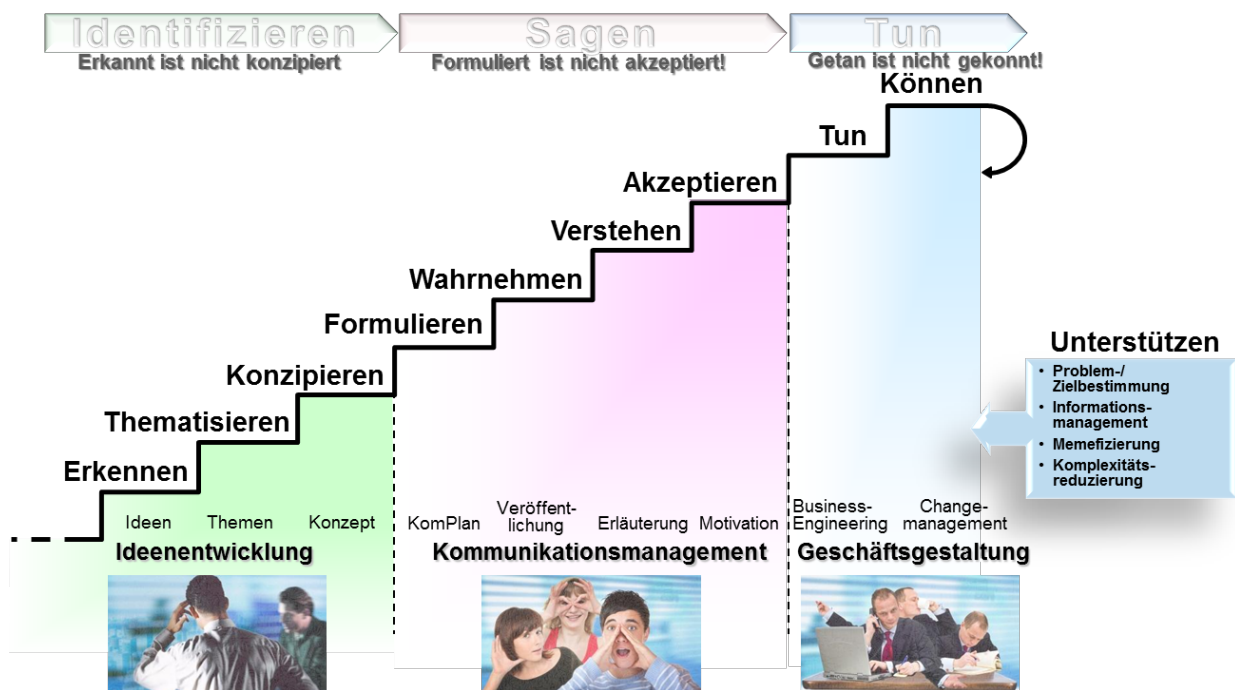


Prozess der Bedeutungsgestaltung®

Der Prozess der Bedeutungsgestaltung® erstreckt sich von der Ideenentwicklung, über das Kommunikationsmanagement bis hin zur Geschäftsgestaltung.

In der Ideenentwicklung (Erkennen, Thematisieren, Konzipieren) werden Gefühle zu Ideen verdichtet, anschließend zu Themen und schließlich alternativen Konzepten ausgearbeitet. Im Kommunikationsmanagement (Formulieren, Wahrnehmen, Interpretieren, Akzeptieren) werden Informationen kontextbezogen aufbereitet, veröffentlicht, abgestimmt und vereinbart. Die Geschäftsgestaltung (Tun, Können) setzt ausgewählte und kommunizierte Konzepte um. Mit der Geschäftsgestaltung beginnt ein kontinuierlicher Verbesserungskreislauf.



- **Erkennen**
Die Entwicklung von neuen Ideen erfordert den Quantensprung vom undefinierten Gefühl zu einer nachvollziehbaren Aussage. Dies kann durch entsprechende Kreativitätsaktivitäten, angeregt werden.
- **Thematisieren**
Ideen befinden sich formfrei im Raum der Möglichkeiten. Die Themenstrukturierung konkretisiert eine Idee und ist ein wichtiger Schritt in Richtung Konzept. Sie wird durch die umfassende Beschreibung des Problems und ihrer Transformation in Ziele ermöglicht. Die Beschreibungselemente sind dabei Kontext, Bezug, Netz, Assoziationen, Pro/Kontra und Ökologie.
- **Konzipieren**
Die Ideenentwicklung ist beendet, wenn sich die ursprüngliche Idee zu einem Konzept verfestigt hat. Dafür steht eine definierte Konzeptstruktur zur Verfügung bestehend aus Kurzbeschreibung, Reichweite, Vorgehen, SWOT (Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken), Aufwand/Nutzen sowie einer Bewertung des Themas. Das endgültige Konzept sollte aus mehreren Alternativen ausgewählt werden, um über ausreichend Momentum, Viabilität und Nachhaltigkeit zu verfügen.
- **Formulieren**
Im Mittelpunkt steht hier die Entwicklung des Kommunikationsplans mit einer detaillierten Beschreibung der Kommunikationsmaßnahmen (d.h. Publikationen, Meetings oder Events).

Darüber hinaus finden sich in dieser Phase Erwartungsmanagement (d.h. die Ermittlung und Auswertung der Erwartungen einzelner Interessengruppen), Ermittlung der Kommunikationsbedarfe (d.h. Informations- und Informationsbedarfe) und Verbesserung der Organisationskommunikation (d.h. eine umfassende Zielgruppenmodellierung, Kommunikationsplanung und –Maßnahmenentwicklung).

- **Wahrnehmen**

Die Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen kann durch die strukturierte Gestaltung verbessert werden. Es stellt sicher, dass die Maßnahmen die gewünschte Wirkung erzielen. Hierzu können Befragungen durchgeführt, Briefkästen oder Online-FAQs eingerichtet und persönliche Gespräche organisiert werden. Dadurch werden Missverständnisse frühzeitig identifiziert.

- **Verstehen**

Mit der Veröffentlichung von Kommunikationsmaßnahmen beginnt eine Resonanzphase, in der aktiv Feedback der Zielgruppe eingeholt wird. Dies erfolgt durch Veranstaltungen, Feedback-Kanäle und ähnliche Aktivitäten. Dabei werden die allgemein verfügbaren Informationen (z.B. Fakten, Meinungen und offene Fragen), bekannte Assoziationen (z.B. bekannte Erfahrungen, mentale Modelle und Fähigkeiten), Erwartungen (bzgl. Tun, Ergebnissen oder Folgen) und verfügbare Situationsbeschreibungen berücksichtigt. Damit erreichen Sie, dass Ihre Botschaften bei der Zielgruppe ankommen.

- **Akzeptieren**

Zur Steigerung der Motivation der Zielgruppe können Commitment-Verstärker in die Kommunikation eingebaut werden. Dies erfolgt durch formale, inhaltliche und persönliche Verstärker. Die Formalisierung des Commitments fördert eine steigende Akzeptanz.

- **Tun**

Business Engineering deckt das weite Feld der Standard-Beratungsleistungen ab. Bedeutungsgestaltung® fokussiert hier auf Managementunterstützung bei der Planung, Anforderungsspezifikation und Auftragsmonitoring der Beratungsleistungen.

- **Können**

Changemanagement umfasst Persönlichkeits- und Organisationsentwicklungsmaßnahmen, die bei der Umgestaltung von Bedeutung helfen.

Für jede Stufe der Bedeutungsgestaltung® gibt es eine Vielzahl von Vorgehensweisen, um die Bedeutung effektiver vermittelbar zu machen. Die Vorgehensweisen sind ausgelegt für Wirtschaftsunternehmen, Non-Profit-Organisationen und der öffentlichen Verwaltung, aber auch für Einzelpersonen.