

Best Practice – 8 Change Management Erfolgsfaktoren für KMU

1. Schnelle Erfolge zulassen

Stetige Erfolgserlebnisse schaffen Rückhalt für die weiteren Schritte. Lieber Zwischenschritte anpeilen als das grosse Ganze.

2. Kritiker und Kritikerinnen onboarden

Einwände sind Chancen, wichtige Details nicht zu übersehen. Kritisch eingestellte Personen verteidigen jeweils Bewährtes, dementsprechend gilt es, diese als Erste von Neuem zu überzeugen.

3. Unternehmenskultur Teil des Changes

Der Veränderungsprozess und das zu Verändernde zu etablieren, bedingt auch die Anpassung der Unternehmenskultur.

4. Change bedingt Ressourcen

Veränderungen bedeuten Zeit. Bei den Ressourcen ist es insbesondere auch wichtig, dass sich das Management genügend Zeit für die Begleitung seiner Mitarbeitenden nimmt. Dazu benötigt es für Veränderungen auch finanzielle und personelle Ressourcen.

5. Widerstand zulassen

Eine Veränderung mit dem Brecheisen durchzuboxen, ist nicht nachhaltig. Widerstand während des Veränderungsprozesses ist auch eine Chance, das Erreichte zu reflektieren und allfällige neue Wege einzuschlagen.

6. Verlierer zu Gewinnern machen

Bei jeder Veränderung gibt es Verliererinnen und Verlierer. Neben dem WHY (warum die Veränderung gemacht werden muss) ist es insbesondere auch wichtig, jenen, die in diesem Prozess etwas verlieren werden, die Mehrwerte der Veränderung aufzuzeigen (bspw. Job Enrichment, Prozessoptimierungen, Zeitersparnisse, Effizienzsteigerungen).

7. Offene, transparente Kommunikation

Gehört heisst nicht automatisch verstanden und verstanden heisst nicht automatisch akzeptiert. Ein klarer, zeitnaher und transparenter Informationsfluss über Ziele, Status, Erfolge und Herausforderungen ist unabdingbar. Und falls per Mail, kurze Häppchen statt Romane. Ausserdem: Menschen lieben diesbezüglich weiterhin die klassische, persönliche Übermittlung.

8. Kernteam definieren

Change ist keine «single show». Das Etablieren eines Kernteams ist ein wichtiger Schlüssel für die erfolgreiche Umsetzung einer Veränderung. Deren Aufgabe ist es, Expertise, Sachverstand, Ressourcen und Interesse ins Change-Projekt einzubringen. Die Kerngruppe sollte einen Querschnitt aus allen Interessengruppen abbilden.