

Mit der Digitalen Biografie strategisches Corporate Storytelling entwickeln



Mit der Digitalen Biografie strategisches Corporate Storytelling entwickeln



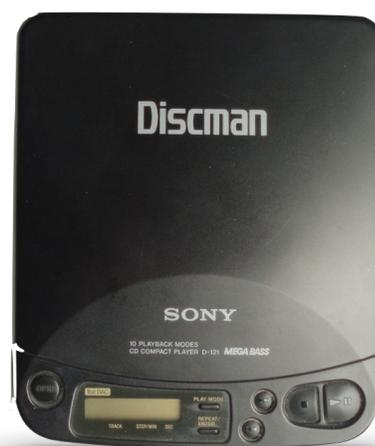
- 1 Der Ansatz: Digitale Generationen für das Storytelling identifizieren
- 2 Digital Content Framework: Storyentwicklung systematisch aufbauen
- 3 Venture Scape: Die Corporate Story als Wagnisreise verstehen
- 4 Digitale Biografie: Triggerpunkte der Digitalisierung erkennen
- 5 Storycards: Transformationsstories erfassen und sammeln
- 6 Ideen-/Themen-Canvas: Aus Ideen Themen machen und planen



Generation(s) Digital



Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...



Ist das denn überhaupt ein Thema, oder nur so ein digitalhistorischer Nostalgiequatsch eines 50jährigen, Kai???

#DigitaleBiografie

Statistik-Snapshot

29./30. Mai 2019



440 Posts

356 Teil-
nehmer

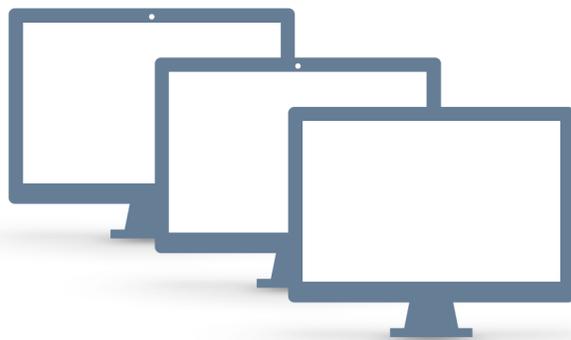
Top-Contributors:
(reachwise)



@klauseck



@sascha_p



750.000 Impressions

Top Trending Topic 29.5.2019



35 % weiblich

65 % männlich

Basierend auf 247 Posts (Gesamtzahl: 417 Posts)

Analyse-Partner: linkfluence

#H
@#cosca19

Ist das denn überhaupt ein Thema, oder nur so ein digitalhistorischer Nostalgiequatsch eines 50jährigen, Kai???

#DigitaleBiografie

Statistik-Snapshot

29./30. Mai 2019



Durchschnittswerte (n=98)

- ▶ 43,8 Jahre
- ▶ Online seit 1994
- ▶ Einstiegsalter 18-19
- ▶ Onlinejahre ca. 25 Jahre



35 % weiblich

65 % männlich

Basierend auf 247 Posts (Gesamtzahl: 417 Posts)

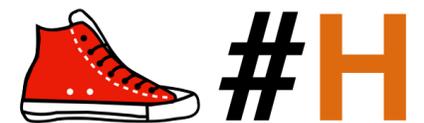
Analyse-Partner: linkfluence

#NeueMedien ?

#NurWasFürJunge ?

#Neuland ?

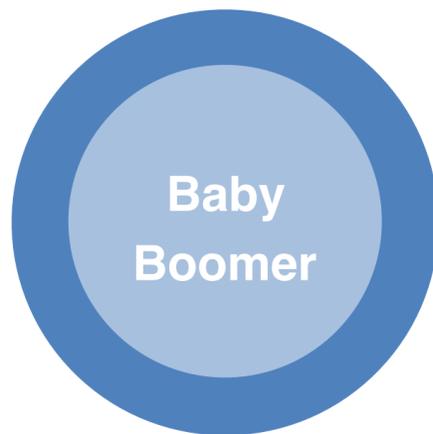
#DeineMudder !



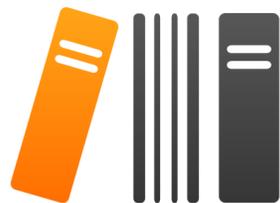
@#cosca19

Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

*1955 – 1964

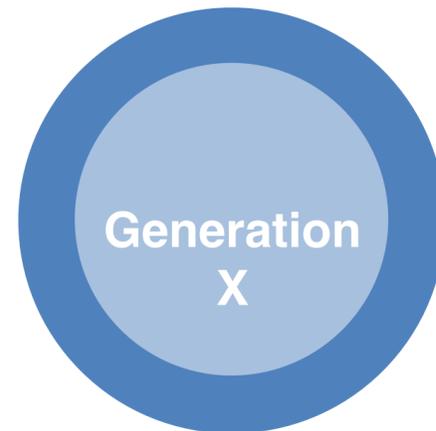


BROCKHAUS



**Erfahrene
Entscheider und
Weichensteller**

*1965 – 1979

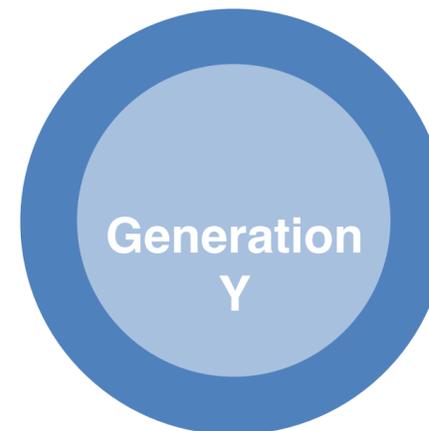


**HOME-COMPUTER/
CD-ROM**



**Veränderungskompetent
& digital erfahren**

*1980 – 2000

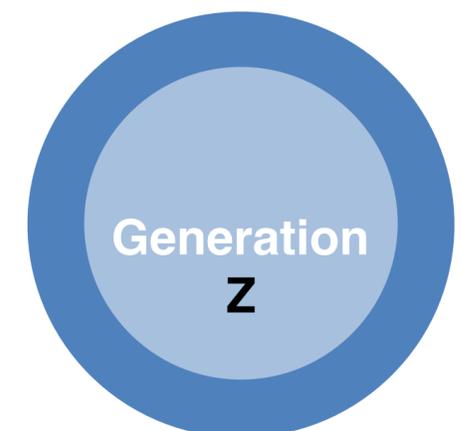


**INTERNET/
WIKIS**

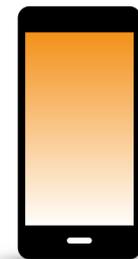


**Digital geprägt &
interaktiv**

*2000 ff.



ALWAYS ON



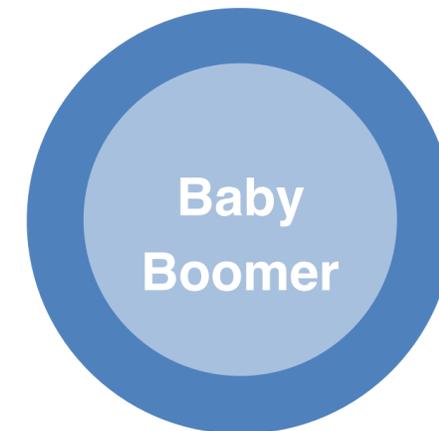
Mobil vernetzt

Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

Die analog sozialisierten Baby Boomer: Digital Immigrant

- ▶ Kennen sich mit unternehmerisch relevanten Prozessen aus, haben jahrzehntelange Erfahrungen in der eigenen Branche.
- ▶ Informationshungrig und mittlerweile an das Internet und Smartphones gewöhnt.
- ▶ Achten stärker auf die Einhaltung notwendiger formaler und rechtlicher Rahmenbedingungen beim Einsatz digitaler Lösungen.
- ▶ Können die Weichen stellen in Sachen Digitale Transformation, indem sie ihre Erfahrungen an jüngere, digitaler geprägte Generationen weitergeben.
- ▶ **Prädestiniert für: Einbringen wichtiger Erfahrungen aus der eigenen Branche in die Strategie-Definition zur Digitalen Transformation und Weichenstellung für eine digitale Zukunft des Unternehmens.**

*1955 – 1964



BROCKHAUS

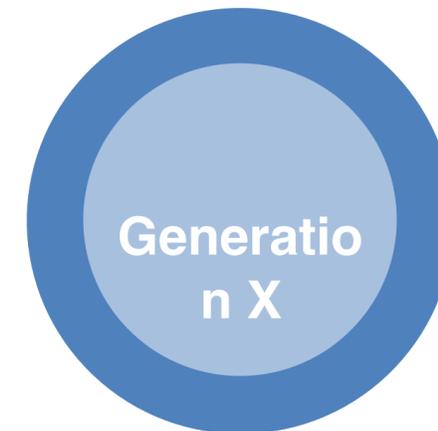


Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

Die mit dem Homecomputer aufgewachsene Generation X: Digitale Avantgarde

- ▶ Hat die fortschreitende Digitalisierung in Privatleben und Ausbildung oder Studium hautnah und praktisch schon im analog geprägten Zeitalter erlebt.
- ▶ Ist ebenfalls im eigenen Branchenfeld erfahren, aber noch länger beruflich aktiv und kann daher die Digitalisierung auch langfristig gestalten, künftig auch als Entscheider.
- ▶ Ist veränderungsfähig und kann die Einführung neuer Instrumente bewältigen und die Digital Immigrants bei der digitalen Transformation strategisch und praktisch „an die Hand nehmen“.
- ▶ Kennt für alle Aufgabenstellungen die richtige App und kann den Digital Immigrants Tipps hierfür geben.
- ▶ **Sollte als „Scharniergeneration“ zwischen Immigrants und Natives eine strategische Schlüsselrolle bei der digitalen Transformation einnehmen.**
- ▶ Ist zum Teil auf denselben digitalen Plattformen wie die Digital Natives unterwegs und kann somit den Dialog mit der jüngeren Generation dort führen, wo der digitale Wandel Thema ist.

*1965 – 1979



**HOME-COMPUTER/
CD-ROM**

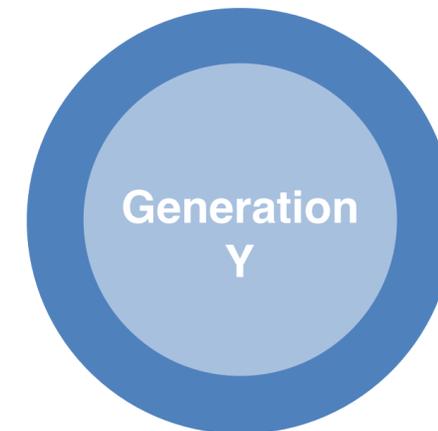


Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

Die digital sozialisierte Generation Y: Digital Natives

- ▶ Hat die digitale Welt bei Geburt vorgefunden und ist damit aufgewachsen.
- ▶ Trennt kaum noch zwischen Offline und Online und wird daher bei der Verknüpfung traditioneller betrieblicher Abläufe und neuer digitaler Prozesse keine Probleme haben und ältere Kollegen mitnehmen können.
- ▶ Kann durch die durchschnittlich hohe Nutzungsfrequenz angesagter digitaler Plattformen Kollegen im Alltag zeigen, was man wissen sollte und wie man bestimmte Instrumente anwendet.
- ▶ Kann eine Lotsenfunktion für ältere Kollegen-Generationen übernehmen bei der Erschließung unbekannter digitalen Gefilde.
- ▶ Sollte einbezogen und gehört werden bei der Umsetzung digitaler Strategien, um die Bedürfnisse künftiger Mitarbeitergenerationen frühzeitig zu berücksichtigen.
- ▶ **Prädestiniert für: spielerische Erprobung neuester Digitaltrends, Entwicklung kreativer Ideen und Konzepte, Reflexion von Bedürfnissen junger Kunden und Zielgruppen und Aktivierung älterer Generationen.**

*1980 – 2000



INTERNET/
WIKIS

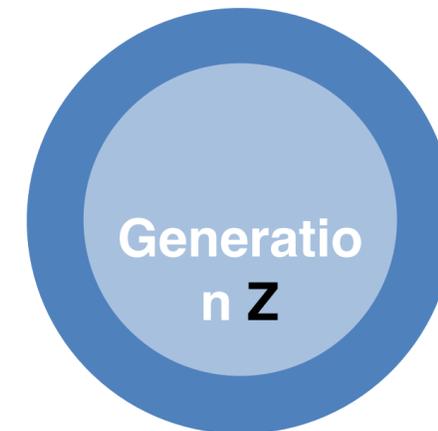


Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

Die “sowas von“ digital sozialisierte Generation Z: Digital Activists

- ▶ Kennt das „Always on“ seit Kindheitstagen
- ▶ Trotz der allgegenwärtigen Verfügbarkeit digitaler Technologien wird die klare Trennung von Beruf und Privatleben geschätzt
- ▶ Datenschutz besitzt eine hohe Priorität – denn die Kehrseite der Medaille sozial-digitaler Medien ist mittlerweile bekannt
- ▶ Der Einsatz digitaler Instrumente am Arbeitsplatz wird begrüßt und wird zum Entscheidungsmerkmal von Bewerbern
- ▶ Menschliche Interaktion, Werte und ein erkennbarer „Zweck“ des beruflichen Tuns sind erkennbar starke Bedürfnisse
- ▶ Für gesellschaftliches Engagement werden die Möglichkeiten des Netzes schon selbstverständlich eingesetzt – #FridaysForFuture lässt grüßen
- ▶ **Prädestiniert für: Entwicklung einer werteorientierten Unternehmenskultur in der digitalen Ära, können als interne Botschafter andere Mitarbeiter mit jugendlichem Elan mitnehmen**

*2000 ff.



ALWAYS ON

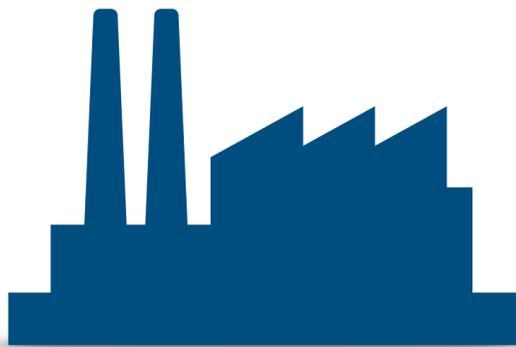


Mobil vernetzt

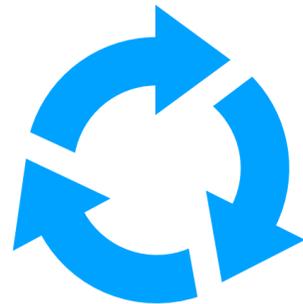


Jede Generation bringt sich mit ihrer (digitalen) Sozialisation ein...

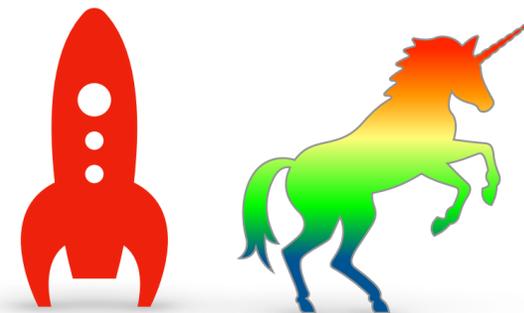
Wider dem Digitalen Delta: Digitale Generationen sinnvoll kombinieren



Traditionelle
Unternehmen
#BabyBoomer



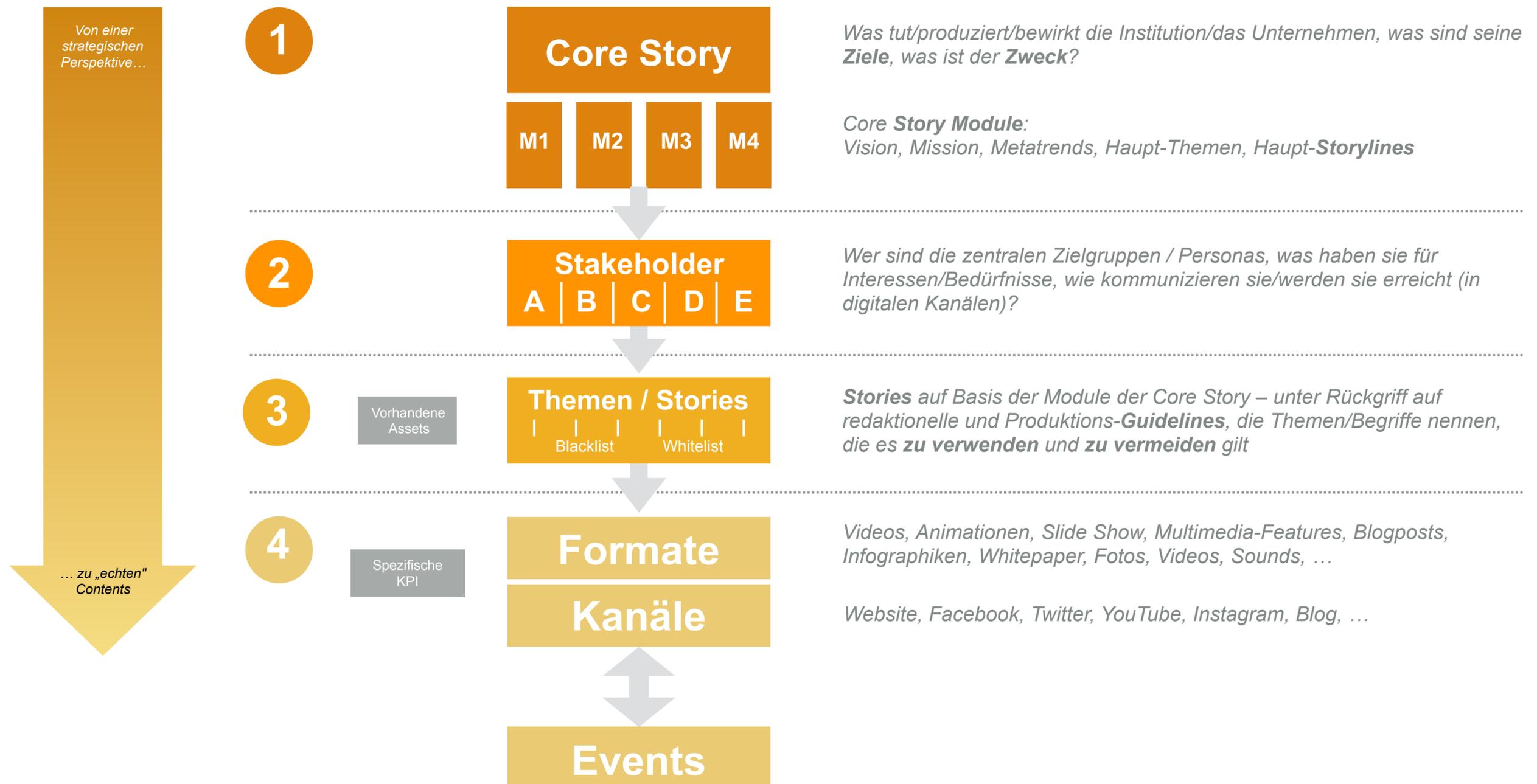
Hybrid
sozialisiert und
„Scharnier“
#Generation X



Neue Ideen:
Start-ups & Co.
#Gen Y & Z

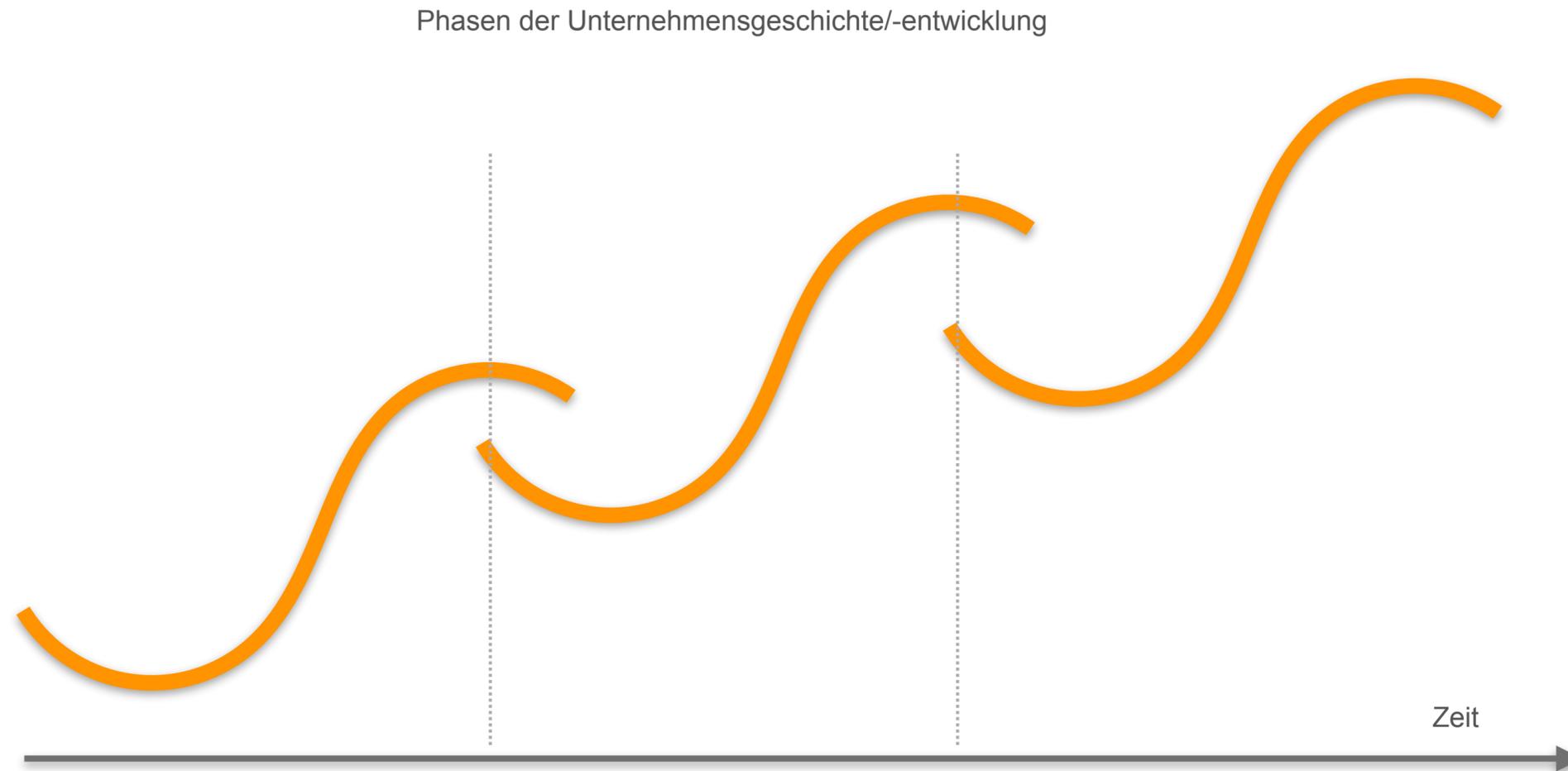
Digital Content Framework: Storytelling strategisch entwickeln

2



Story-Entwicklung als „Wagnis-Reise“ (Venture Scape) (1) (Nancy Duarte / Patti Sanchez in „Illuminate“ / 2016)

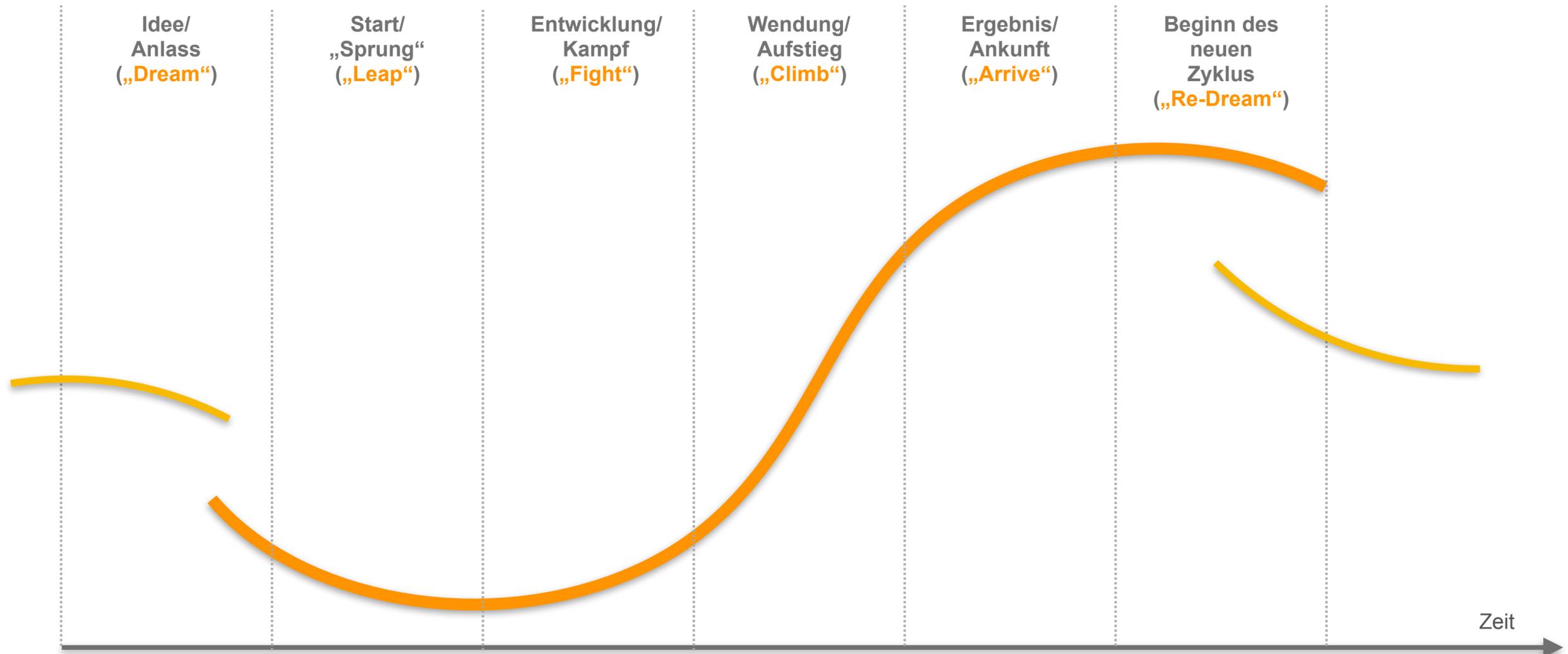
3



Unternehmen durchleben Phasen der Veränderung, um langfristig erfolgreich sein zu können. Die hierfür nötigen Anpassungen oder Innovationen sind gut geeignete Anlässe für die Überarbeitung oder Ergänzung der „Corporate Story“ – nach innen wie nach außen.

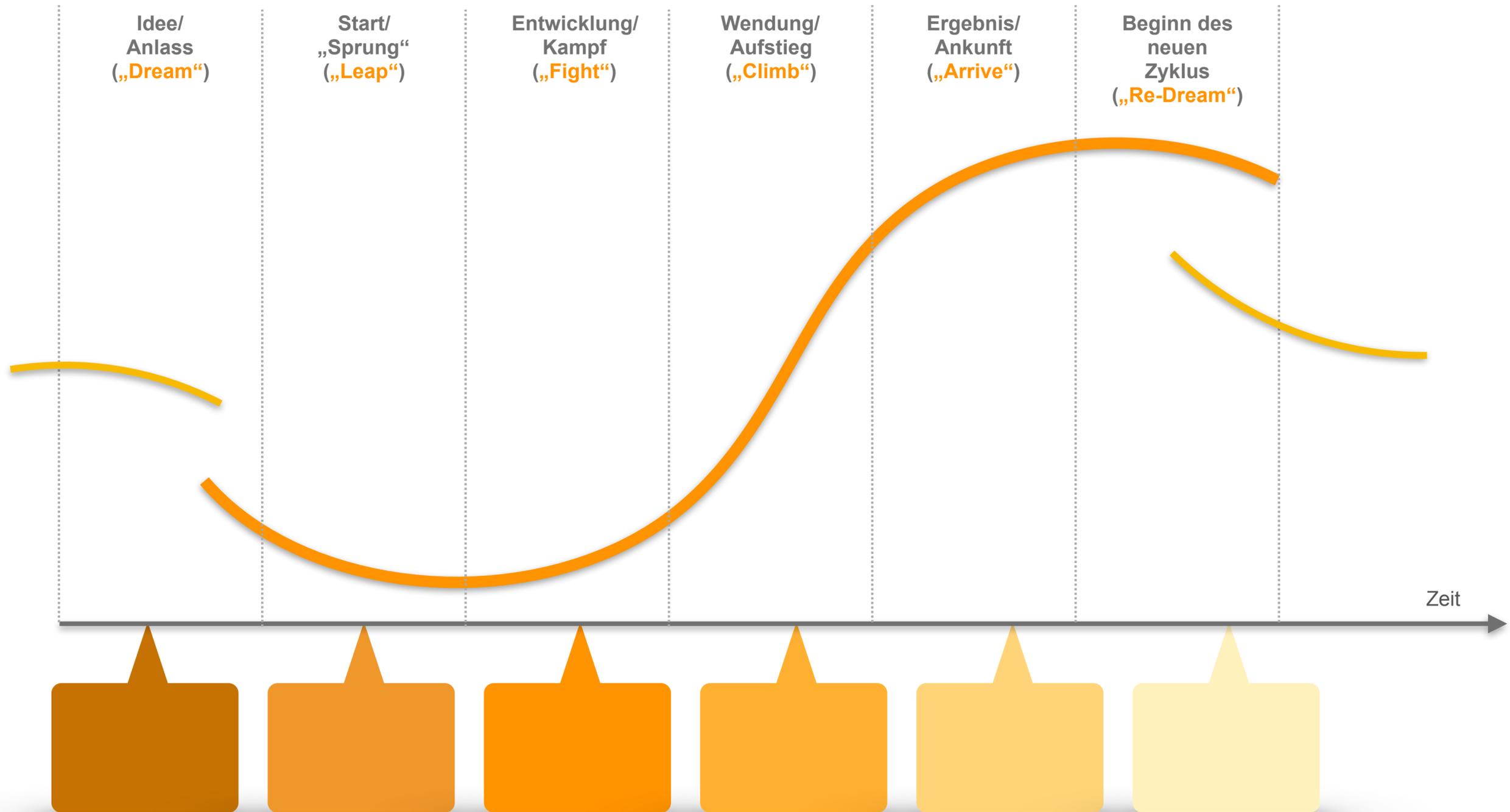
Story-Entwicklung als „Wagnis-Reise“ (Venture Scape) (2) (Nancy Duarte / Patti Sanchez in „Illuminate“ / 2016)

3

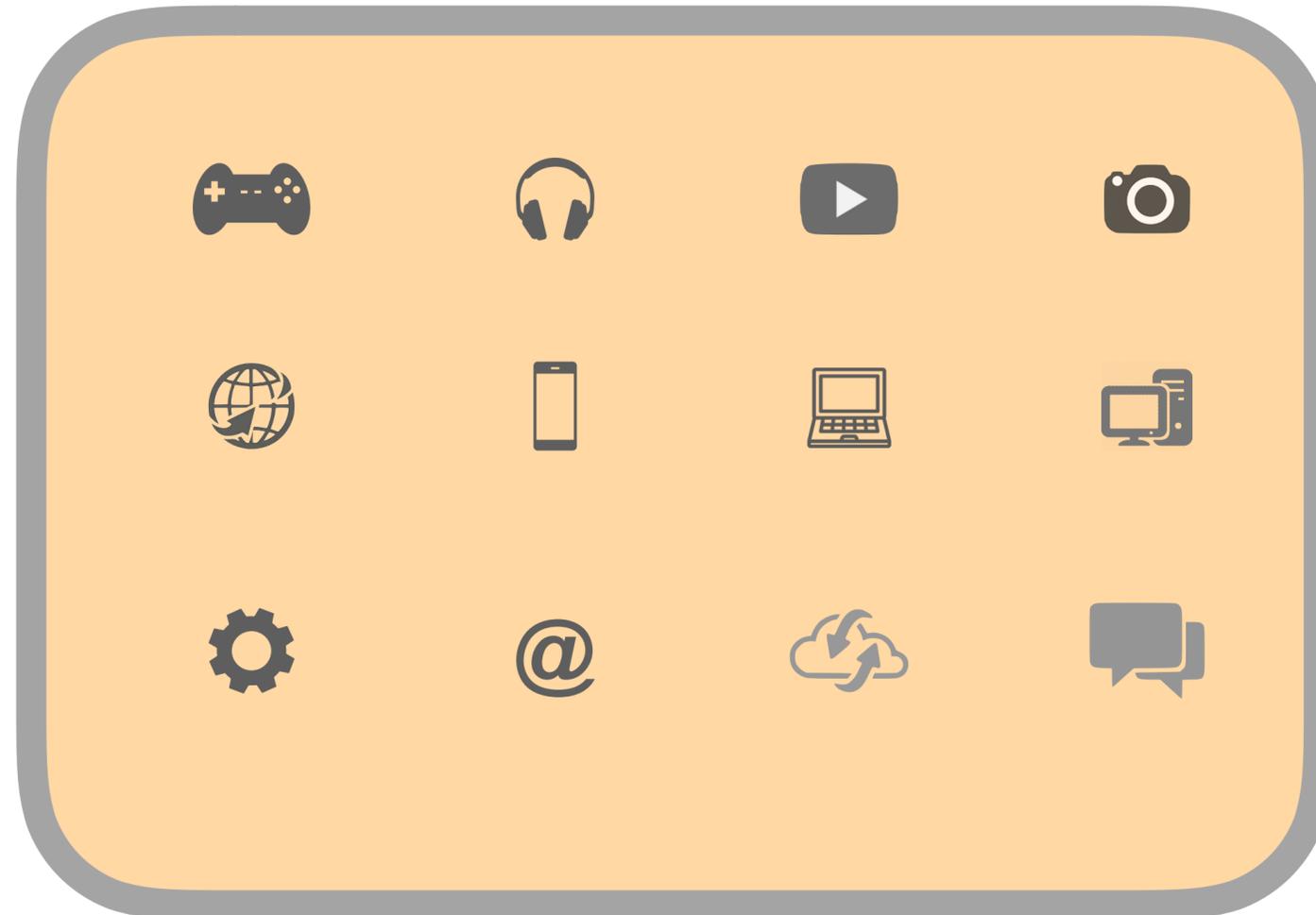


In jeder Phase können Geschichten erzählt werden, die den Fortschritt einer Entwicklung oder eines Wandels verdeutlichen – und einer übergeordneten Story folgen

Wie sah und sieht die „Wagnis-Reise“ Ihres Unternehmens aus?



Die Digitalisierung berührt uns als
Thementrigger auf einer ganzen Reihe
von Feldern...



1970er
↓
2010er

Spielekonsolen



- Atari VCS 2600
- NINTENDO NES
- Sega Mega Drive
- GameBoy
- Play Station
- XBox
- Wii
- PlayStation 4 / Xbox One / Wii U
- Nintendo Switch

Audio



- Plattenspieler
- Tonband
- Compact Cassette (stationär)
- Walkman
- CD-Player
- Discman
- MiniDisc
- MP3-Player
- iPod
- iPod Touch
- Spotify

Bewegt看bild / TV



- Videorecorder
- LaserDisc
- DVD-Player
- PayTV (via Kabel, Premiere, dBox)
- Festplattenrecorder
- Sky
- YouTube
- Maxdome
- Mediatheken
- Netflix/AmazonPrime

Video & Foto



- Super 8
- Camcorder VHS/VHSc/Hi8
- Handycam / DV Camcorder
- Digitalkamera (kompakt, 2MP)
- Digitalkamera (bis 12 MP)
- Digitale Spiegelreflex
- Digitale Spiegelreflex (Vollformat)
- GoPro
- 360-Grad-Kamera (Ricoh, Nikon)

1970er
↓
2010er

Online-Zugang



- Akustikkoppler
- Einwahlmodem 14.4
- Einwahlmodem 56K
- ISDN (einfach/Kanalbündelung)
- DSL (max. 6 MBit)
- TriplePlay (Internet/TV/Telefonie)
- DSL (16 und mehr MBit)
- GPRS/EDGE (Mobil)
- UMTS/3G (Mobil)
- LTE (Mobil)
- 5G (Mobil)

Mobilkommunikation



- Portables Telefon C-Netz
- Handy D-Netz (z.B. Siemens S6)
- Apple Newton / PDA
- Foto-Handy (z. B. Sony Ericsson T610)
- Nokia Communicator
- Palm
- Blackberry
- Smartphone (iPhone / Android vor 2010)
- Smartphone (iPhone / Android nach 2010)
- Smartwatch (ab ca. 2015)

Tragbarer Computer



- Tandy TRS 80 o.a
- Compaq Portable
- Commodore SX-64
- Apple PowerBook
- x86er-Laptop (Toshiba et al.)
- IBM ThinkPad / Sony Vaio
- Eee PC
- MacBook / iBook
- iPad / Android Tablet
- Microsoft Surface

Computer-Nutzung



- Rechenzentrum/Terminal
- Apple II
- Commodore 64 / Homecomputer
- IBM PC
- Apple Macintosh
- 286er/386er/486er PC
- Pentium
- iMac

1970er
↓
2010er

Genutztes Betriebssystem



- BASIC/COBOL u.a.
- MS-DOS
- Windows 3.1
- Linux
- Apple Mac System 7/8/9
- Windows 95 / XP
- Mac OSX
- Windows 7/8
- Windows 10

Online-Nutzung via...



- Rechenzentrum
- BTX / Dateg-J
- Online-Dienste (AOL, CompuServe)
- Usenet / Foren
- Direkte Einwahl, zunächst E-Mail
- World Wide Web
- Soziale Netzwerke
- Apps / Mobiles Internet

Alltägliche Digitalnutzung



- E-Mail / Web
- Online-Banking
- Online-Shopping (Amazon etc.)
- Spieleskonsolen
- IPTV / Streaming-Dienste
- Soziale Netzwerke
- Mobiles Online-Ticketing (Deutsche Bahn, ÖPNV, Airlines)

Aktiv genutzte Plattformen



- YouTube
- Twitter
- XING
- Facebook
- LinkedIN
- Instagram
- WhatsApp
- Pinterest
- Snapchat
- TikTok

Orange Felder: Nur ein Kreuz machen, nur den „ersten Kontakt“ markieren. **Blaue Felder:** Mehrfachnennungen möglich

Individuelle Transformationsstories mit Storycards erfassen und sammeln



Ideen-/Themen-Canvas: Aus Ideen Themen machen und planen



Danke für Eure Zeit!



#H

@heddergott