

Kommunikation,
die Veränderung
möglich macht

Transformationskommunikation
als Steuerungsinstrument –
statt Begleitmusik.

Kommunikation, die *Veränderung möglich macht*

Transformationskommunikation als Steuerungsinstrument –
statt Begleitmusik.

Viele Unternehmen stehen vor strategischen Neuausrichtungen – reagieren aber noch immer mit reinen Re-Organisationen. Rollen und Strukturen werden angepasst, doch die Transformation bleibt oft technisch. Das Problem: Veränderungsprozesse geraten ins Stocken, stoßen auf Widerstand – oder laufen ins Leere.

Wer heute Transformation erfolgreich steuern will, muss integrierte Transformationskommunikation als zentrales Führungsinstrument betrachten. Sie ist kein Add-on, sondern Grundbedingung dafür, dass neue Strategien von der Powerpoint-Slide in die Realität übersetzt werden, Mitarbeitende die Veränderungen mitgehen und das Unternehmen währenddessen wirtschaftlich stabil bleibt.

Die Challenge

Faller Packaging stand vor einem tiefgreifenden Wandel: kulturell, strukturell und strategisch. Der Anspruch war klar – nicht nur „Reorganisation“, sondern echte Transformation. Die Herausforderung: Wie gelingt es, ein neues Markenbild mit Vision, Werten und Arbeitsprinzipien in gelebtes Verhalten zu übersetzen, Beteiligung auf allen Ebenen zu ermöglichen und die Organisation gleichzeitig strukturell neu auszurichten – ohne Überforderung, Zynismus oder Stillstand?

Unser Ansatz

Gemeinsam mit dem Top-Management von Faller Packaging schaffen wir zunächst eine klare Ausgangsbasis: Wo steht die Organisation? Welche Hebel braucht es wirklich – strukturell, kulturell, kommunikativ? Aus dieser Standortbestimmung heraus entwickeln wir eine **übergreifende Transformationsarchitektur**, die Strategie, Emotion und Umsetzung miteinander verzahnt.

Im Zentrum steht die Transformationskommunikation – als bewusst gestalteter Rahmen, der Orientierung gibt, Beteiligung ermöglicht und die Führungsebene handlungsfähig macht. Dafür starten wir mit einem Zielbild für Kommunikation: Welche Narrative tragen? Welche Zielgruppen müssen wann, wie und mit welcher Absicht erreicht werden? Auf dieser Basis entwickeln wir eine Kommunikationsmatrix mit passenden Maßnahmen, Formaten und Kanälen – abgestimmt auf die Phasen des Wandels und die unterschiedlichen Zielgruppen im Unternehmen.

Parallel schärfen wir gemeinsam mit dem Transformationsteam zentrale Botschaften – verständlich, anschlussfähig und strategisch fundiert. Wir begleiten das CEO- und Führungsteam in der Rolle als kommunikative Taktgeber: mit Leadership-Sparrings, redaktioneller Unterstützung, klaren Kommunikationspaketen und gezielten Schulungsimpulsen für die mittlere Führungsebene. →

Im Rahmen der strukturellen Transformation unterstützen wir Faller Packaging dabei, eine funktionierende interne Kommunikationsstruktur aufzubauen – auf Gesamtunternehmens-, Bereichs- und Teamebene. Dafür arbeiten wir eng mit HR, interner Kommunikation, Projektverantwortlichen und Führungskräften zusammen – in regelmäßigen Abstimmungsrunden, Workshops und punktueller Ad-hoc-Beratung.

Wir entwickeln konkrete Formate für die Kommunikation im Intranet, unterstützen bei der Konzeption und Moderation von Großgruppenveranstaltungen (z. B. Townhalls, Führungskräfte-Events, Workshops), schaffen Räume für echten Dialog und Beteiligung (z. B. Q&A-Sessions, Feedbackrunden, Workshops) und gestalten symbolische Elemente, die Veränderung sichtbar machen (z. B. Poster, Visualisierungen, Claims).

Darüber hinaus begleiten wir das Projektteam bei der inhaltlichen Steuerung der Kommunikation – also dabei, die Maßnahmen zu priorisieren, aufeinander abzustimmen und über alle Ebenen hinweg konsistent auszuspielen. Unser Ziel: nicht möglichst viel Kommunikation, sondern Kommunikation, die Wirkung zeigt – klar, gezielt, aktivierend.

Über die gesamte Projektlaufzeit hinweg sind wir methodischer Sparringspartner, systemischer Impulsgeber und pragmatischer Umsetzer. Dabei denken wir Kommunikation nicht als Nebenschauplatz – sondern als zentrales Führungsinstrument, um Strategie in Verhalten zu übersetzen und Transformation wirtschaftlich abzusichern.

Der Mehrwert

Die Transformationskommunikation bei Faller Packaging wurde nicht als „Begleitmaßnahme“, sondern als zentraler Hebel für Umsetzungserfolg etabliert – mit spürbaren Effekten auf allen Ebenen der Organisation.

Strategien wurden nicht nur formuliert, sondern im Alltag verankert.

Die neue Unternehmensmarke, die daraus abgeleiteten Arbeitsprinzipien und die strukturverändernden Maßnahmen wurden durch gezielte Kommunikation verständlich gemacht, auf Zielgruppen übersetzt und kontinuierlich ins operative Handeln überführt. Ohne diese Klammer wäre vieles als „Projekt“ verpufft – so wurde daraus ein nachhaltiger Veränderungsprozess.

Führung wurde befähigt, Verantwortung für Kommunikation zu übernehmen.

Besonders die mittlere Führungsebene – oft unterschätzter Risikofaktor in Transformationen – wurde aktiv eingebunden, geschult und gestärkt. Sie konnte ihre Rolle als Übersetzer zwischen Strategie und Mitarbeitenden einnehmen und damit maßgeblich zur Akzeptanz und Wirksamkeit der Veränderungen beitragen.

Mitarbeitende wurden aktiv einbezogen, statt bloß informiert.

Durch dialogorientierte Formate, klare Narrative und anschlussfähige Symbolik wurde Beteiligung konkret ermöglicht – nicht nur in Form von Feedback, sondern durch echte Mitgestaltung. Das erhöhte die Anschlussfähigkeit der Transformation und reduzierte stille Widerstände spürbar. →

Veränderung wurde steuerbar.

Durch die Kommunikationsarchitektur konnten Maßnahmen, Formate und Kanäle gezielt gesteuert, priorisiert und aufeinander abgestimmt werden. So entstand kein Kommunikationswildwuchs, sondern eine strukturierte Logik – sichtbar, wirksam, effizient.

Und: Die Transformation blieb in Bewegung.

Gerade in Phasen hoher Unsicherheit oder interner Belastung sorgte die Kommunikation für Orientierung und Stabilität – nicht emotional weich, sondern wirtschaftlich notwendig, um weiterhin einen reibungslosen Arbeitsablauf sicherzustellen. Sie machte klar, worum es geht, was erwartet wird, und wo Raum für Mitgestaltung ist. Ohne diese Klarheit wäre die Transformation nicht nur langsamer – sie wäre vermutlich gescheitert.

**„Kommunikation war kein
Add-on – sie war das Bindeglied
zwischen Idee und Wirkung.“**

– Kerstin Löffler,
Vice President Marketing,
Corporate Communications & ESG



Faller
PACKAGING

Kunde:

Faller Packaging

Bereich:

Transformationsprogramm
„Aurora“, Kulturentwicklung,
Projektkommunikation

Branche:

Pharma, Verpackung

Eingesetzte tnn-Bausteine:

#AgilesArbeiten #WorkshopDesign
#TransformationsDesign #TrainingOnTheJob
#FührungskräfteTraining #Coaching #Facilitation
#Stakeholdermanagement
#Transformationskommunikation
#Projektmanagement