

OrganisationsEntwicklung

HINWEISE FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Wir freuen uns, dass Sie sich für eine Veröffentlichung in unserer Zeitschrift interessieren. Anregende Beiträge zu den Themenbereichen unserer Zeitschrift – also primär Organisationsentwicklung und Change Management – sind immer willkommen.

Wenn Sie zunächst einmal eine spannende Idee im Hinblick auf eine Publikation mit uns besprechen möchten, nehmen Sie bitte einfach Kontakt mit uns auf und stellen Sie die Idee in einem kurzen Exposé oder Abstract vor.

Liegt bereits ein Manuskript vor, dann senden Sie es uns zu – am besten als Word-Datei in einem E-Mail-Anhang an das Redaktionsbüro: **zoe.redaktion@fachverlag.de** oder an das Mitglied der Redaktion, zu dem bereits ein Kontakt besteht. Sollten Sie sich speziell auf ein künftiges Schwerpunktthema (wie auf www.zoe.ch unter „Vorschau“ angekündigt) beziehen wollen, bitten wir um eine möglichst frühzeitige Einreichung, d.h. ein halbes Jahr vor Erscheinungstermin des jeweiligen Heftes.

Bitte beachten Sie, dass wir nur Original-Artikel publizieren (Ausnahme: Übersetzungen ausgewählter Publikationen aus dem anglo-/frankophonen Bereich). Sollten Sie zum gleichen Thema in ähnlicher Form bereits publiziert haben, müssten wir gemeinsam abklären, ob bzw. in welcher Form eine Veröffentlichung bei uns in Frage kommt.

Nachstehend finden Sie die wichtigsten Informationen zur Gestaltung eines Artikels und zu den redaktionellen Abläufen. Sie sollen Ihnen und uns die Arbeit erleichtern und helfen, Ihren Beitrag in attraktiver Form zu präsentieren.

Zum Inhalt Ihres Beitrages

Unsere Leserschaft ist ein aufgeschlossenes und interessiertes Publikum von Fach- und Führungskräften aus dem Wirtschafts- und Nonprofit-Bereich. Sie ist interessiert an strategischen und konzeptionellen Ansätzen sowie insbesondere an deren Erfolg versprechender Umsetzung in der Praxis. Der gemeinsame Nenner ist die Welt der Unternehmensentwicklung und des Change Managements. Wir wollen über neue Entwicklungen, Konzepte und Projekte berichten, Denkanstöße und Anregungen vermitteln und Diskussionen auslösen.

Unser Markenzeichen ist die Verbindung von hohem inhaltlichem Niveau mit optimaler Lesbarkeit und Leserfreundlichkeit. Die drei wichtigsten Ziele Ihrer und unserer redaktionellen Arbeit sind deshalb:

- **Balance von theoretischer Reflexion und Praxisbezug**

Was unsere Leserschaft erfahrungsgemäß besonders interessiert, ist das How to do it der Unternehmensentwicklung und des Change Managements: Ideen und Erfahrungen aus der Praxis, bewährte Vorgehensweisen, hilfreiche Instrumente. Hierbei reizen nicht in erster Linie geglättete Erfolgsgeschichten, sondern ehrliche Fallberichte, welche auch die schwierigeren Erfahrungen beleuchten und das Geschehene hinterfragen.

Ob Fallbericht oder Grundsatzartikel, es muss immer zweierlei erkennbar werden: Erstens, welches sind die grundsätzlichen Überlegungen? Was ist die Botschaft Ihres Beitrages? Zweitens gilt es deutlich zu machen, was aus Ihrer Sicht für die Umsetzung und Anwendung zukunftsweisend, anregend und nützlich ist.

- **Leserorientierung durch verständliche Sprache ...**

Unsere Leser/innen sind Ihre Kund/innen: offen für Neues, wenn das Thema interessant und in verständlicher Form beschrieben ist. Einfacher Satzbau, klare Argumentation, allgemein verständliches Vokabular (kein "Fachjargon") und lebendiger Schreibstil lassen den Funken rascher überspringen.

- **... und durch visuelle Unterstützung**

Grafiken, Checklisten und Bilder – zur Verdeutlichung und Ergänzung des Inhaltes – machen den Text lebendig und attraktiv. Überlegen Sie sich bitte, wie Sie Ihren Text durch Abbildungen unterstützen können. Verfassen Sie kurze, stichwortartige Zusammenfassungen der wichtigsten Erkenntnisse und Kernargumente, insbesondere der "Do's" und "Don't's", damit sie in Form von Kästen in den Text eingestreut oder am Ende des Beitrages beigefügt werden können.

Richtlinien für Autoren von <u>Praxisberichten, Projektberichten, Fallstudien</u> für die OrganisationsEntwicklung

Fallstudien und Praxisberichte leben von ihrer Lebendigkeit, Authentizität und Ehrlichkeit sowie von weiter verwendbaren Erkenntnissen aus den reichhaltigen Kontextbeschreibungen. Wir wären Ihnen als Autor deshalb dankbar, wenn Sie bei der Erarbeitung eines Beitrages folgende Punkte bezüglich *Inhalt* und *Stil* berücksichtigen könnten:

- Versuchen Sie, den Leser für Ihre Erfahrung zu gewinnen. Was könnte andere an Ihrer Erfahrung interessieren?
- Überlegen Sie sich einen starken Aufhänger/ein Hauptthema für Ihren Beitrag.
- Erzählen Sie eine interessante Geschichte: Schildern Sie die involvierten Stellen, Personen, Orte und deren Beziehungen.
- Erklären Sie den Kontext, in dem sich der beschriebene Wandelprozess abgespielt hat.
- Versuchen Sie, Transparenz über die eigene Rolle zu schaffen, d.h. erklären Sie, welche Funktion der oder die Autoren im beschriebenen Projekt/Prozess eingenommen haben.
- Vermeiden Sie Gemeinplätze oder rhetorische Worthülsen sowie unnötige Verschönerungen, die nach Propaganda klingen; sprechen Sie explizit auch Probleme und Barrieren an.
- Erhöhen Sie die Authentizität durch mehrere Perspektiven: Lassen Sie Betroffene zu Wort kommen (z.B. in Kurzinterviews oder eingestreuten Zitaten), fügen Sie der Beraterperspektive auch die Unternehmensperspektive hinzu und umgekehrt, überlegen Sie eine Co-Autorenschaft aus Beteiligten verschiedener Seiten des Projekts, etc.
- Achten Sie darauf, früh mit Ihrer internen Kommunikationsstelle eine mögliche Freigabe des Beitrages abzuklären sowie zu prüfen, ob mit der Veröffentlichung keine Rechte weiterer, in den geschilderten Fall involvierter, Personen oder Unternehmen (z.B. Beratungsunternehmen) verletzt werden.
- Vermeiden Sie Fremdwörter, Abkürzungen oder Anglizismen.

Als mögliche **Struktur eines Praxisbeitrages/einer Fallstudie** kann folgende Gliederung als grobe Orientierung verwendet werden:

1. Einleitung (Motivation des Lesers, Thema und Kurzkontext)
2. Ausgangssituation (Problemschilderung, Restriktionen, etc.)
3. Vorgehen/Chronologie des Projektes (z.B. durch Abbildung illustriert)
4. Erzielte Resultate (quantifizierbar/nicht quantifizierbar)
5. Diskussion von Schwierigkeiten und Barrieren
6. Resumée i.S.v. Erkenntnissen und Empfehlungen für andere Change Manager/innen

Erfolgsfaktoren für lebendige Fallstudien:

1. Interessantes Thema im Themenfeld der Organisationsentwicklung/des Change Managements
2. Herausarbeiten sowohl positiver als auch kritischer Erfahrungen
3. Einfache und lebendige, aktive Sprache
4. Persönliche, authentische Sprache
5. Durch Zitate, Kästen, Bildmaterial, Kernsätze aufgelockertes Format
6. Nachvollziehbare handwerkliche Hinweise
7. Klares, möglichst operationalisierbares Fazit
8. Erfolgs- bzw. Misserfolgskriterien, Do's + Don't's, lessons learned etc.

Zur formalen Gestaltung Ihres Beitrags

- **Manuskript**

Wir haben unserer Zeitschrift auch im Layout eine unverwechselbare Note gegeben. Alle Beiträge werden von unserer Layouterin exakt nach den Vorgaben des Grafikers gestaltet. Unsere Bitte deshalb: Senden Sie uns Ihren Text unformatiert, d.h. ohne Blocksatz und Spaltengliederung.

- **Umfang**

Der Text sollte (exkl. Abbildungen, Literatur-Hinweise etc.) insgesamt 25.000 Anschläge (inkl. Leerzeichen) nicht überschreiten. Gerne nehmen wir auch Kurzbeiträge an.

- **Vorspann**

Wir stellen jedem Beitrag eine kurze Zusammenfassung voran, welche den Einstieg ins Thema erleichtern soll. Bitte formulieren Sie vorab in wenigen Sätzen (max. 6-8 Zeilen), worum es in Ihrem Beitrag geht – in Form eines knappen Fazits oder auch in Form von Schlüsselfragen – und an wen sich Ihr Artikel richtet.

- **Titel und Überschriften**

Bitte machen Sie uns Vorschläge im Hinblick auf einen attraktiven Haupttitel für Ihren Beitrag. Der Haupttitel ist von besonderer Bedeutung nicht nur für die Attraktivität Ihres Beitrages, sondern auch für das Erscheinungsbild unserer Zeitschrift. Wir widmen deshalb der Formulierung der Haupttitel gemeinsam mit unseren Autorinnen und Autoren große Aufmerksamkeit. Hierbei geht es uns wesentlich um Prägnanz: In der Kürze liegt die Würze.

Bitte untergliedern Sie Ihren Beitrag durch Zwischenüberschriften. Überschriften sind ein wichtiger Teil der Leserführung. Sie sollen stimulieren, aber immer in einem Bezug stehen zum nachfolgenden Inhalt.

- **Keine Fußnoten**

In wissenschaftlichen Publikationen ist es üblich, den Haupttext in Form von Fußnoten durch zusätzliche Informationen und Querverweise zu ergänzen. In unserer Zeitschrift würde dies jedoch die Leserfreundlichkeit beeinträchtigen. Bauen Sie bitte kürzere Hinweise direkt in den Fließtext ein (spezifische Literaturhinweise ggf. in Klammern). Etwas längere Zwischenbemerkungen können z.B. in Form eines Kastens in den Beitrag eingebaut werden.

- **Literaturliste**

Lange Literaturlisten machen für den Typ unserer Zeitschrift wenig Sinn und bringen dem Leser auch selten einen wirklichen Nutzen. Je nach Thema kann es aber sehr sinnvoll sein, die Leser/innen auf besonders relevante, weiterführende Literatur hinzuweisen. Bitte benennen Sie in diesem Falle die drei, vier oder fünf wichtigsten Bücher oder Zeitschriftenartikel. Auch der Hinweis auf andere Informationsquellen (wie z.B. nützliche Links) hilft dem Leser, sich bei Bedarf vertieft mit dem Thema zu befassen. Dann haben Literaturhinweise eine echte Service-Funktion. Als **maximale Anzahl von Literaturhinweisen** haben wir **15 Titel** festgelegt. Wenn Sie besonderen Wert darauf legen, auf mehr Titel zu verweisen, kann folgender Satz hinzugefügt werden:

Ein ausführliches Literaturverzeichnis kann beim Autor (Autorin) bzw. bei der Redaktion angefordert werden.

Standards für die Schreibweise der Literaturhinweise:

Die Quellenangabe erfolgt durch Anführen des Familiennamens des Autors oder der Autorin und des Erscheinungsjahres des Werkes. Bei der Nennung von Autorengruppen werden die Autorennamen durch Komma voneinander getrennt, wobei der letzte Autor durch "und" abgesetzt wird.

Das Literaturverzeichnis soll alphabetisch (und dann chronologisch) geordnet sein. Die Angaben sollen in folgender Form erfolgen:

Literaturangaben von Büchern:

Nachname, Vorname(n) (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel. Untertitel (ggf. Auflage). Verlag.

Literaturangaben von Beiträgen in Herausgeberwerken (Schriftenreihen):

Nachname, Vorname(n) (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel. Untertitel. In Herausgeber (Hrsg.), Titel (Seitenzahlen). Verlag.

Literaturangaben von Zeitschriften mit Jahrgangs- bzw. Bandpaginierung:

Nachname, Vorname (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel. Name der Zeitschrift, Jahrgang, Seitenangaben.

Literaturangaben von Zeitschriften mit heftweiser Paginierung:

Nachname, Vorname (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel. Name der Zeitschrift, Jahrgang (Heft), Seitenangaben.

Literaturangaben von Themenheften von Zeitschriften:

Nachname, Vorname (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel [Themenheft]. Name der Zeitschrift, Jahrgang (Heft).

Literaturangaben von Forschungsberichten und Dissertationen:

Nachname, Vorname(n) (Initial). (Erscheinungsjahr). Titel. Untertitel (ggf. Reihe). Ort: Hochschule, ggf. Institut.

Beispiel für Literaturangaben von (unveröffentlichten) Vorträgen auf Tagungen:

Frohn, J. (2000, April). Koedukation im Sportunterricht an Hauptschulen? Vortrag auf dem 2. Kongress des Deutschen Sportlehrerverbands in Augsburg.

Zum redaktionellen Ablauf

Und so geht es dann in unserer Zusammenarbeit weiter:

- **Autorenbetreuung**

Das Redaktionsbüro

Das Redaktionsbüro koordiniert die operativen Prozesse der Redaktion. Dazu gehören administrative Aufgaben wie Speicherung der Autoredaten, Fotos und Abbildungen, Texte der eingesandten Artikel, aber auch Lektorats-Aufgaben: das redaktionelle "Finetuning" wie Layoutvorbereitung, Vorschläge zur Verbesserung der Lesbarkeit, eventuelle Kürzungen, damit die Artikellänge mit der gewünschten Seitenzahl übereinstimmt.

Das Redaktionsbüro ist die Sie unterstützende Anlaufstelle für Ihre Fragen in Bezug auf die Darstellung Ihres Beitrages sowie den Stand des Reviewprozesses und der Bearbeitung.

E-Mail: zoe.redaktion@fachverlag.de

OrganisationsEntwicklung, Redaktionsbüro, Frau Katharina Rockinger

Postfach 150506, D - 80044 München

Tel.: +49-(0)89-719988-52

Fax.: +49-(0)89-719988-51

- **Reviewprozess**

Jedes eingereichte Manuskript wird vom Redaktionsbüro an zwei Mitglieder der Redaktion zur Begutachtung gegeben. Wenn beide Redakteure einer Veröffentlichung zustimmen, bespricht das Redaktionsbüro mit Ihnen unsere Vorschläge bezüglich der inhaltlichen und formalen Gestaltung Ihres Beitrages. Grundlage hierfür sind die Anregungen der beiden Redaktionsmitglieder, die sich mit Ihrem Manuskript beschäftigt haben.

- **Veröffentlichung**

Sobald das Manuskript in einer für die Veröffentlichung geeigneten Form vorliegt, bespricht das Redaktionsbüro das weitere Vorgehen mit Ihnen. Möglicherweise werden zusätzliche Unterlagen benötigt: Portrait-Foto, Daten zur Person, Grafiken etc. Gleichzeitig wird ein voraussichtlicher Erscheinungstermin mit Ihnen abgestimmt.

- **Portrait-Foto**

Wir wollen Sie unseren Leser/innen persönlich vorstellen. Dazu benötigen wir ein hoch auflösendes Portrait-Foto von Ihnen – schwarz-weiß oder farbig. Für die vorzugsweise elektronische Übermittlung eines digitalisierten Bildes gelten folgende Standards:
Auflösung von 300 dpi in Originalgröße von ca. 50 x 70 mm (Hochformat) als .jpg- oder .tif-Datei.

- **Informationen zu Ihrer Person**

Als Text zum Bild fügen Sie bitte folgende Angaben zu Ihrer Person bei: Titel, Name und Vorname, Funktion oder Tätigkeit, Firma bzw. Institution sowie die E-Mail-Adresse.

- **Autorenexemplare**

Unmittelbar nach Erscheinen erhalten Sie 5 Hefte als Autoren-Exemplare (bei mehreren Autoren 3 Exemplare). Wenn Sie darüber hinaus einige Einzelhefte benötigen, liefern wir Ihnen diese mit 50 % Rabatt. Bestellungen dafür bitte über die Redaktion (zoe.redaktion@fachverlag.de).

Bei Bedarf können auch **Sonderdrucke** angefertigt werden. Bei kleineren Auflagen bis ca. 500 Stück sind diese allerdings verhältnismäßig teuer. Unsere Anzeigenabteilung berät Sie in dieser Frage gerne:

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, OrganisationsEntwicklung
Anzeigenabteilung, Frau Martina Kosch
Postfach 101102, D-40002 Düsseldorf
Tel: +49(0)211-887-1472
Fax: +49(0)211-887-1500
E-Mail: m.kosch@fachverlag.de

Honorar

Leider können wir keine Autoren-Honorare zahlen. Auch wir Redakteur/innen engagieren uns für diese Zeitschrift aus Interesse an der Sache und investieren in das Produkt.

Copyright

Das Copyright geht an den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt über. Wenn Teile Ihres Beitrages aus anderen Quellen stammen (Bilder, Grafiken, Check-Listen etc.), müssen Sie die Erlaubnis zum Nachdruck einholen.

Anfragen von Dritten im Hinblick auf einen anderweitigen Nachdruck Ihres Beitrages leiten wir in jedem Falle an Sie zur Genehmigung weiter.

Checkliste benötigter Unterlagen

- Manuskript in digitaler Form
- Kurztext für den Vorspann
(*Summary*)
- Portrait-Foto
(*Auflösung 300 dpi, ca. 50 x 70 mm Hochformat*)
- Legende zum Portrait
(*Daten zur Person: Organisation, Position*)
- Visuelles Material
(*Fotos, Grafiken, Checklisten etc.*)
- Unterzeichnete Copyright- und Nutzungsvereinbarung, so genannter "Autorenfragebogen"
(*erhalten Sie vom Redaktionsbüro nach Fertigstellung des Artikels und Entscheidung für die Veröffentlichung*)
- Koordinaten für die Kontaktaufnahme und den Autorenhefteversand:
 - Name + Vorname
 - Funktion / Titel
 - Postanschrift
 - Telefon
 - E-Mail

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

Ihre Redaktion