

So eliminieren Sie die drei häufigsten Change-Killer

Es gibt zahlreiche Dinge, die Veränderungen in KMUs erschweren oder gar verhindern – wahre «Change-Killer». Ich zeige Ihnen die drei häufigsten Veränderungs-Killer – und wie Sie diese wirksam eliminieren. So können Sie die erfolgreiche Zukunft Ihres Unternehmens sichern und gestalten!

DER AUTOR



Raphael Ledergerber ist Betriebsökonom FH und hat über 20 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in den Bereichen Strategie, Innovation, Change-Management, Marketing, Verkauf sowie Produkt- und Preismanagement. Unter anderem war er Business-Unit-Leiter beim IT-Distributor Also und baute in dieser Funktion einen neuen Geschäftsbereich für Services auf. Heute ist er Inhaber von Ledergerber & Partner sowie Verwaltungsrat und Beirat verschiedener KMUs und Organisationen. Er unterstützt als Sparringspartner, Projektleiter oder Berater Firmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien. Zu seinen Kunden gehören unter anderem IT-Fachhändler, IT-Dienstleister, Systemintegratoren und Softwarehersteller.

www.ledergerber-partner.ch

Raphael Ledergerber schreibt in seiner Serie im «IT-Markt» über betriebswirtschaftliche Themen.



Den vollständigen Artikel finden Sie online www.it-markt.ch

Nach über 20 Jahren im Change-Management sind mir drei Verhaltensweisen in Unternehmen immer wieder begegnet. Diese Verhaltensweisen erlebe ich gänzlich unabhängig von der Branche oder der Unternehmensgrösse.

1. Neues ist Unbekanntes, das man eben nicht so mag

Auf zu neuen Ufern, obwohl es eigentlich (noch) immer ganz gut läuft? Neues bringt bekanntlich immer auch Unbekanntes mit sich. Wer mag das schon? Deshalb ist die Mehrheit der Menschen, Ihre Mitarbeitenden und wohl auch Sie, nicht so offen für Neues, wie man sich es gerne einbildet. (Mehr dazu lesen Sie in der «IT-Markt»-Ausgabe 09/2017.)

Lösung: Die Veränderungen müssen zuerst in der Führung selbst beginnen. Die Erfahrung zeigt, dass jedes zweite Unternehmen noch immer ein traditionelles Führungsverständnis hat, eine hierarchische, von oben diktierte Struktur. Aber immer mehr Unternehmen packen die Themen an und arbeiten an ihrer Vision, Mission, an ihren Werten und Führungsgrundsätzen.

2. Ihre Komfortzone – die verlockende Falle

Sie kennen das: Lieber erst einmal (nur) nachdenken – handeln können wir dann später noch immer. Uns geht es, über alles gesehen, gut bis sehr gut. Sie und Ihre Mitarbeitenden haben es sich in Ihrem Unternehmen gemütlich eingerichtet. Warum auch nicht, denken die meisten. Wer mag schon ohne Zwang seine Komfortzone verlassen? Meiner Erfahrung nach ist dies nur eine klare Minderheit der Menschen. Und dann wissen ja auch alle, dass der Anfang ohnehin unangenehm und beschwerlich wird.

Lösung: Gerade weil Sie einen beschwerlichen Anfang befürchten, fokussieren Sie ein, zwei wichtige Massnahmen, die Sie zum Verlassen der Komfortzone zwingen! Verpflichten Sie sich beispielsweise gegenüber Ihrem Verwaltungsrat oder Ihren Geschäftsleitungskollegen noch heute zu ein, zwei wichtigen Massnahmen, die schon längst angepackt hätten werden müssen. Verpflichten Sie sich, indem Sie diese Massnahmen bewusst schriftlich festhalten. Damit erhalten Sie sukzessive eine echte Ge-

winnermentalität! (Mehr dazu lesen Sie in der «IT-Markt»-Ausgabe 05/2018.)

3. Das Warum, ohne das nichts geht

Strategische Veränderungen betreffen immer alle Mitarbeitenden und oft auch noch weitere Anspruchsgruppen. Aber wie oft sehen Sie selbst, dass die Wichtigkeit und die Dringlichkeit der Veränderung gar nicht so klar sind. Dabei ist genau dies das Entscheidende.

Lösung: Darum beginnt jeder Change-Prozess in Unternehmen damit, das Bewusstsein für Wichtigkeit und Dringlichkeit der Veränderung zu vermitteln. Argumentieren Sie auf der Kopf- wie auch der Gefühlsebene! Appellieren Sie an den Verstand und ebenso an die Emotionen. Entwickeln Sie dazu eine inspirierende, anziehende Vision und eine sinnstiftende, klare Mission für Ihr Unternehmen. Bei unseren Kunden erarbeite ich dies gemeinsam mit den Mitarbeitenden, die wir gezielt einbinden und zu Beteiligten machen. Hierbei stehen die zwei sehr anspruchsvollen Fragen im Zentrum: Wohin wollen Sie in den nächsten Jahren mit Ihrem Unternehmen? Und: Warum gibt es Ihr Unternehmen überhaupt, was ist der Zweck Ihres Unternehmens?

Fazit

Veränderungen sind allgegenwärtig – immer und überall, ob wir wollen oder nicht. Nur bilden wir uns ein, dass wir Veränderungen von uns abwenden können. Trotzdem holt sie uns nach einer gewissen Zeit des Verdrängens wieder ein. Und dann oft umso stärker! Darum ist es gar keine Option, nicht mit der Zeit zu gehen.

Veränderungen bereiten Freude, wenn man sie selbst proaktiv gestaltet. Denn sie bringen Fortschritt und Erfolg. Stecken Sie damit Ihre Mitarbeitenden an! Und beginnen Sie mit den strategischen Veränderungen gleich jetzt – denn Sie werden für Ihre Unternehmensentwicklung vor allem drei Dinge brauchen: fundierte Erfahrung in Veränderungsprozessen, systematisches Vorgehen und ausreichend Zeit.

Wie erleben Sie die strategische Veränderung in Ihrem Unternehmen? Was funktioniert gut? Welche Change-Killer haben Sie noch immer?