

OrganisationsEntwicklung

HINWEISE FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Wir freuen uns, dass Sie sich für eine Veröffentlichung in der ZOE 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 abstimmen möchten, stellen Sie die Idee bitte in einem kurzen schriftlichen Abstract oder Exposé vor. Bitte beachten Sie dabei das unten dargestellte Format für Artikel-Exposés. 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@handelsblattgroup.com.

Bitte beachten Sie, dass wir nur Original-Artikel publizieren, die nicht bereits in anderen Publikationen erschienen sind oder dort zeitgleich eingereicht werden (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.

Zum Inhalt Ihres Beitrags

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 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, und berücksichtigt dieser schon bestehende Erkenntnisse zum Thema? Zweitens gilt es deutlich zu machen, was aus Ihrer Sicht für die Umsetzung und Anwendung **zukunftsweisend, anregend und nützlich** für die Leser*innen ist. Behalten Sie beim Schreiben stets die **Zielgruppe** im Auge, die Sie adressieren.

- **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" / möglichst wenige Anglizismen) und lebendiger Schreibstil (z. B. aktive statt passiver Formulierungen) lassen den Funken rascher überspringen.

- ... und durch visuelle Unterstützung

Grafiken, Schaubilder, Ablaufpläne, 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 oder Kästen unterstützen können. Verfassen Sie z. B. kurze, stichwortartige Zusammenfassungen der wichtigsten Erkenntnisse und Kernargumente, insbesondere der "Do's" und "Don't's" bzw. der Lernerfahrungen oder Beispiele, damit sie in Form von Kästen in den Text eingestreut oder am Ende des Beitrags beigefügt werden können. Ermöglichen Sie den Leser*innen auf diese Weise zentrale Aspekte Ihres Beitrags schon beim ersten Überfliegen schnell zu erfassen und gewinnen Sie ihr Interesse für das Thema.

Format für die Einreichung eines Artikelexposés

Ein Exposé zu einem geplanten Beitrag für die ZOE sollte die folgenden Informationen enthalten:

1. beteiligte **Autoren/Autorinnen** nennen (und bei Fallstudien deren Rollen im geschilderten Prozess, d. h. aus welcher Perspektive wird der Beitrag verfasst?)
2. **Arbeitstitel** und Kategorie des Artikels (z. B. Theoriebeitrag oder Fallstudie?)
3. Ca. 5 Sätze zum **Inhalt**: Zentraler Aspekt und Kernbotschaft des Beitrags; was ist daran neu oder überraschend? Bei Fallstudien bitte auch das Unternehmen nennen und den Zeitraum des geschilderten Projektes. Dabei bitte Bezug zu unseren Kernthemen Organisationsentwicklung und Change Management herstellen bzw. verdeutlichen welchen Bezug der Artikel dazu haben wird.
4. Vorschlag zu **Aufbau und Gliederung** des Beitrages
5. Geplante **Länge** / Anzahl Zeichen des vollständigen Artikels (max. 22.000 Zeichen inkl. Leerzeichen, inkl. Abbildungen und Literaturverzeichnis)
6. für welche **Zielgruppe** unserer Leser*innen ist der Artikel vor allem interessant? Welches Leserbedürfnis/welchen „Leidensdruck“ dieser Zielgruppe soll er befriedigen?
7. welches weiterführende **Wissen** hat der/die Leser*in nach der Lektüre? Was kann er/sie daraus lernen bzw. auf die eigene Tätigkeit übertragen? (nur Stichpunkte, z. B. Wissen über ... z. B. die Anwendung von Methode xy, ... , Anleitung für die Durchführung von...)
8. was davon ist für unsere Leser*innen direkt verwertbar in der **eigenen Praxis** (z. B. Handlungsempfehlungen für ..., Kriterien für ..., Argumentationshilfen für ..., Entscheidungskriterien für die Auswahl/den Einsatz von ...o. ä.)
9. wo liegt aus Sicht der Autor*innen das **Innovationspotenzial** des Artikels für die Leser*innen? Bei Fallstudien z. B.: Was wurde hier konkret anders gemacht als bei anderen? Was ist das Besondere an diesem Fallbeispiel?
10. welche **Übersichten** (Tabellen, Vergleiche, Statistiken, Infokästen, Abbildungen bzw. Infografiken) werden den Nutzwert des Artikels für den Leser bzw. die Leserin erhöhen?

Richtlinien für Autor*innen von Projektberichten / Fallstudien für die ZOE – Rubrik „Erfahrung“ –

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

- Versuchen Sie, den/die Leser*in für Ihre Erfahrung zu gewinnen. **Was könnte andere an Ihrer Erfahrung interessieren?** Was war daran neu oder überraschend?
- Überlegen Sie sich einen **starken Aufhänger**/ein Hauptthema für Ihren Beitrag als roten Faden (über die Kategorie „eine Change Management-Fallstudie“ hinaus).
- Erzählen Sie eine **interessante Geschichte**: Schildern Sie die involvierten Stellen, Personen, Orte und deren Beziehungen möglichst in einem Spannungsbogen.
- 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 die Autor*innen im beschriebenen Projekt/Prozess eingenommen haben.
- Vermeiden Sie Gemeinplätze oder rhetorische Worthülsen sowie unnötige Verschönerungen, die nach Propaganda oder Eigenwerbung 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 Zitaten mit Originalstimmen aus dem Prozess), fügen Sie der Beratersicht auch die Unternehmensperspektive hinzu und umgekehrt, überlegen Sie eine Co-Autorenschaft aus Beteiligten verschiedener Seiten des Projekts...(Für einen Beitrag können **maximal vier Autor*innen** aufgeführt werden.)
- 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 (auch innerhalb von Abbildungen).

Als mögliche **Struktur eines Praxisbeitrages/einer Fallstudie** kann folgende Gliederung als grobe Orientierung verwendet werden. Die Gliederungspunkte sind als Strukturierungshilfe gedacht, sollten aber in der Formulierung nicht den Zwischenüberschriften Ihres Beitrags entsprechen. Diese sollten bitte jeweils bereits inhaltlicher Art sein und sich auf den jeweiligen kommenden Absatz beziehen:

1. *Einleitung* (Motivation des Lesers/der Leserin, Thema mit Kernbotschaft und Kurzkontext)
2. *Ausgangssituation* (Problemschilderung, Restriktionen, etc.)
3. *Vorgehen/Chronologie des Projektes* (z. B. durch Abbildung/Schaubild/Infografik 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 bzw. für andere Kontexte (auch: was haben wir daraus gelernt? Oder: was würden wir beim nächsten Mal anders machen?)

Erfolgsfaktoren für lebendige Fallstudien:

1. Interessantes Thema im Themenfeld der Organisationsentwicklung/des Change Managements. Dabei stets die **Leserzielgruppe im Blick** haben.
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, konkrete **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**

Senden Sie uns Ihren Text bitte als **Word-Datei**, ohne Blocksatz und Spaltengliederung, und nicht als pdf.

- **Umfang / Rubriken**

Ein Text für die Rubriken **Reflexion** oder **Erfahrung** – egal ob zum Schwerpunktthema eines Heftes oder nicht – sollte (inklusive Abbildungen, Tabellen, Kästen, Literatur-Hinweisen etc.) **insgesamt max. 18.500 – 22.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen)** nicht überschreiten. Gerne nehmen wir auch prägnantere Beiträge an.

Wenn Sie Ihren Fallstudien-Beitrag für unsere Rubrik „**Fallklinik**“ zur Verfügung stellen möchten, teilen Sie uns das bitte im Idealfall gleich bei der Ersteinreichung oder zusammen mit dem Exposé mit, damit wir entsprechend planen und geeignete Kommentator*innen ansprechen können.

Gerne können Sie auch Beiträge für unsere regelmäßigen Rubriken **Werkzeug** und **Klassiker** einreichen. Besonders hier empfiehlt sich vorab eine Abstimmung des vorgeschlagenen Themas mit dem Redaktionsbüro. Die Hinweise zur formalen Gestaltung von Beiträgen zu diesen beiden Rubriken finden Sie in den Infokästen am Ende dieser Autorenhinweise.

Beiträge für die etwas breiter gefasste und besonders serviceorientierte Rubrik **Perspektiven**, in denen z. B. die zentralen Ergebnisse einer Studie zusammengefasst werden, haben in der Regel eine Länge von **ca. 2.000 bis ca. 7.000 Zeichen inkl. Leerzeichen**. Diese Beiträge haben keinen Vorspann, können aber durch Zwischentitel gegliedert werden und maximal eine Abbildung haben. In Ausnahmefällen sind auch längere Beiträge bis max. 9.000 Zeichen inkl. Leerzeichen in dieser Rubrik möglich. Die Autor*innen der Perspektiven-Beiträge werden mit Namen, Position/ Organisation und E-Mail-Adresse vorgestellt, jedoch ohne Porträtfoto.

- **Vorspann**

Wir stellen jedem längeren Beitrag eine kurze Zusammenfassung voran, welche den Einstieg ins Thema erleichtern soll. Bitte formulieren Sie vorab in wenigen Sätzen (max. 4-6 Zeilen), worum es in Ihrem Beitrag geht – in Form eines knappen Fazits zur Kernbotschaft, einer Aussage, worin der Mehrwert des Artikels für die Leserzielgruppe liegt 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, die Leser*innen neugierig machenden, prägnanten **Haupttitel** für Ihren Beitrag.

Bitte untergliedern Sie Ihren Beitrag durch **Zwischenüberschriften** als wichtigen Teil der Leserführung. Sie sollen stimulieren, aber immer in einem Bezug stehen zum nachfolgenden Inhalt und den schnellen Leser*innen gleich die wichtigsten Informationen vermitteln. Eine Nummerierung der Zwischentitel – wie in wissenschaftlichen Veröffentlichungen üblich – ist nicht nötig.

- **Gendergerechte Sprache**

Wir bemühen uns, in den Artikeln der ZOE eine gendergerechte Sprache abzubilden. Ab der Ausgabe 2/2021 bitten wir Sie um den Einsatz des **Gendersternchens** sowie insgesamt um gendersensibles Formulieren, was auch durch geschlechtsneutrale Formulierungen erreicht werden kann.

- **Keine Fußnoten**

In unserer Zeitschrift sind **im Layout keine Fußnoten** vorgesehen. Bauen Sie bitte kürzere Hinweise direkt in den Fließtext ein (spezifische Literaturhinweise ggf. in Klammern). Längere Zwischenbemerkungen können z. B. in Form eines Kastens in den Beitrag eingebaut werden.

- **Kurze Literaturliste (max. 15 Titel)**

Je nach Thema kann es 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 zu Ihrem Thema. Prüfen Sie bitte auch, ob zu Ihrem Themenbereich bereits Artikel in der OrganisationsEntwicklung erschienen sind und nehmen diese mit in die Literaturliste auf. Auch der Hinweis auf andere Informationsquellen (wie z. B. nützliche Links) hilft dem Lesenden, sich bei Bedarf vertieft mit dem Thema zu befassen. Dann haben

Literaturhinweise eine echte Service-Funktion.

Die **maximale Anzahl von Literaturhinweisen** beträgt **15 Titel**.

Standards für die Schreibweise der Literaturhinweise:

Bitte zitieren Sie gemäß den APA-Richtlinien, verzichten aber auf DOI-Links.

Die Quellenangabe im Text erfolgt in Klammern durch Anführen des Nachnamens des Autors/der Autorin und des Erscheinungsjahres des Werkes (mit Komma dazwischen). Bei der Nennung von Autorengruppen werden die Autorennamen durch Komma voneinander getrennt, wobei der letzte Autor durch "&" abgesetzt wird.

Das Literaturverzeichnis soll alphabetisch (und dann chronologisch) geordnet sein.

Die Angaben sollen in folgender Form erfolgen:

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

Zum redaktionellen Ablauf

• **Autorenbetreuung**

Das Redaktionsbüro koordiniert die operativen Prozesse der Redaktion. Dazu gehören administrative wie auch Lektorats-Aufgaben sowie die Koordinierung des Reviewprozesses. 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@handelsblattgroup.com

Ihre Ansprechpartnerinnen im Redaktionsbüro:

Katharina Rockinger

k.rockinger@extern.handelsblattgroup.com

Dr. Ulrike Felger

u.felger@extern.handelsblattgroup.com

Reviewprozess

Jedes eingereichte Manuskript wird vom Redaktionsbüro an zwei Reviewer*innen (aus der Redaktion oder unserem Kreis von assoziierten Reviewer*innen) zur Begutachtung gegeben, ob sich Ihr Beitrag bzw. Ihre Artikelidee grundsätzlich für eine Veröffentlichung in der ZOE eignet und zu unserer geplanten thematischen Ausrichtung passt oder nicht.

Wenn beide Begutachter*innen einer Veröffentlichung zustimmen, erhalten Sie vom Redaktionsbüro eine Rückmeldung mit den zusammengefassten Hinweisen der Reviewer*innen *bezüglich der weiteren inhaltlichen und formalen Gestaltung Ihres Beitrages sowie einer Deadline für die Überarbeitung*. Grundlage für dieses Feedback sind die Anregungen der beiden Reviewer*innen, die sich mit Ihrem Manuskript beschäftigt haben und die Sie in einer Übersichtstabelle erhalten.

Nach einer Überarbeitung von Autorensseite inklusive der Ergänzung der Tabelle, wie die Autor*innen mit den Reviewhinweisen in der überarbeiteten Textfassung verfahren sind, wird der Artikel erneut in den Reviewprozess gegeben und im günstigsten Fall zur Publikation freigegeben, wenn keine weiteren Überarbeitungswünsche bestehen.

*Werden Überarbeitungsvorgaben aus dem Begutachtungsprozess von den Autor*innen nicht berücksichtigt, behält sich die Redaktion die Entscheidung vor, einen Beitrag nicht zu publizieren, auch wenn ursprünglich Interesse signalisiert wurde.*

• **Veröffentlichung**

Sobald das Manuskript in einer für die Veröffentlichung geeigneten Form vorliegt, stimmt das Redaktionsbüro das weitere Vorgehen sowie einen voraussichtlichen Veröffentlichungstermin mit Ihnen ab. Da wir „nur“ **vier Hefte im Jahr** herausgeben, planen wir recht weit voraus. Bitte haben Sie daher Verständnis, dass vom Zeitpunkt der ersten Einreichung eines Textes bis zur tatsächlichen Veröffentlichung einige Zeit vergehen kann und es aufgrund des Reviewprozesses und weiterer vorab unberechenbarer Faktoren auch zu Verschiebungen der ursprünglich genannten Veröffentlichungsausgabe kommen kann.

- **Portrait-Foto**

Wir wollen Sie unseren Leser*innen persönlich vorstellen. Dazu benötigen wir ein hoch auflösendes Portrait-Foto von Ihnen als .jpg- oder .tiff-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. Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass wir unsere Autorenavstellung im Heft einheitlich und kurz gestalten und es nicht die Möglichkeit gibt, längere Biografien (Ausnahme ist die Rubrik **Gespräch**), Arbeitsschwerpunkte oder URLs zu nennen.

- **Belegexemplar**

Nach Erscheinen der Ausgabe mit Ihrem Artikel erhalten Sie Ihr Autorenbelegexemplar. Wenn Sie darüber hinaus weitere Einzelhefte benötigen, liefern wir Ihnen als Autor*innen diese mit 50 Prozent Rabatt. Bitte weisen Sie bei der Bestellung den Kundenservice auf Ihre Autorenschaft in diesem Heft hin.

- **Honorar**

Leider können wir keine Autoren-Honorare zahlen.

- **Copyright**

Das Copyright Ihres Artikels geht an die Handelsblatt Media Group über. Hierzu senden wir Ihnen einen so genannten **Autorenfragebogen** zur Unterschrift zu. Damit wird der Beitrag dann einer breiten Leserschaft auch neben der reinen Veröffentlichung in der Print-Zeitschrift zugänglich gemacht, z. B. durch die Publikation in unserem Online-Archiv, der ZOE-App sowie in mit der Handelsblatt Media Group kooperierenden Datenbanken. Dies natürlich stets im Kontext der Zeitschrift OrganisationsEntwicklung und mit Ihrem Namen.

Wenn Teile Ihres Beitrags aus anderen Quellen stammen (Bilder, Grafiken, Check-Listen etc.), müssen Sie vor der Veröffentlichung die Erlaubnis zum Nachdruck einholen.

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

Checkliste benötigter Unterlagen:

- **Manuskript** als Word-Datei (max. 22.000 Zeichen inkl. Leerzeichen)
- Kurztext für den **Vorspann** (4-6 Zeilen) (*Summary*)
- **Portrait-Foto** (*Auflösung 300 dpi*)
- **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 Belegversand: Name + Vorname, Funktion / Titel, Postanschrift, Telefon, E-Mail

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

Ihre ZOE-Redaktion

Rubrik Werkzeug – Formale Gestaltungskriterien

Themenauswahl: In der Rubrik Werkzeug werden Methoden möglichst konkret und anwendungsnah vorgestellt, mit dem Ziel die Leser*innen zu ermächtigen, diese auch selbst ohne ausführliche weitere Einführungen einzusetzen. Voraussetzung für die Eignung des Werkzeugs für diese Rubrik ist, dass dieses von den Autor*innen nicht nur selbst angewendet wurde, sondern es mindestens einen belegbaren Fall einer „Fremdanwendung“ gibt, sodass auch externe Erfahrungswerte vorliegen.

Aufbau: Wenn das Thema mit dem Redaktionsbüro bzw. der Redaktion abgestimmt wurde, bitten wir Sie den Beitrag nach folgenden Kriterien zu erstellen:

Die Artikel in unserer Rubrik Werkzeug haben jeweils einen ähnlichen Aufbau. Bitte orientieren Sie sich an bereits erschienenen Beiträgen dieser Rubrik. Wichtig ist die Gliederung in die Punkte:

Kontext der Methode, Darstellung der Methode und insbesondere auch der Punkt "**Fallstricke bei der Anwendung der Methode**", der auf Hindernisse oder Dinge, die man bei der Anwendung beachten sollte, hinweist. Wichtig ist dabei auch ein *methodenkritischer Blick* und ein *klarer Bezug zu unseren Kernthemen Organisationsentwicklung und Change Management*.

Die Darstellung sollte möglichst anschaulich und klar formuliert sein, "How to do Informationen" beinhalten und keine Eigenwerbung enthalten. Schön wäre es auch, wenn Sie unseren Leser*innen noch ein paar weiterführende Literaturtipps geben könnten, wenn möglich gerne auch Weblinks.

Von der Länge her sollte der Beitrag **ca. 12.000-15.000 Zeichen inkl. Leerzeichen** umfassen, Sie können auch gerne ein bis zwei Abbildungen integrieren.

Rubrik Klassiker – Formale Gestaltungskriterien

Bitte stimmen Sie sich vor einem ersten Artikelentwurf mit dem Redaktionsbüro ab, über welchen Klassiker/welche Klassikerin der Organisationsforschung Sie einen Beitrag verfassen möchten. Orientieren Sie sich bei der Gestaltung des Artikels gerne an bereits erschienenen Klassiker-Artikeln. Der Umfang des Beitrags sollte **15.000 Zeichen inkl. Leerzeichen** möglichst nicht überschreiten. Bitte überlegen Sie sich zudem einen **interessanten Titel** für den Beitrag, der die Quintessenz des Schaffens des Klassikers in Zusammenhang mit der Organisationsforschung möglichst auf den Punkt bringt. Zudem benötigen wir einen kurzen Kasten mit den Eckpunkten zur **Biografie** des Klassikers/der Klassikerin.

Auch hier sollte in der Darstellung des Wirkens für die Leser*innen ein klarer Bezug zu den Kernthemen unserer Zeitschrift erkennbar werden.

Bitte beachten Sie, dass die **Literaturliste auf 15 Titel** begrenzt ist. Wenn berühmte Werke des Klassikers mit vollem Titel und Erscheinungsjahr im Text genannt werden, müssen sie nicht mehr unbedingt in die Literaturliste am Ende aufgenommen werden.

Bitte beachten Sie außerdem, **keine Fußnoten** zu erstellen.