

Die Change-Management-Ikone verrät:

10 teure Fehler

die Sie beim Change-Management
unbedingt vermeiden sollten



Einleitung

„Der ganz normale Change-Wahnsinn“ [1]. Diesen provokanten Titel gaben vier Autoren ihrem jüngst erschienen Buch zu dem Thema „Change Management“. Schon lange scheint ein Konsens darüber zu herrschen, dass Veränderungen und Innovationen in Unternehmen zwangsläufig mit großen Risiken einhergehen.

Satte 50 Millionen Ergebnisse spuckt Google aus, wenn Sie nach dem Begriff „Problem Change Management“ suchen!

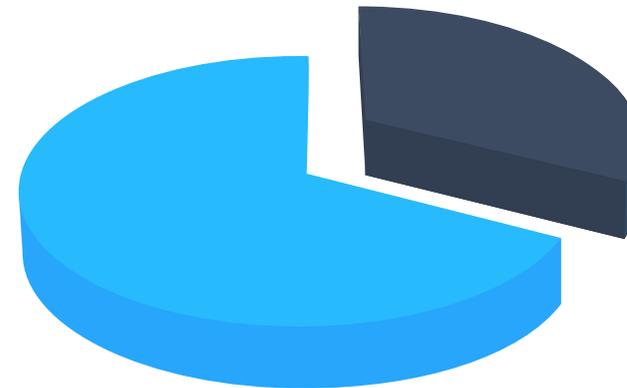
Doch der vielbeschworene **Change** ist für viele Unternehmen unvermeidbar, um nicht von der Konkurrenz abgehängt zu werden und weiterhin effizient wirtschaften zu können.

Für Unternehmer gilt daher: Wenn Sie sich krampfhaft an überholten Prozessen, veralteten Praktiken und antiquierten Ansichten festhalten, droht Ihnen auf lange Sicht der Ruin.

Aber sind die Sorgen begründet, die Ihnen beim Gedanken an die bitter nötigen Neuerungen durch den Kopf schwirren?

Die schlechte Nachricht lautet:

2/3 aller Innovationsversuche
Rund **in Unternehmen scheitern.**



Die Folge? Finanzielle Verluste, verschwendete Ressourcen, frustrierte Mitarbeiter und das Unvermögen, mit der Konkurrenz mithalten zu können.

Aber wir haben eine gute Nachricht für Sie: Wer sich im Vorfeld auf die anstehenden Veränderungen gewissenhaft vorbereitet und auf die Erfahrung renommierter Change-Management-Experten vertraut, steht auf der sicheren Seite. Einem, dem Sie dabei unbedingt Ihr Gehör schenken sollten, ist **John P. Kotter**.

Denn Kotter – Harvard-Professor, Bestseller-Autor und der Gewinner des McKinsey-Awards 2012 – gilt als unbestrittene Ikone auf dem Gebiet des Veränderungsmanagements. Deswegen lassen wir ihn in **10 Zitaten** einfach selbst zu Wort kommen!

Erfahren Sie von Kotter, welche Stolpersteine im Change-Management auf Sie lauern, welche Fehler Sie womöglich unbewusst begehen und wie Sie den anstehenden Change mit Bravour meistern!



Change-Management-Experte John P. Kotter

John P. Kotter

Dr. John Paul Kotter, 1947 in Kalifornien geboren, ist ein weltweit anerkannter Experte für Unternehmensführung & Change-Management.

Kotter studierte Elektrotechnik, Informatik und Management an den Eliteuniversitäten Massachusetts Institute of Technology (MIT) und Harvard Business School. Letztere verlieh ihm 1980 die Professur für Führungsmanagement – mit 33 Jahren als einem der jüngsten in der Geschichte Harvards.

Als richtungsweisend für seine spätere Arbeit gilt Kotters Artikel *“Leading Change – Why Transformation Efforts Fail”*, der erstmals 1995 in The Harvard Business Review veröffentlicht und seitdem unzählige Male nachgedruckt wurde. *“Accelerate!”*, ein weiterer Artikel, den Kotter für das Management-Magazin seiner Alma Mater verfasste, wurde 2012 mit dem renommierten McKinsey Award prämiert.

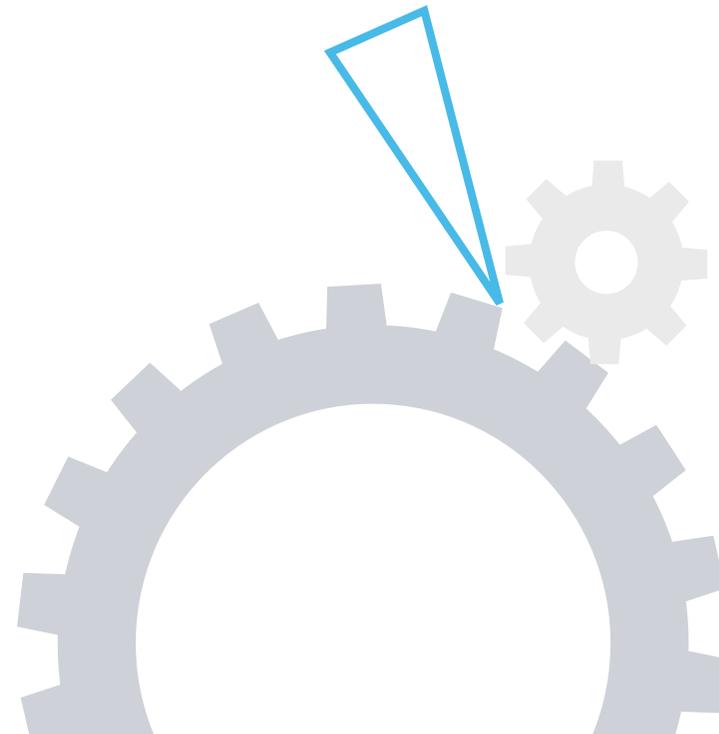
Kotter verfasste bisher 18 Bücher, von denen sich 12 zu Bestsellern entwickelten. Seine Werke werden in der ganzen Welt gelesen und zählen zu den *“Top 1%-Verkäufen”* auf Amazon.com, also den meistverkauften Produkten des Online-Marktplatzes.

Heute ist Kotter vorwiegend für sein Unternehmen Kotter International, einer Beratungsgesellschaft für Management, tätig, das sich auf die Fortbildung von Führungspersonen spezialisiert hat.

Quellen: <http://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?facId=6495>
<http://www.kotterinternational.com/member/john-kotter/>

Inhalte

1. Fehler #1: Medium mit zu geringer Reichweite wählen
2. Fehler #2: Ihre Belegschaft versteht nur Bahnhof
3. Fehler #3: Keine Dringlichkeit erzeugen
4. Fehler #4: Fehlende oder unklare Vision
5. Fehler #5: Führungsriege zieht nicht gemeinsam an einem Strang
6. Fehler #6: Den Change mit Druck durchsetzen - statt mit Überzeugungskraft
7. Fehler #7: Nur die "harten Fakten" im Blick haben
8. Fehler #8: Auf Milestones verzichten
9. Fehler #9: Zu früh den Sieg erklären
10. Fehler #10: Change aus den falschen Gründen



Fehler #1

Medium mit zu geringer Reichweite wählen

Nehmen wir an, Sie haben sich für eine Veränderung entschieden und bereits alle Vorbereitungen abgeschlossen. Nun möchten Sie endlich mit der Umsetzung beginnen.

Doch am Tag, an dem Ihr Change-Prozess starten soll, schauen Sie in ratlose und irritierte Gesichter.

Was ist passiert? Vermutlich haben Sie Ihr Vorhaben mittels eines Mediums bekanntgegeben, das nicht allen Mitarbeitern zugänglich ist. Oder Ihr Medium konnte nicht genügend Aufmerksamkeit erregen und Ihre wichtige Neuigkeit ging daraufhin in der Informationsflut unter.

Eine der gängigsten Arten, Widerstände gegen einen Change zu überwinden, ist es, die Menschen bereits im Voraus aufzuklären.

Denn das Kommunizieren von Vorstellungen und Ideen hilft dabei, die Notwendigkeit und die Logik hinter der Veränderung zu begreifen.

– John P. Kotter , WHAT LEADERS REALLY DO

#1

Lösung

Eine Möglichkeit, die Reichweite Ihrer Bekanntgabe zu erhöhen, besteht in der Kombination verschiedener Kommunikationswege. Ergänzen Sie Ihre Intranet-Nachricht beispielsweise durch einen Blogartikel. Wer jedoch – zu Recht! – befürchtet, seine Nachricht ginge im überfüllten E-Mail-Postfach verloren oder der Blog werde zu selten frequentiert, greift auf diese Möglichkeit zurück: ein **Video**!

Denn Videos gelten inzwischen als das beliebteste Online-Medium und werden von 85,8 % aller Internet-Nutzer konsumiert, wie eine aktuelle Studie ergab [2].

Es reicht schon aus, den Begriff "**Video**" in der Betreffzeile zu verwenden, um die Öffnungsrate Ihrer E-Mails um 19% zu erhöhen [3].

Und wenn Sie Ihr Video direkt in Ihre E-Mail eingebunden haben, steigt die Klickrate um bis zu 96% [4]!

Verwenden Sie Ihr Video auch auf Ihrer Webseite oder "offline" auf einem Kick-off-Meeting, um Ihre Mitarbeiter gleichzeitig zu informieren, unterhalten und emotional zu binden.

Ein **speziell für Sie produziertes Video** erzielt garantiert den gewünschten "**Aha!**"-Effekt und sorgt für Gesprächsstoff im Büro!





*Gute Kommunikation bedeutet nicht, in
perfekt geformten Sätzen und
Textpassagen zu sprechen.*

Einfach & klar – das ist maßgeblich.

– John P. Kotter , INTERVIEW

Fehler #2

Ihre Belegschaft versteht nur Bahnhof

Eigentlich dachten Sie, Sie hätten alles richtig gemacht: Der Innovationsprozess wurde bis ins Detail geplant, Ihre Mitarbeitern über alles Nötige informiert und doch kommen die Neuerungen nicht in die Gänge.

Viele verwenden nach wie vor das alte Warenwirtschafts-Programm. Andere beauftragen noch immer den externen Dienstleister mit dem Produktversand, anstatt sich an die neugegründete Abteilung zu wenden. Und Ihrem Zeitplan wird schon lange keine Beachtung mehr geschenkt.

Womöglich haben Sie versäumt, das bestmögliche Verständnis für Ihren Change zu schaffen – entweder, weil Sie die geplanten Veränderungen zu sparsam kommuniziert oder Sie die Belegschaft mit Ihrer Ausdrucksweise nicht erreicht haben.

#2

Lösung

Kommunikation ist von zentraler Wichtigkeit im Change-Management. Teilen Sie Ihren Mitarbeiter daher möglichst genau mit, welche Neuerungen bevorstehen und wie sich diese konkret auf ihren Arbeitsalltag auswirken.

VORSICHT

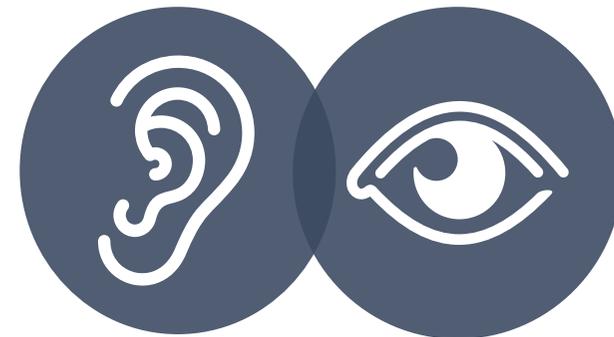
Irrelevante oder zu komplexe Informationen, aber auch schwierige Fachtermini stiften schnell Verwirrung.

Verwenden Sie lieber eine klare, prägnante Sprache und beschränken Sie sich inhaltlich auf das, was für Ihr Team tatsächlich von Bedeutung ist.

Nutzen Sie – wie viele andere Konzerne und [Change-Experten](#) auch – die Kraft von Videos: Denn mit einem Video können Sie Ihren Change schnell und einfach erklären – und zwar sowohl in Bildern als auch Worten!

So maximieren Sie das Verständnis Ihrer Mitarbeiter und helfen ihnen gleichzeitig, sich die vermittelten Inhalte dauerhaft einzuprägen.

Der Grund? Audiovisuelle Medien sprechen mehrere Sinne des Menschen an – und das erhöht den Lerneffekt, wie eine Studie ergab [5]!





Den Grad der Dringlichkeit zu erhöhen, heißt nicht, dass permanent Panik, Besorgnis oder Furcht herrschen.

Es ist vielmehr ein Zustand, in dem Selbstzufriedenheit nahezu abwesend ist.

– John P. Kotter , LEADING CHANGE

Fehler #3

Keine Dringlichkeit erzeugen

Jeder, der schon einmal einen Change managen musste, weiß: Die Menschen hängen an ihrem gewohnten Alltag – und das mehr als Sie glauben! Den Status quo zu überwinden, stellt daher eine Herausforderung dar.

Denn alte Gewohnheiten abzulegen und durch neue zu ersetzen, erfordert Zeit, Arbeit und manchmal auch Entbehrungen.

Das schreckt viele ab – auch Ihre Mitarbeiter!

Daher gilt: Solange Ihre Belegschaft sich der bestehenden Probleme nicht bewusst ist, diese für tolerierbar hält oder sie firmenexternen Ursachen zuschreibt, wird sie nichts ändern wollen. Und Sie haben keine Chance, Ihre Innovationspläne durchzusetzen!

#3

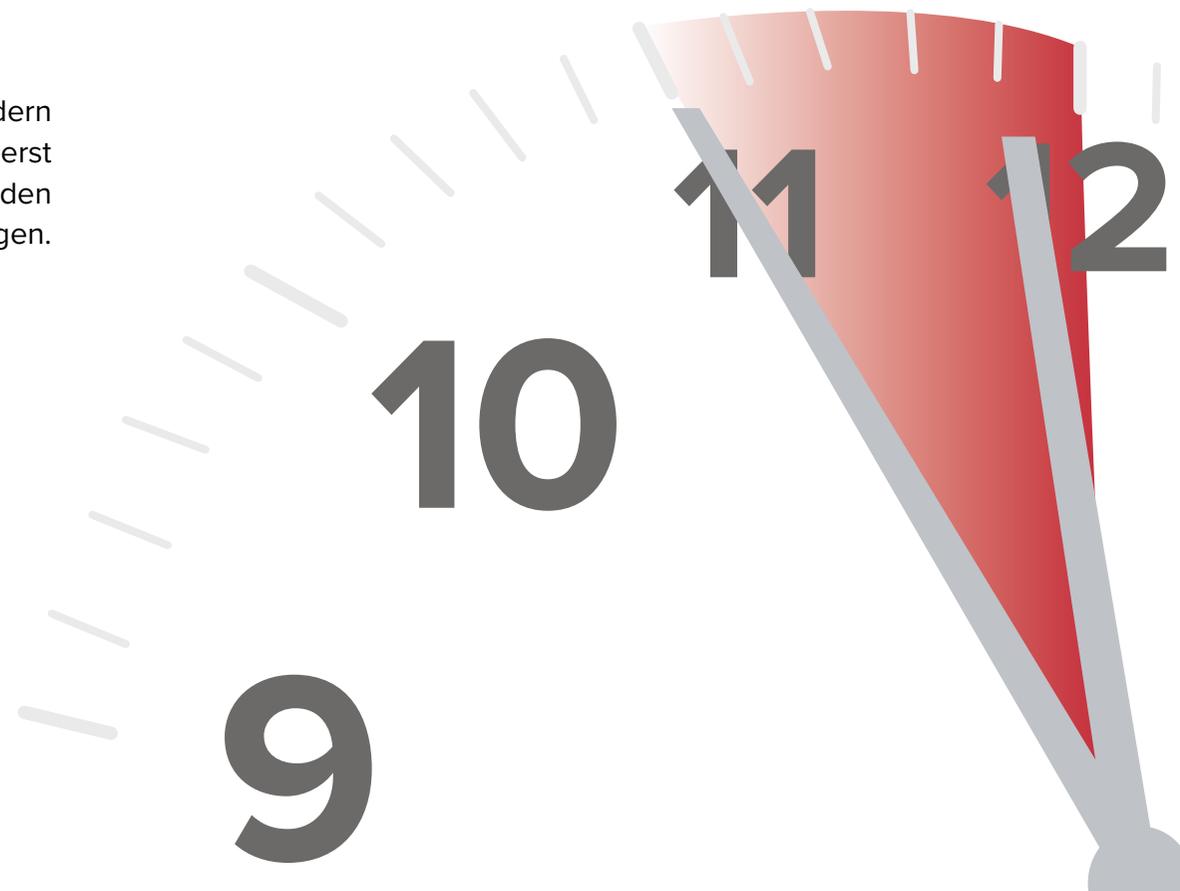
Lösung

Machen Sie Ihre Mitarbeiter auf die Probleme aufmerksam. Aber viel wichtiger: Überzeugen Sie sie davon, dass dem Unternehmen schwerwiegende Konsequenzen drohen, falls die Probleme nicht beseitigt werden.

Wenn Sie beispielsweise aufgrund veralteter Produktionsverfahren von der Konkurrenz überholt werden und Umsätze verlieren, wirkt sich das auch auf Ihre Belegschaft aus:

Ihr drohen Gehaltseinbußen und Kündigungen.

Erzeugen Sie daher nicht nur ein Problembewusstsein, sondern auch ein **Dringlichkeitsgefühl und Veränderungsdruck**. Denn erst dann sind Ihre Mitarbeiter motiviert genug, die bevorstehenden Mühen in Kauf zu nehmen und unter Umständen Opfer zu bringen.





Fähige Führungspersönlichkeiten helfen anderen dabei, die Notwendigkeit des Wandels zu verstehen und die gemeinsame Vision des gewünschten Ausgangs zu akzeptieren.

— John P. Kotter , INTERVIEW

Fehler #4

Fehlende oder unklare Vision

Ihre Vision: Das ist das übergeordnete Ziel, auf das alle Neuerungen innerhalb des Unternehmens ausgerichtet sind. Sei es in der Produktion, in der Personalabteilung oder im Qualitätsmanagement.

Sie wundern sich, warum Ihre Mitarbeiter nicht genauso begeistert sind von den anstehenden Veränderungen wie Sie?

Womöglich liegt es daran, dass Ihre Vision nicht bei Ihrer Belegschaft angekommen ist. Entweder, weil Sie sich zu kompliziert ausgedrückt haben oder Ihre Pläne für die Zukunft nicht konkret genug sind.

Wenn Sie die **Kraft der Vision** unterschätzen, riskieren Sie, dass Ihrem Change-Prozess auf halber Strecke die Luft ausgeht. Denn sobald die ersten Teilerfolge durch Ihre Neuerungen erzielt und die schlimmsten Probleme beseitigt wurden, geht bei vielen Mitarbeitern die Motivation verloren.

#4

Lösung

Verzichten Sie auf lange Monologe, komplexe Formulierungen und schwierige Fachtermini. Reduzieren Sie Ihre wesentlichen Aussagen stattdessen auf wenige Sätze und vergessen Sie dabei nicht:

Sie möchten Ihre Mitarbeiter überzeugen und mitreißen, nicht bloß informieren. Eine **emotional geladene Ansprache** ist daher unverzichtbar!

Doch ein Publikum mit reinen Worten emotional zu berühren, ist leichter gesagt als getan.

Ein **Video** bietet hier die nötige Abhilfe: Mit einem Video können Sie Ihrer Belegschaft bildlich zeigen, von welchen Vorteilen sie profitiert, sobald der Change erfolgreich beendet wurde.

Kreieren Sie eine kleine **Geschichte**, in der der Protagonist unter den realen Problemen leidet, diese beseitigt und anschließend seine "Belohnung" genießt. Das erzeugt Empathie und verankert Ihre Zukunftsvision in den Köpfen Ihrer Mitarbeiter!



ZUKUNFT



Um einen tiefgreifenden Wandel herbeizuführen, reicht es nicht aus, sich auf einen Anführer mit Charisma zu verlassen.

Man braucht eine Gruppe, ein Team, um den Change voranzutreiben.

Eine einzelne Person, sei sie noch so charismatisch, ist nie stark genug, um das alles möglich zu machen.

– John P. Kotter , LEADING CHANGE

Fehler #5

Führungsriege zieht nicht gemeinsam an einem Strang

Sie haben das Gefühl, dass nicht alle Manager, Geschäftsführer oder Abteilungsleiter von der Notwendigkeit der Veränderungen überzeugt sind? Oder kommt es innerhalb der Führungsmannschaft immer wieder zu Streitigkeiten, wenn die geplanten Veränderungen diskutiert werden?

Das sollten Sie schnellstmöglich ändern!

Denn laut des Change-Management-Experten Kotter zählt eine uneinige Führungscoalition zu den schlimmsten Dingen, die Ihnen vor und während eines Innovationsprozesses begegnen können.

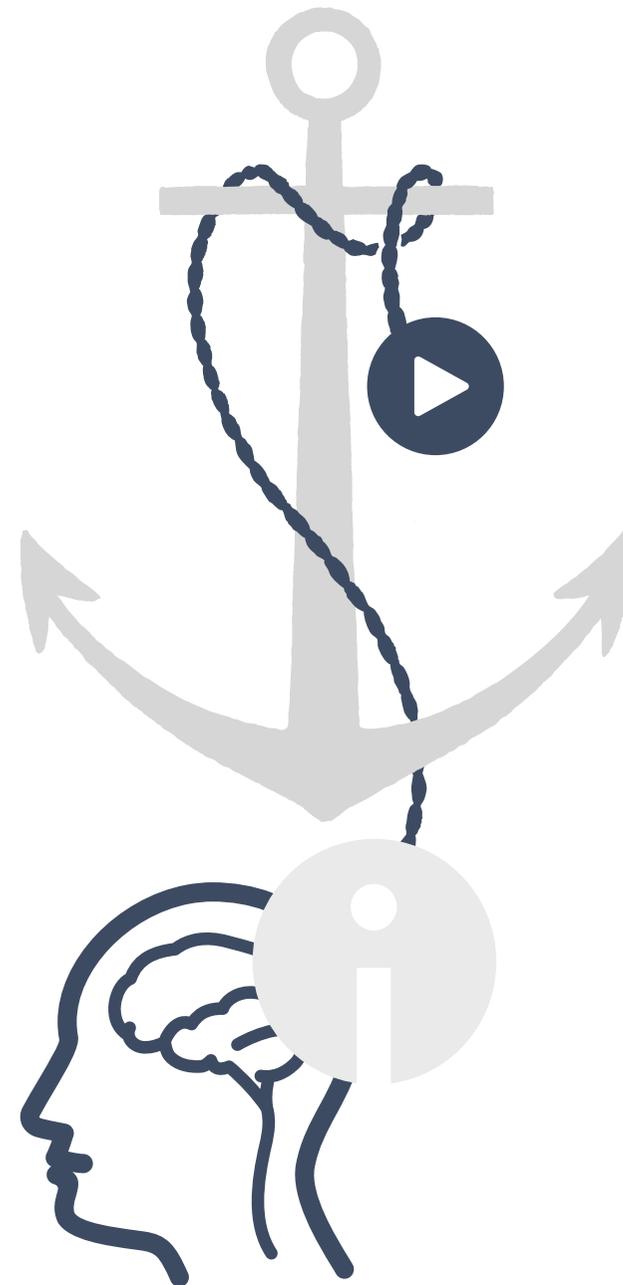
Die Folge: Verunsicherte und unmotivierte Mitarbeiter, die nicht an den Nutzen und Erfolg Ihres Unternehmens glauben und das **Vertrauen in Ihr Management** verlieren.



Lösung

Finden Sie durch eine Umfrage oder Einzelgespräche heraus, warum manche Ihrer Kollegen am Change zweifeln, und versuchen Sie, die Vorbehalte mit guten Argumenten aus der Welt zu schaffen.

Denn nur ein Führungsteam, das geschlossen hinter der Sache steht und nach außen hin **Einigkeit** präsentiert, kann die Belegschaft gleichermaßen von der Notwendigkeit des Change überzeugen, durch den Prozess führen und die Innovationen langfristig in den Köpfen verankern.



Fehler #6

Change mit Druck durchsetzen — statt mit Überzeugungskraft

Wem es missglückt ist, Verständnis und Akzeptanz für den Change zu schaffen, dem begegnen **Ablehnung, Stagnation & Widerstand**. Die Belegschaft verweigert sich den Innovationen und hält vehement am **Status quo** fest.

Doch jetzt Autorität und Macht zu demonstrieren und die Neuerungen “durchzuboxen”, ist der falsche Ansatz. Denn so verstärken Sie den **negativen Stress** und schädigen das Vertrauen Ihrer Mitarbeiter in Sie.



*Unterschätzen Sie nie das Ausmaß, in dem
Druck und Zwänge den herrschenden
Status quo zementieren.*

— John P. Kotter , LEADING CHANGE

#6

Lösung

Stellen Sie bereits im Vorfeld Ihres Changes sicher, dass alle die geplanten Veränderungen erfahren, verstanden und akzeptiert haben.

Wenn Sie bereits mitten im Change-Prozess stecken, hilft nur die Flucht nach vorn: Suchen Sie das Gespräch mit Ihrer Belegschaft, klären Sie sie bestmöglich über die Neuerungen auf und versuchen Sie sie, von der **Notwendigkeit Ihres Vorhabens** zu überzeugen.

Für beide Fälle gilt: Größere Veranstaltungen, interne Kampagnen oder Meetings bieten Ihnen die optimale Bühne, den Change und Ihre Motivation dahinter zu erläutern.

Wenn Sie den Zeitaufwand scheuen, greifen Sie auf ein überzeugendes und gut durchdachtes Video zurück.
Denn dieses nimmt Ihnen nicht nur die Arbeit des Erklärens ab, sondern spricht Ihre Mitarbeiter dank effektiven Storytellings auch auf emotionaler Ebene an.





*Das zentrale Problem sind weder die Strategie,
Struktur, Kultur noch irgendwelche Systeme,
sondern vielmehr die Beeinflussung
menschlichen Verhaltens.*

— John P. Kotter,

The Heart of Change: Real-Life Stories of How People Change Their Organizations

Fehler #7

Nur die “harten Fakten” im Blick haben

Eines ist bis hierhin sicherlich deutlich geworden: Jeder Change hat auch eine psychologische Seite. Immerhin sind es Menschen und keine Maschinen, die von Ihren Innovationsplänen betroffen sind und diese umsetzen sollen.

Sich da nur auf die “harten Fakten” wie die nüchterne Planung und Umsetzung der einzelnen Arbeitsschritte zu konzentrieren, wäre fatal. Sollte sich Ihre Belegschaft mit ihren Sorgen und Bedenken vor und während des Prozesses ignoriert, ausgeschlossen oder übergangen fühlen, ist Ihr Change zum Scheitern verurteilt. Denn Ihre Mitarbeiter werden sich den Neuerungen verweigern, sie sabotieren und schlimmstenfalls kündigen.



Lösung

Schließen Sie Ihre Mitarbeiter bereits in der Planungsphase mit ein und geben Sie ihnen das Gefühl, ein wichtiger Teil Ihres Unternehmens zu sein. Bieten Sie ihnen auch die Möglichkeit, Vorschläge, Bedenken und Einwände zu äußern.

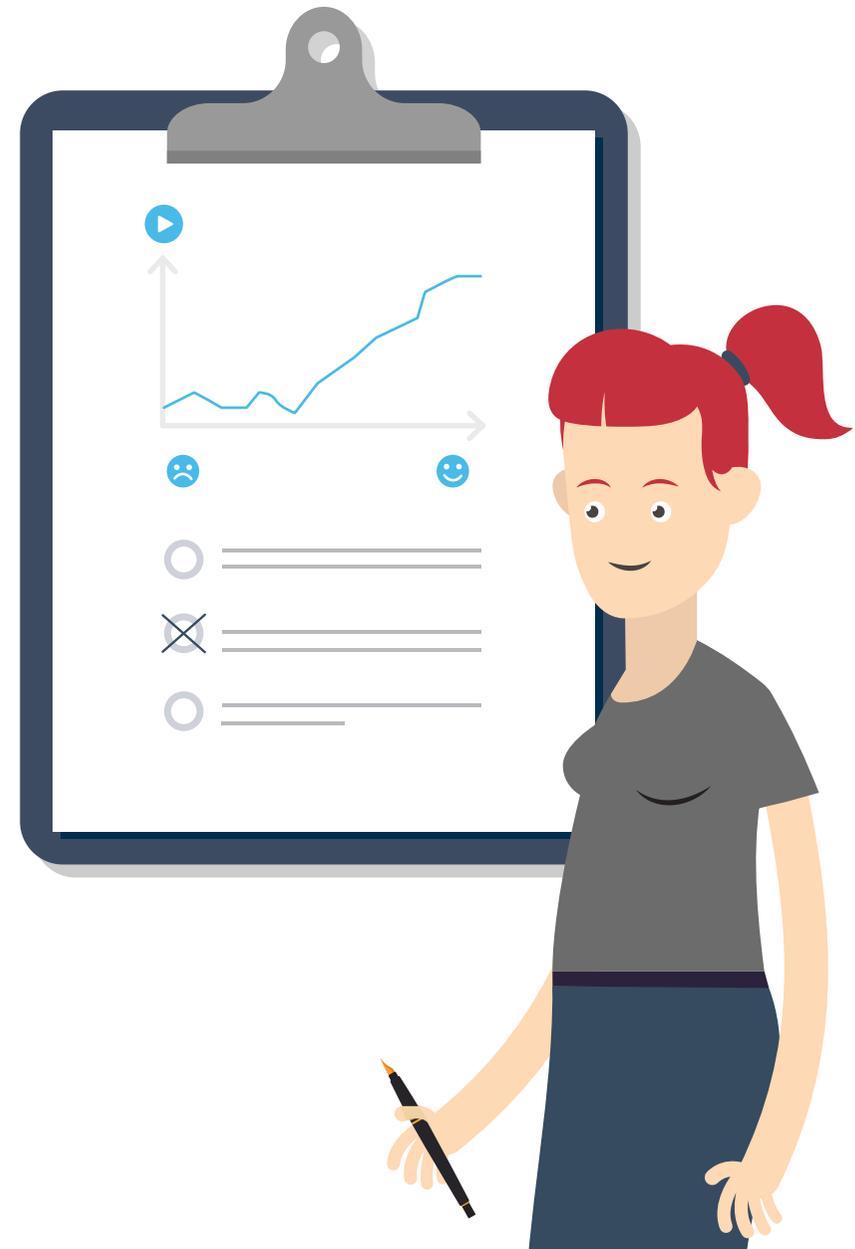
So zeigen Sie, dass Sie Ihre Belegschaft respektieren und wertschätzen. Das stärkt nicht nur das Vertrauen in Sie, sondern verwandelt Zweifler und Verweigerer auch in loyale Unterstützer Ihres Change.

Auch während des Innovationsprozesses sollten Sie immer wieder prüfen, welche Stimmung in der Belegschaft herrscht.

Machen negative Gerüchte die Runde? Oder lässt die Motivation, den Change bis zum Ende "durchzustehen", gerade nach?

Nutzen Sie dazu am besten eine individuelle Online-Umfrage, die sich mittels Tools wie SurveyMonkey, SurveyGizmo oder Poll Everywhere schnell und einfach erstellen lässt.

Der Vorteil gegenüber persönlichen Gesprächen? Sie sparen Zeit und erhalten garantiert ehrliche Antworten, wenn Sie Ihre Mitarbeiter anonym an der Umfrage teilnehmen lassen.





Tief greifender Wandel braucht seine Zeit. [...]

*Enthusiastische Befürworter halten häufig durch,
egal, was auch passiert.*

*Die meisten anderen wollen allerdings
überzeugende Beweise dafür sehen, dass sich
die ganzen Bemühungen auch auszahlen.*

– John P. Kotter , LEADING CHANGE

Fehler #8

Auf Milestones verzichten

Viele Innovationsbemühungen ziehen sich über mehrere Jahre hin: Erst müssen die Neuerungen geplant, danach umgesetzt und anschließend in den Köpfen aller Beteiligten verankert werden.

Natürlich haben Sie dabei immer das endgültige Ziel vor Augen. Doch Milestones – also kleine Etappenziele, die sich bereits in der Umsetzungsphase erreichen lassen – sind genauso wichtig.

Wer auf sie verzichtet, riskiert, dass die Motivation der Mitarbeiter verloren geht und der Change-Prozess zum Stillstand kommt. Zudem kann sich Ihre Belegschaft überfordert fühlen, wenn sich all ihre Bemühungen nur auf das große “Endziel” in weiter Ferne konzentrieren.



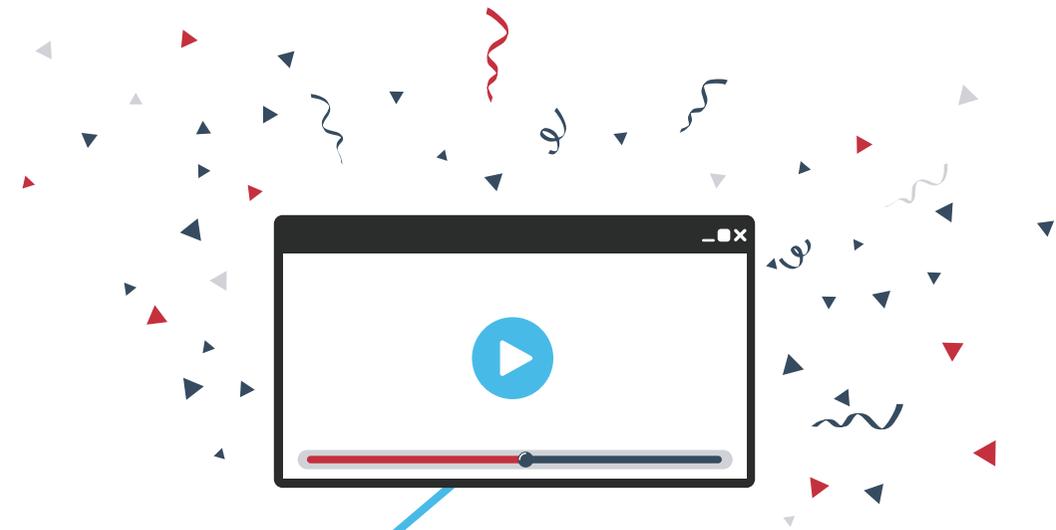
Lösung

Setzen Sie Zwischenziele, mit denen Sie Ihre Mitarbeiter weder unter- noch überfordern: **Milestones**, die sich zu schnell und zu einfach erreichen lassen sind genauso demotivierend wie solche, die zu hochgesteckt sind und zuviel Zeit kosten.

Verleihen Sie Ihrer Belegschaft mit kurzfristigen Erfolgen neue Energie, aber nutzen Sie sie auch, um die Wirksamkeit und den Nutzen Ihrer Innovationen zu belegen.

Sie haben bereits mehrere Milestones erfolgreich gemeistert?

Dann verpacken Sie sie doch in ein charmantes Video, das Sie allen Mitarbeitern und Stakeholdern zukommen lassen. Das motiviert nicht nur und unterstreicht den Erfolg Ihres Change-Prozesses, sondern stärkt auch das **Gemeinschaftsgefühl** — oder erzeugt einen belebenden Konkurrenzdruck zwischen Abteilungen.





Man lässt sich leicht ablenken, nachdem das erste Etappenziel erreicht oder ein unvorhergesehenes Problem bewältigt wurde.

Doch wer glaubt, der Wandel sei bereits vollendet, hält sich selbst zum Narren.

– John P. Kotter,

Successful Organizational Change: The Kotter-Cohen Collection

Fehler #9

Zu früh den Sieg erklären

Keine Frage, Milestones haben viele Vorteile. Aber sie bergen auch Risiken. Denn manch einer lässt sich bereits nach den ersten Erfolgen und Leistungssteigerungen dazu verführen, den “Sieg” und das Ende des Change-Prozesses zu verkünden.

Das mag Sie anfangs begeistern: Immerhin sparen Sie Zeit und Geld ein und kehren früher als gedacht zum *business as usual* zurück.

Doch die Freude währt nicht lange: Haben sich Ihre Neuerungen noch nicht **bei allen Mitarbeitern vollständig durchgesetzt** und eingepreßt, besteht die Gefahr, dass sich **alte Muster** wieder einschleichen.

Und einige Monate später befinden Sie sich erneut an dem Punkt, an dem Sie am Anfang standen.



Lösung

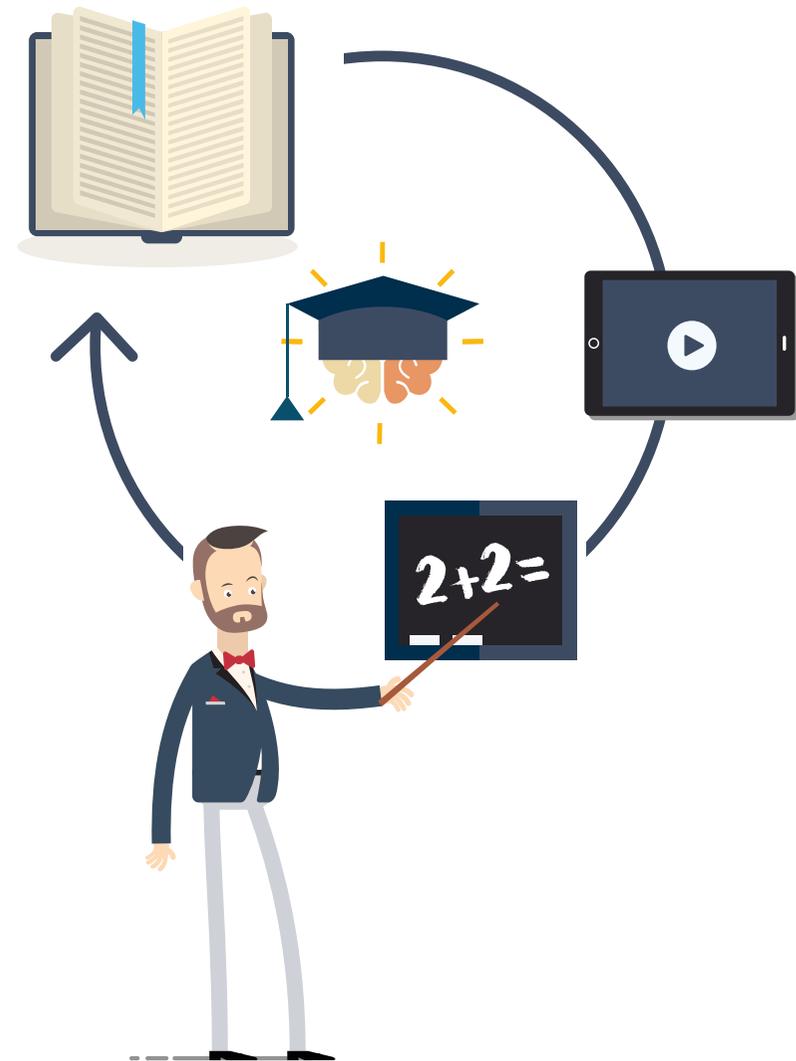
Planen Sie lieber zuviel als zu wenig Zeit für die Um- und Eingewöhnung der neuen Prozesse und Arbeitsschritte ein und lassen Sie sich nicht von kurzfristigen Erfolgen verführen.

Auch wenn es von außen so scheint, als seien die Neuerungen bereits etabliert — die Bequemlichkeit des Menschen und sein Hang, lieber den leichten als den beschwerlichen Weg zu nehmen, sind größer als Sie glauben!

Setzen Sie auf **regelmäßige Schulungen** und kombinieren Sie **verschiedene Unterrichtsformen** miteinander.

Ergänzen Sie den typischen Frontalunterricht beispielsweise durch ein Erklärvideo, in dem der zuvor vermittelte Lernstoff nochmals in bewegten Bildern dargestellt wird. Eine aktuelle Studie ergab, dass komplexe Inhalte so von Schülern besser verstanden werden und länger im Gedächtnis bleiben [5].

Ein weitere Vorteil von Videos: Ihre Mitarbeiter können sich die Schulungsvideos **immer wieder anschauen** und so ihre Kenntnisse auffrischen!





Führung bedeutet, eine Gruppe von Menschen dazu zu bringen, den Schritt in eine bessere Zukunft zu wagen.

— John P. Kotter,

Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World

Fehler #10

Change aus den falschen Gründen

Es versteht sich eigentlich von selbst: Von den Veränderungen sollte stets das Unternehmen profitieren – und nicht derjenige, der sie in Auftrag gibt [6].

Wer mit seinen Innovationsbemühungen die eigene Karriere vorantreiben möchte und sich mehr Macht oder ein höheres Gehalt erhofft, setzt vieles aufs Spiel.

Sie mögen zwar mit der Einführung der neuesten, aber eigentlich unnötigen Bestell-Software Ihrem Chef imponieren. Doch gleichzeitig verschwenden Sie Geld und Ressourcen, die für andere Dinge dringender benötigt werden.

Womöglich führen die veränderten Verfahren sogar zu schlechteren Resultaten. Die alten Qualitätsstandards können nicht mehr gehalten werden, die Kunden sind unzufrieden und die Umsätze brechen ein.

Spätestens dann stellt sich bei der Belegschaft Frust ein, sie verliert die Motivation und wandert schließlich ab.

Kein schönes Szenario.

#10

Lösung

Seien Sie ehrlich zu sich: Profitiert das Unternehmen tatsächlich von den Veränderungen, die Sie vornehmen möchten? Oder sind Sie am Ende der einzige Gewinner?

Womöglich reicht es aus, die geplanten Innovationsbemühungen nochmals zu überarbeiten und die Um- oder Zielsetzung zu verändern. Vielleicht ist es auch eine andere Abteilung, die den Change nötiger hat.

Wenn Sie aber keinen triftigen Anlass für einen Change finden, können wir Ihnen nur eines raten:

Lassen Sie lieber alles beim Alten.



Fazit: Jeder Change ist schwer — aber machbar!

Die Furcht vor dem vielbeschworenen Change ist nicht unbegründet. Denn mit den unzähligen Faktoren, die den Verlauf tiefgreifender Veränderungen beeinflussen, gehen auch **viele Stolpersteine und Problemquellen** einher.

Wenn Sie noch nie einen Veränderungsprozess durchgeführt haben, sollte daher unbedingt einen erfahrenen Change-Manager zu Rate ziehen — oder das Change-Management gleich ganz in dessen Hände legen.

Verlieren Sie dabei nie die drei “Grundpfeiler” eines jeden gelungenen Changes aus den Augen:



Ein wirksames Instrument, mit dessen Hilfe Sie Ihre Neuerungen zu einem glücklichen Ende bringen, ist das Video.

Mit einem gut durchdachten Video lösen Sie die drei “Grundprobleme” auf einen Schlag: Sie erreichen die maximale Reichweite für Ihre Bekanntgabe, erzeugen das bestmögliche Verständnis der bevorstehenden Neuerungen und sichern sich die Akzeptanz Ihrer Belegschaft.

Denn mit einem EVideo informieren Sie Ihre Mitarbeiter nicht nur, sondern sprechen Sie auch auf emotionaler Ebene an.

Ein wichtiger Aspekt im Change-Management, wo die Gefühle und Befindlichkeiten der Menschen meist eine größere Rolle spielen als erwartet.

Quellen:

- [1] N. Leffers, R. Wreschniok, S. Morgner: „Der ganz normale Change-Wahnsinn: ...und wie man trotzdem etwas verändern kann“. Murmann Publishers GmbH, 2016
- [2] https://www.burda-forward.de/uploads/tx_mjstudien/BF_VideoEffects_2016.pdf?PHPSESSID=6bf931544654c7899f2e6483c40b85dc
- [3] <https://www.salesforce.com/blog/2015/10/tips-using-video-email-marketing.html>
- [4] <https://www.getresponse.com/about/press-center/releases/01-12-2009.html>
- [5] K. Dalacosta, M. Kamariotaki-Paparrigopoulou, J.A. Palyvos, N. Spyrellis: „Multimedia application with animated cartoons for teaching science in elementary education“. In: Computers & Education. Bd. 52, Ausg. 4, Mai 2009, S. 741-748.
- [6] <http://www.computerwoche.de/a/der-normale-change-wahnsinn,3256028>

Sie möchten Ihren nächsten Change durch ein Video ergänzen?

Dann sprechen Sie uns einfach an!



„Wir haben bereits Change-Prozesse in Unternehmen wie Merck und BMW mit Erklärvideos unterstützt. Gerne beraten wir Sie zu Ihrem Anwendungsfall und analysieren gemeinsam, ob wir den Erfolg Ihres Change-Prozesses mit Hilfe von Videos erhöhen können.“

Igor Moos

Explainer Consultant

☎ +49 6151 49320 39
+49 151 16262924

✉ i.moos@videoboost.de

🌐 www.videoboost.de

Jetzt kostenlose Beratung anfordern!