

WANDEL: VERÄNDERUNGSKURVE UND FÜHRUNG

Veränderungsposition	Merkmale	mögliche Kommunikationsmassnahmen zur Erreichung der Position
Wahrnehmung	<ul style="list-style-type: none"> • FK und MA erkennen, dass eine Veränderung unmittelbar bevorsteht • FK und MA können das Projekt und die Rollen der Stakeholder nennen 	<ul style="list-style-type: none"> • Artikel in Unternehmenszeitschrift • Standardpräsentation über das Projekt • Preisverleihung Namenswettbewerb
Verständnis	<ul style="list-style-type: none"> • FK und MA verstehen, dass eine Veränderung kommen wird, sowie ihre Ziele und Notwendigkeit • FK und MA glauben, dass die positiven Auswirkungen größer als die negativen sind, und äußern sich positiv über die Veränderung 	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Ausgaben von Projektbroschüren • Führungskräftebriefe mit Notwendigkeit der Veränderung und Vision • Informationsveranstaltungen, Roadshows
Akzeptanz	<ul style="list-style-type: none"> • FK und MA investieren Zeit, um die Veränderung zu unterstützen • FK und MA äußern Verbundenheit mit den Zielen der Veränderung • FK und MA gewichten langfristige Ziele stärker als kurzfristige 	<ul style="list-style-type: none"> • Change-Agents als Ansprechpartner • Integration der Veränderung in normale Bereichskommunikation • Datenbanken mit Projektergebnissen • Feedbackgruppen
Identifikation	<ul style="list-style-type: none"> • FK und MA identifizieren sich mit der Veränderung • FK und MA sind bereit, (die) Veränderung als normal zu akzeptieren 	<ul style="list-style-type: none"> • (Bereichs-)Leitertreffen • Feedbackmechanismen und Auswertung gemachter Erfahrungen

FK = Führungskräfte
MA = Mitarbeiter