

Vertriebskommunikation  
für Banken und Versicherungen

**touchmore**

## **Unternehmenswerte immer präsent**

Kunde:           Hannoversche Volksbank  
Bereich:         Interne Kommunikation / Employer Branding



# Die Ausgangssituation

---

"Culture eats strategy for breakfast", sagen Change Experten.

Kultur sind gelebte Werte. Doch oft geraten diese in Vergessenheit, verstauben in gut gemeinten Broschüren.



# Die Aufgabe

---

Die Grundsätze zur Führung und Zusammenarbeit sollen durch ein Objekt dauerhaft im Umfeld der Mitarbeiter präsent bleiben und dazu anregen, in Gesprächen auf sie Bezug zu nehmen.

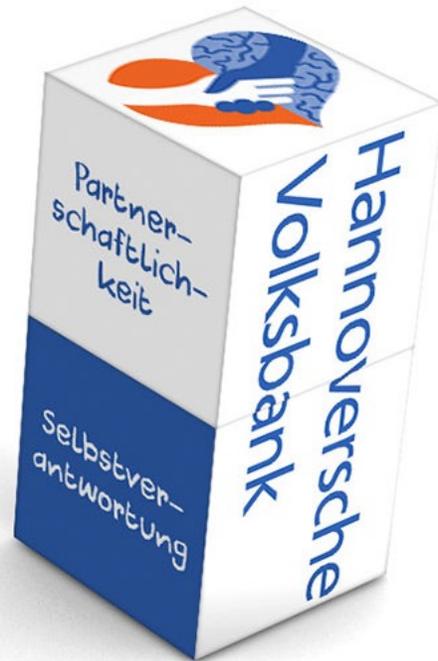


# Die Lösung

---

Jedem der 1.000 Mitarbeiter wurde ein magnetischer Würfel-Turm überreicht, der die wichtigsten der aufeinander aufbauenden Prinzipien der Zusammenarbeit vermittelt.





# Das Ergebnis

---

- Die Würfel machten den Mitarbeitern Spaß. Sie wurden zur Ablenkung genutzt, als Zettelhalter zweckentfremdet und sind auch Monate nach der Einführung sowohl auf den Schreibtischen als auch in Besprechungsräumen überall im Haus präsent.
- So beeinflussen sie subtil und auf spielerische Art die Auseinandersetzung mit den Unternehmenswerten.



# Feedback

---

*"Die Attraktivität der Würfel und die Tatsache, dass man sie nicht abheften kann, machen sie zu einer hocheffektiven Lösung für unsere Wertekommunikation."*



**Simon Riedel**

Marketing  
Hannoversche Volksbank

# Fühlbar mehr Wirkung



02191 - 98370



intouch@touchmore.de



www.touchmore.de



Link zu dieser [Case Study](#)