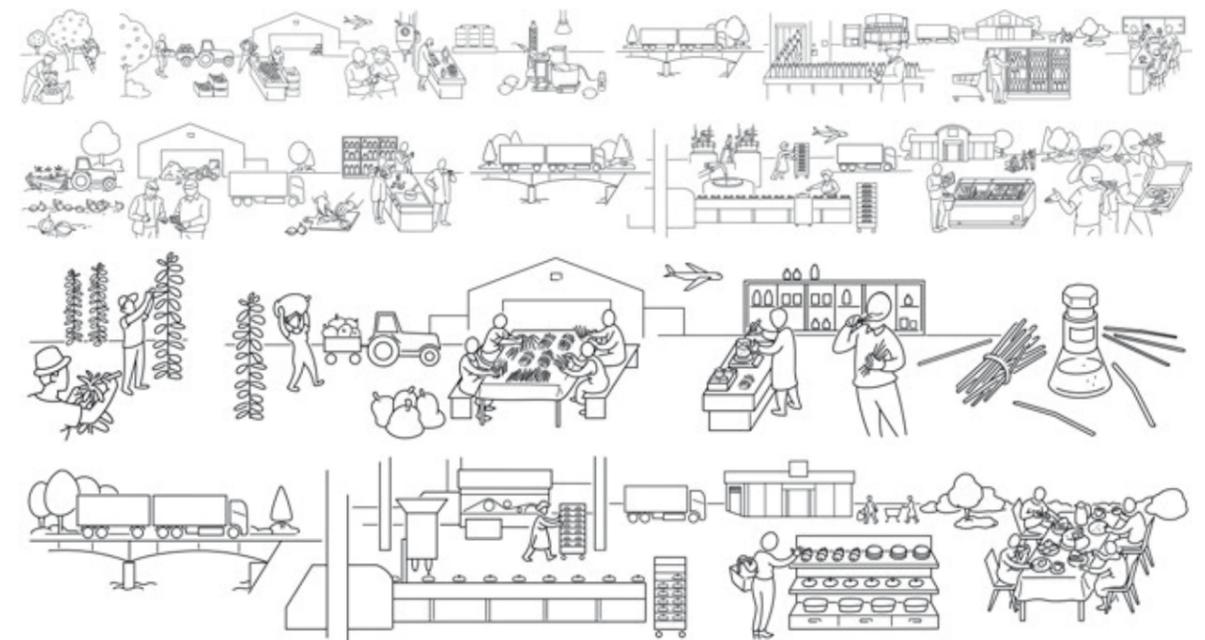
LIEFERKETTEN ALS FLURGRAFIK

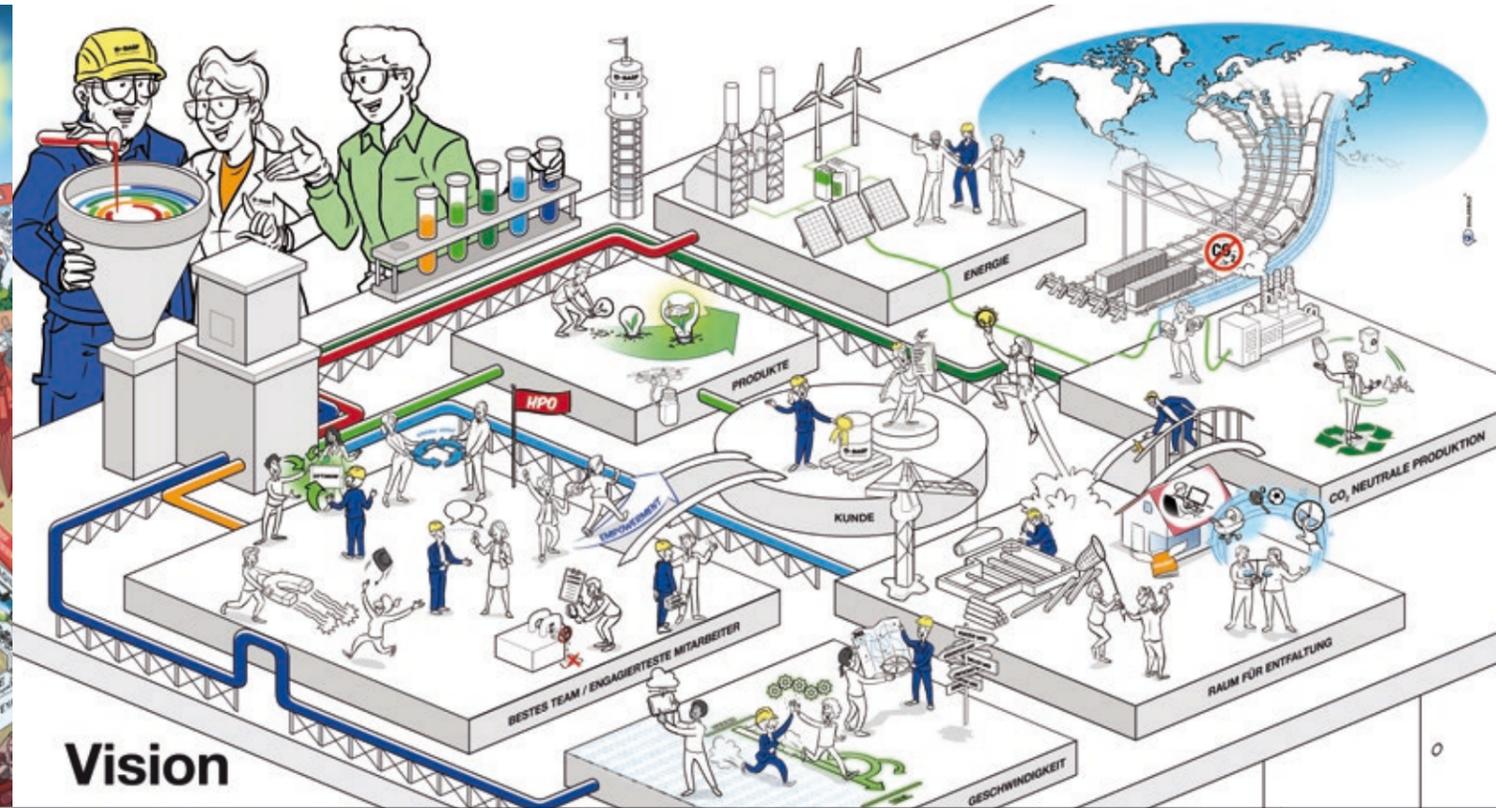
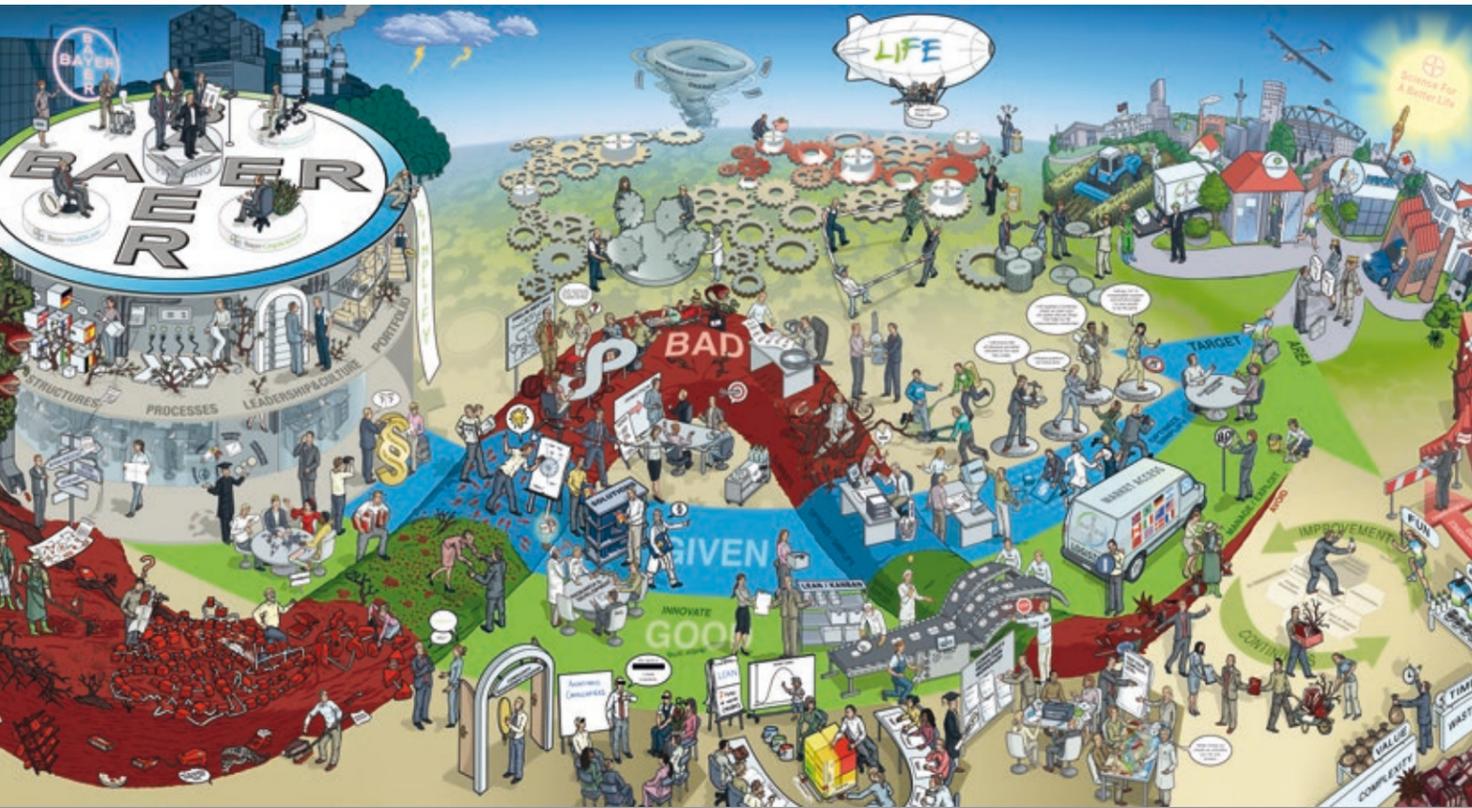


„Für unsere neuen Flurbereiche an unserem neuen Standort in Moskau haben wir nach Grafiken gesucht, die einerseits unser tägliches Geschäft abbilden, zugleich aber auch informativ und unterhaltend sind.“

Dabei sind wir auf die Idee gekommen, die Lieferkette von drei unserer wichtigsten Rohstoffe abzubilden: Vanille, Zitrone, Zwiebel. Jede der drei Flurgrafiken erstreckt sich an einer Wand über 10 Meter Breite auf drei verschiedenen Stockwerken und erzählt den Weg des jeweiligen Rohstoffs, vom Feld bis zum fertigen Produkt. Diese Lieferkette soll jedem Mitarbeiter und jeder Mitar-

beiterin zeigen, wie viele Stationen unsere erfolgreichen Produkte durchlaufen und dafür sensibilisieren, dass wir an allen Schnittstellen mit höchster Aufmerksamkeit agieren. Nur so können wir gewährleisten, dass am Ende ein hochwertiges Produkt entsteht. Auch unseren Kunden gibt es einen schönen und informativen Einblick in unsere Lieferketten.“





SIMPLIFY

"MAKE THINGS AS SIMPLE AS POSSIBLE, BUT NOT ANY SIMPLER."

Simplify – das ist das Ziel des Programms zur Komplexitätsreduzierung innerhalb der Bayer AG. Das Arbeitsleben soll einfacher, übersichtlicher und ohne unnötige Hürden gestaltet werden. Dazu kann jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter in seinem Verantwortungsbereich etwas beitragen. Das Dialogbild dient dazu, über Komplexität ins Gespräch zu kommen und sie zu identifizieren. Es verdeutlicht, wie

Komplexität entstehen kann, wie sie die tägliche Arbeit erschwert, warum sie dem Unternehmen schadet. Und es gibt Tipps und Impulse, was gegen Komplexität unternommen werden kann. Das Dialogbild ist Auftaktmedium in Komplexitätsreduzierungsworkshops, dient als allgemeine Diskussionsgrundlage und wird auch über das Intranet auf PCs und iPads zur Vertiefung des Themas angeboten.



Sachin Kumar
Deputy Head of Asia Pacific
at Regional Coordination
(Complexity Reduction Program)

„Komplexität ist ein sehr schwieriges Thema, mit dem jeder in der modernen Welt zu kämpfen hat. Um möglichst erfolgreich zu sein, wollen wir unnötige Komplexität verringern. Das Dialogbild ist uns dafür eine gute Unterstützung: Es hilft uns, die verschiedenen Arten der Komplexität zu verstehen: die gute, die gegebene und die schlechte. Es zeigt, warum Komplexität auf der

passenden Ebene gemanagt werden muss und wie dies dazu führt, dass die Beschäftigten zufrieden und effizient arbeiten.“



We create chemistry

BASF SCHWARZHEIDE GMBH

VISION

Die BASF Schwarzheide GmbH ist ein industrieller Leuchtturm in der Lausitz und seit 1990 Teil der BASF-Gruppe. Mehr als 2.000 Mitarbeiter stellen am Produktionsstandort im Süden Brandenburgs Chemiespezialitäten her. Die Produktpalette umfasst Polyurethan-Grundprodukte und -Systeme, Pflanzenschutzmittel, Wasserbasislacke, Technische Kunststoffe, Schaumstoffe, Dispersionen, Laromere und ab 2022 auch Batteriematerialien. Der Standort wächst und hat sich das Ziel gesetzt künftig CO₂-neutral zu produzieren und die Inte-

gration erneuerbarer Energien zu pilotieren. Die neue Vision für die Zukunft der BASF Schwarzheide GmbH beruht auf vier Grundsätzen. Sie fassen zusammen, wonach das Unternehmen strebt:

- Wir produzieren CO₂-neutral.
- Wir begeistern unsere Kunden, mit zukunftsfähigen Produkten und Leistungen.
- Wir bilden das beste Team, mit den engagiertesten Mitarbeitern.

- Wir nutzen unsere Energie, Geschwindigkeit und unseren Raum für Entfaltung.

Diese ambitionierten Ziele können nur gemeinsam, mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erreicht werden. Als zentrales Instrument, um den Veränderungsprozess zu initiieren und zu begleiten, wird ein Dialogbild genutzt. Anhand dessen führt sich die Organisation vor Augen, was den Standort Schwarzheide einzigartig macht und arbeitet daran, Potenziale voll auszuschöpfen und sich stetig weiterzuentwickeln.



Produkte für Zukunftsmärkte

Wir produzieren innovative Produkte für Zukunftsmärkte, die am Beginn ihres Produktlebenszyklus stehen und bauen neue Wertschöpfungsketten und -netzwerke am Standort auf.



CO₂-neutrale Produktion

Wir tragen dazu bei die Klimaziele der BASF-Gruppe zu erreichen und senken den CO₂-Fußabdruck unseres Produktionsstandorts kontinuierlich bis hin zur CO₂-Neutralität.



Flexibilität und Anpassungsfähigkeit

Wir denken und handeln agil. Wir reagieren schnell und flexibel auf sich ändernde Bedingungen und Anforderungen – egal ob von innen oder außen.

FORDERN SIE WEITERE INFORMATIONEN AN

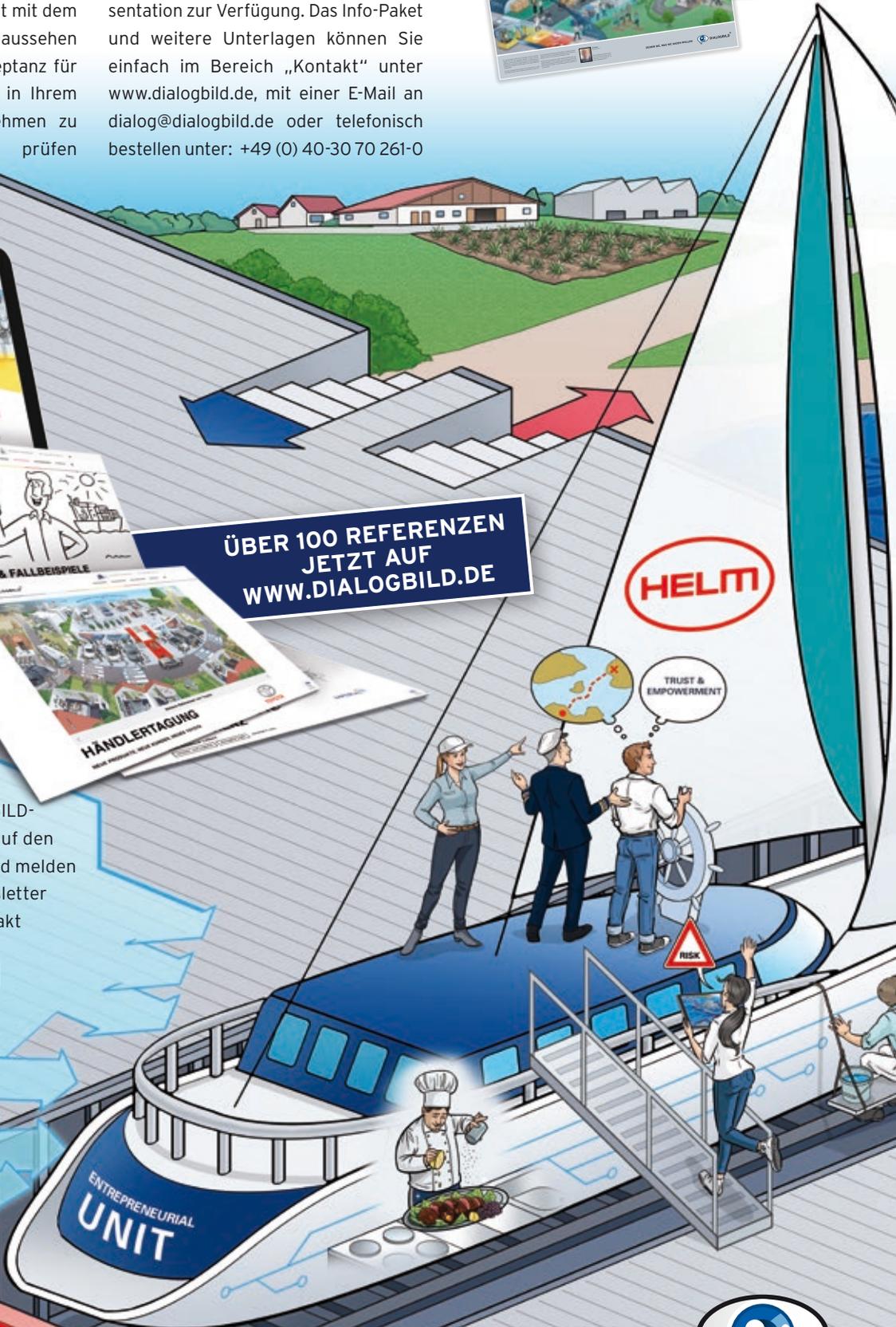
Sie wollen auch Ihre Kollegen vom Einsatz der Dialogbild-Methode überzeugen? Dann bestellen Sie jetzt unser kostenloses Info-Paket mit verschiedenen Beispiel-Postern. Auf Grund des größeren Formates erhalten Sie einen perfekten Eindruck, wie die Arbeit mit dem eigenen Dialogbild später aussehen kann. 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

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



DIALOGBILD GmbH
An der Alster 47
20099 Hamburg
www.dialogbild.de

