

3. PQM-Dialog: Change Management –
Schlüssel zum Erfolg? 11.05.2012
Emotionen in Veränderungsprozessen
Uwe Sachs - Managing Partner

next
level_{EMOTION}



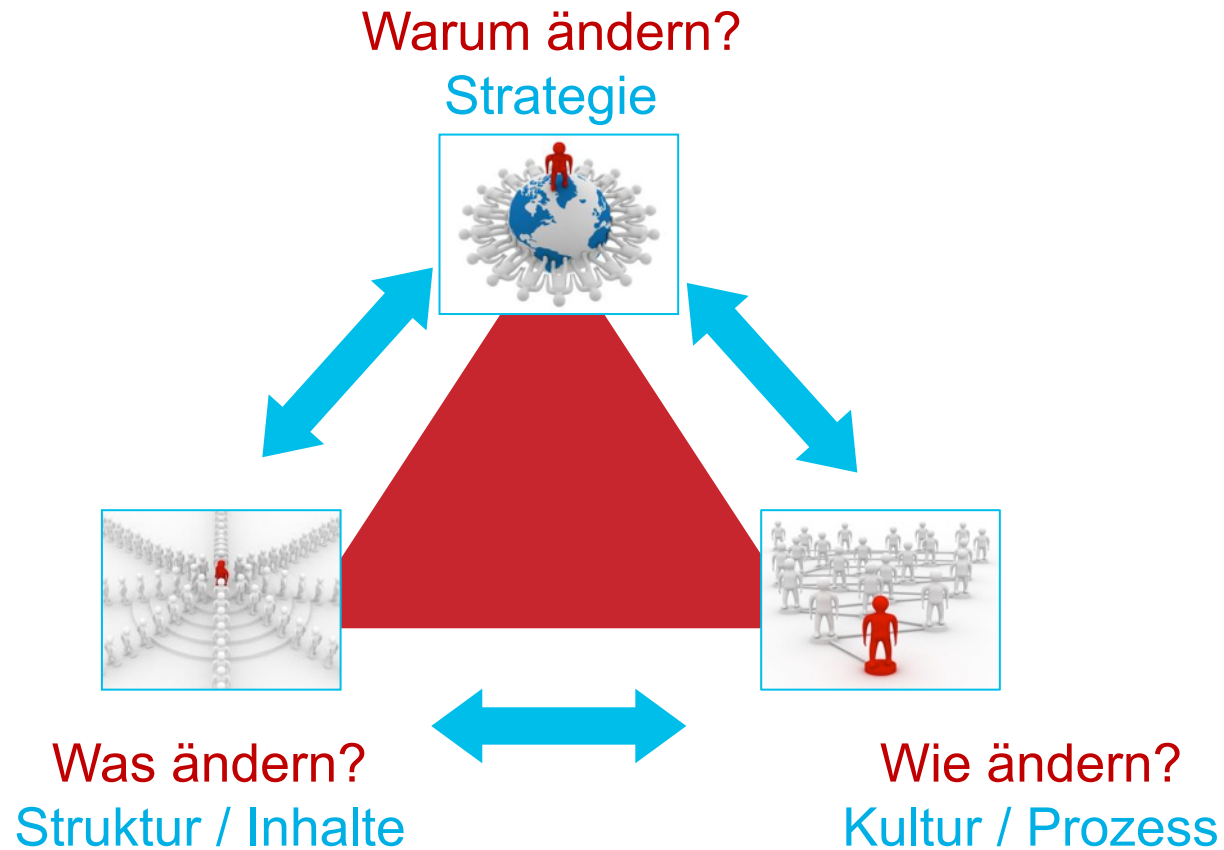
next
level_{EMOTION}

MERKMALE VON VERÄNDERUNGSPROZESSEN

- Leidensdruck
- rational (meistens) erklärbar – emotional nicht nachvollziehbar
- Widerstand oder Gleichgültigkeit
- innere Kündigung
- Euphorie – übersteigerte Erwartungen
- Frustration
- hoher Zeitdruck
- Innenorientierung – Kunde wird zum Nebenschauplatz



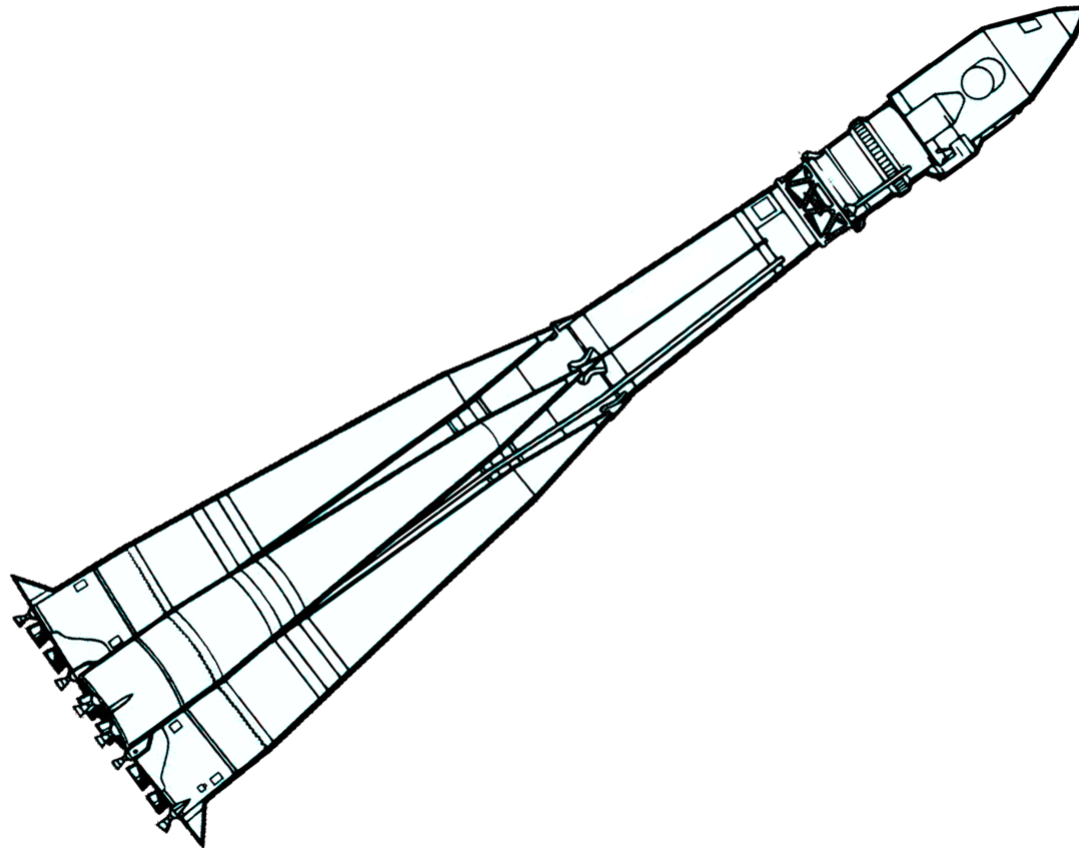
DRAMA DREIECK IN VERÄNDERUNGSPROZESSEN



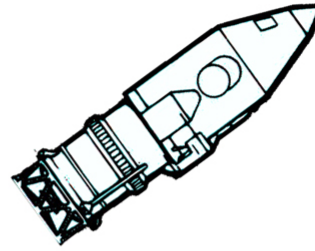
$$E = Q \times A$$



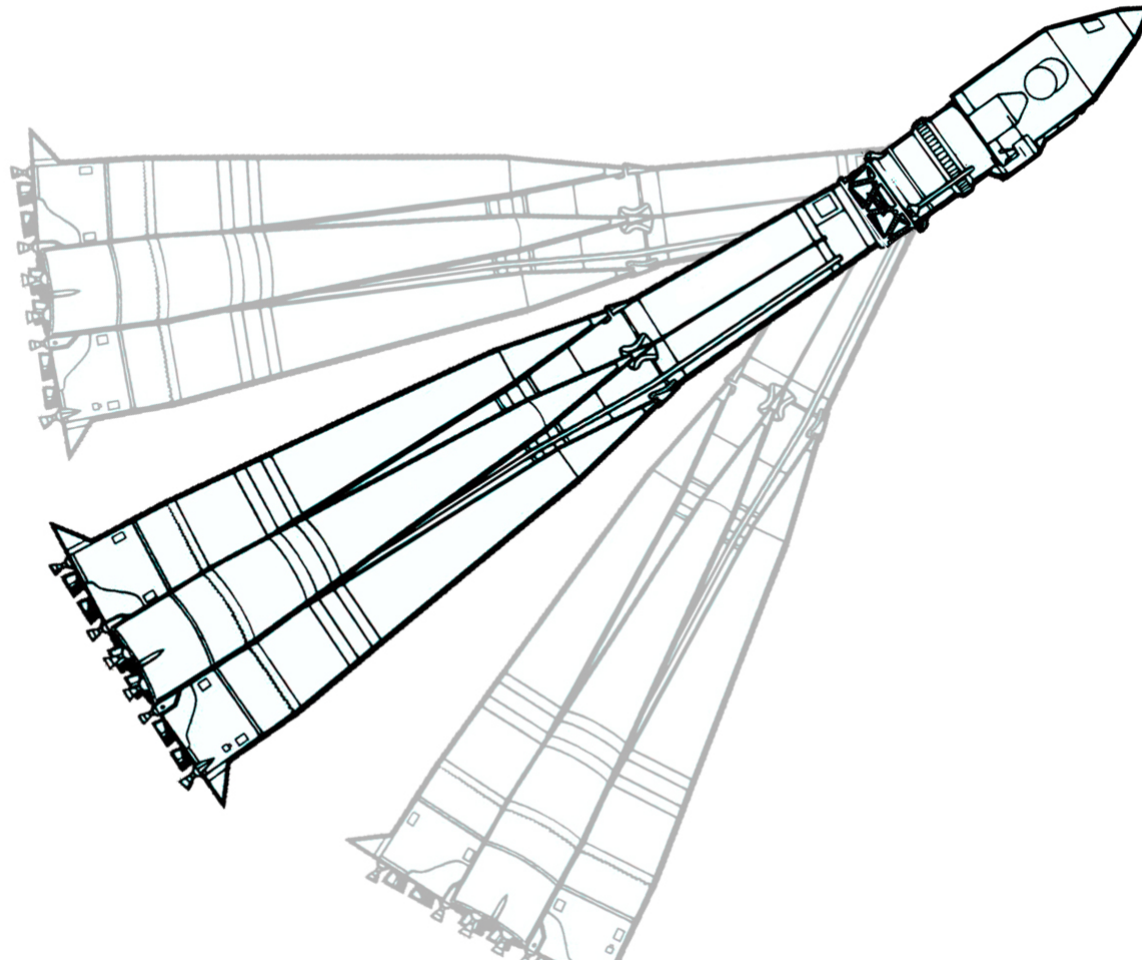




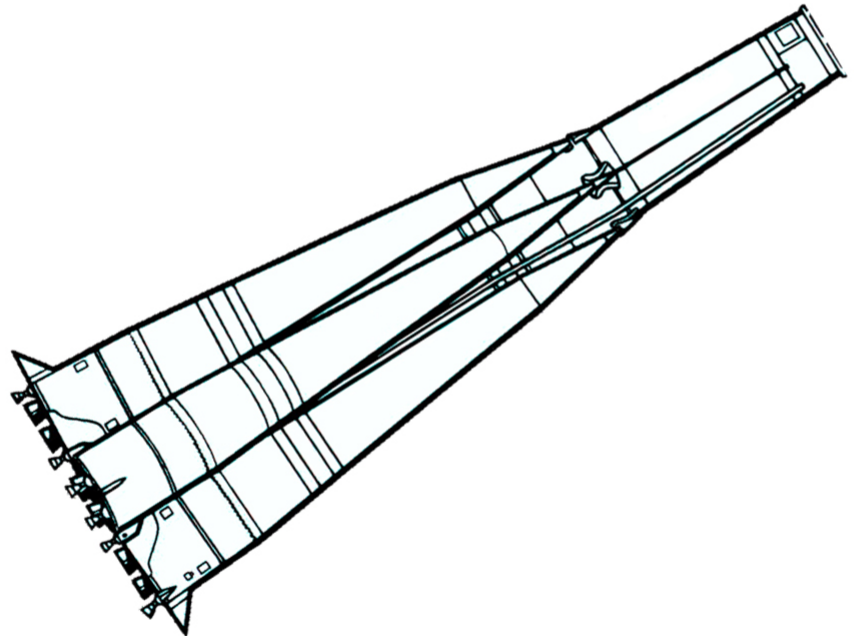
next
level_{EMOTION}



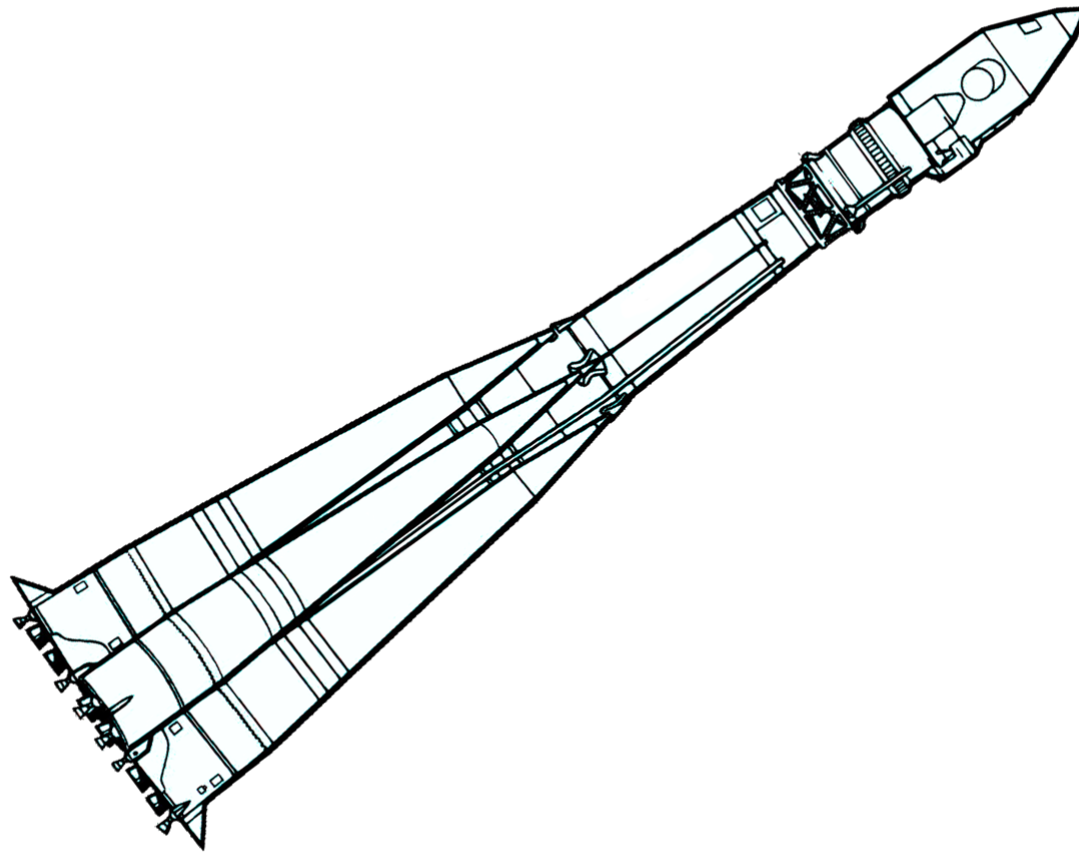
next
level_{EMOTION}



next
level_{EMOTION}



next
level_{EMOTION}



next
level_{EMOTION}



next
level EMOTION

SOZIALES SYSTEM UND VERÄNDERUNGSPROZESSE

- Soziale Systeme sind zu komplex, um genau vorausberechenbar zu sein $Y \neq f(x)$.
- Gerät ein Teil des Systems in Bewegung, können dadurch auch andere Teile in Bewegung geraten (Ausmaß und Richtung dieser Bewegung sind oft überraschend)
- Menschen sind nicht, sondern verhalten sich (in unterschiedlichen Kontexten unterschiedlich)
- Gangbarkeit – statt richtig oder falsch
- Permanente Rückkopplung ist essentiell!



CHANGEMANAGEMENT BEDEUTET



...Veränderungsprozesse auf Unternehmens- und persönlicher Ebene zu

- planen
- initiieren
- realisieren
- reflektieren
- und zu stabilisieren



Es geht darum Verhaltensmuster und Einstellungen,
zielgerichtet mit der Organisationsentwicklung zu synchronisieren.

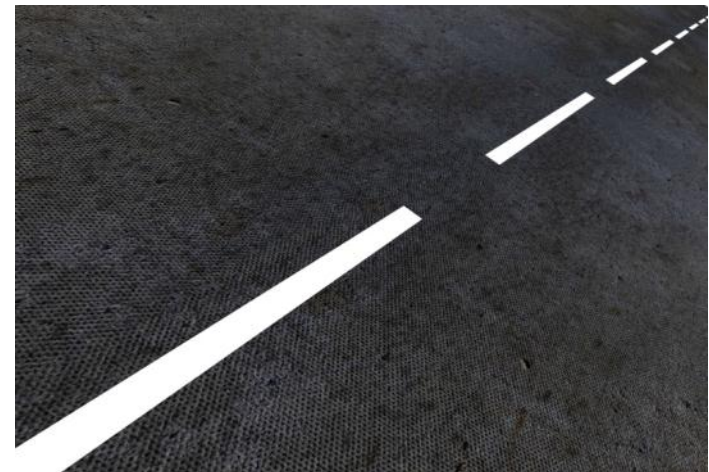
7 THESEN FÜR VERÄNDERUNGSPROZESSE



7

THESE 1

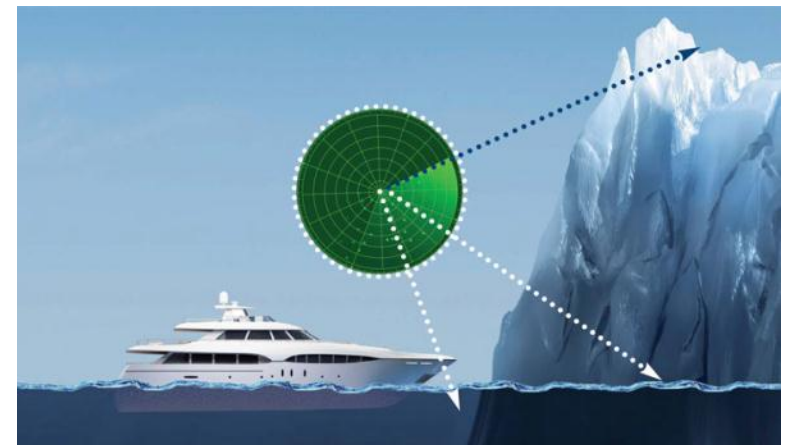
- Menschen suchen nicht Wahrheit sondern Sinn
- Menschen müssen die Veränderungen nicht mögen. Es hilft schon, wenn sie den Sinn dahinter respektieren



THESE 2



- Mitarbeiter brauchen einen klar definierten Rahmen, innerhalb dessen Sie sich organisieren können und dürfen (Organisation, Prozesse, Vorgehen im Projekt)



THESE 3

- Eine Software ist so lange schlecht, bis die Neue angekündigt wird
- „Good old times“ Effekt
- Wertschätzung jener Dinge, die gut funktionieren!



THESE 4

- „Widerstand“ ist ein beliebtes aber problematisches Konzept bei Veränderungen. Es ist lediglich eine subjektive Bewertung eines nicht erwarteten bzw. nicht gewünschten Verhaltens
- Alternative: Menschen haben stets gute Gründe für ihr Verhalten



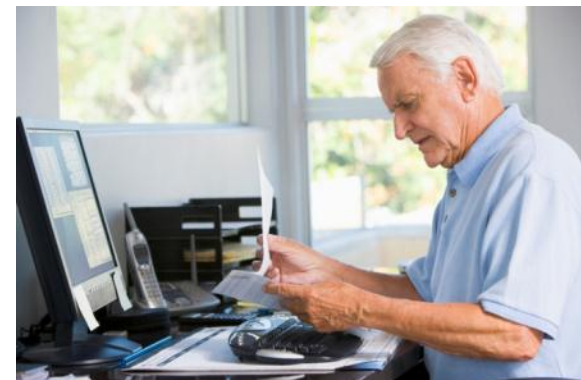
THESE 5

- Es ist ein Irrtum, dass
 - alles Denken, Handeln und Agieren stets auf rein sachlichen und faktischen Grundlagen basiert und daher
 - Emotionen im Geschäftsumfeld nichts verloren haben
 - sondern...
- Emotionen lenken unser Verhalten



THESE 6

- Es wird nie „nur neue IT“ eingeführt, es geht immer auch um Veränderung im Verhalten
- Einmal organisierte Formen haben das Bestreben sich (wieder) zu stabilisieren
- Aber: Menschen haben nichts gegen Veränderung. Sie mögen nur reinen Aktionismus, Verwirrung und Unklarheiten nicht
- Ist die Botschaft angekommen? Haben die Menschen die erforderlich Fähigkeiten?
- Orientierung und Inspiration für neue Zielsetzungen



THESE 7

- Menschen sind nicht dumm!
 - Sie werden immer mehr wissen, als man ihnen erzählt!
 - Sie werden die Informationen finden oder erzeugen, wenn Sie versteckt oder gar keine angeboten werden
-
- Offenheit, Korrektheit, Transparenz zum Vorgehen



7 THESEN FÜR VERÄNDERUNGSPROZESSE



1. Sinn geben
2. Rahmen füllen
3. Good old times respektieren
4. Gute Gründe statt Widerstand erkennen
5. Emotionen erkennen und adressieren
6. Verhaltensänderung vorbereiten und stabilisierte Formen durch neue Inspiration auflösen
7. Offenheit, Korrektheit und Transparenz



CULTURAL CHANGE

- Emotionale Akzeptanz und Freisetzung von Energie
- Inspiration von Teams, Organisationen und Unternehmen
- emotionale X-Moments bei
 - Veränderungsprozessen
 - Events
 - Unternehmenskultur
- Themen und Botschaften sinnlich erlebbar und emotional bearbeitbar machen
- Kunden bei Ihren Veränderungsprozessen, Events und Organisationsentwicklung zum Erfolg begleiten



UNSERE PRODUKTE

- The Emotion
- The Art of Change
- X - Events
- Workfactories
- Die Mach-Bar
- Change Stories
- Live-Performances
- Virtual Interventions
- Video- und Musikproduktionen



PUBLIKATION

next
level^{EMOTION}



FRAGEN?

next
level_{EMOTION}



DANKE SCHÖN...

next
level^{EMOTION}



BACKUP

THE EMOTION

- ✗ Emotionen bestimmen unser Denken und somit unsere Perspektive und unser Handeln, sie sind immer in uns. Wenn wir sie kognitiv benennen und uns damit auseinandersetzen, gewinnen wir aus humanistischer Sicht Lebensqualität und aus unternehmerischer Sicht mehr Chancen auf Erfolg.
- ✗ Die Emotionalistin und Sängerin Patricia Graf-Simpson singt in einem 5-10 minütigem Slot im Rahmen Ihrer Veranstaltung einen Song, in dem sie sich den TeilnehmerInnen als „Die Emotion“ vorstellt. Am Ende des Songs kommt „Die Emotion“ mit den Teilnehmern ins Gespräch und fragt nach deren momentanen Gefühle. Die Ergebnisse dieser „Befragung“ werden im weiteren Verlauf des Songs aufgegriffen.
- ✗ Ziel:
Nachhaltiger Nutzen der emotionalen Intervention und der Thematisierung von Emotion ist, eine Sprachlichkeit i. S. von Ansprechbarkeit von Emotionen zu etablieren und zu kultivieren. Die Brücke von der Ratio zur Emotionen eröffnet neue Wege.



THE ART OF CHANGE

Reframing – „We create our future“

- ✗ Prinzipien von Veränderungsprozessen
- ✗ Bedeutung der Emotionen im Prozess
- ✗ Einbinden der Teilnehmer – kreieren von positiven Botschaften

- ✗ Kognitive Brücke:
 - ✗ Veränderung bedeutet die eigene Haltung zu überprüfen
 - ✗ Was bedeutet die Veränderung für mich, warum ist sie notwendig
 - ✗ Welche Chancen eröffnen sich durch den Wandel;
 - ✗ „Die Dinge müssen sich wandeln um nicht gleich zu bleiben“
 - ✗ Ich kann Veränderungen bewusst steuern und beeinflussen



X - EVENTS

1. Konzeption:

- ✗ Wir unterstützen Sie bei der Gesamtplanung des Events
- ✗ In Abstimmungsrunden verzahnen wir gemeinsam mit Ihnen die inhaltlichen, kreativen und emotionalen Teile des Events
- ✗ Wir übernehmen die technische Abstimmung mit den Verantwortlichen des Veranstaltungsortes (Hotel, etc.)
- ✗ Sie haben die Möglichkeit in 3 Korrekturschleifen Ihre Wünsche und Bedürfnisse in die Dramaturgie zu integrieren
- ✗ Sie erhalten ein Detailedesign für Ihr Event

2. Durchführung:

- ✗ Moderation Ihrer Veranstaltung
- ✗ Interaktive Module
- ✗ Begeisterung und Energie bei der Zielgruppe
- ✗ technischer Support



3. Nachbereitung:

- ✗ Debriefing mit Feedback der Berater und Performer vor Ort zu den Beobachtungen
- ✗ Videodokumentation – DVD als Reminder einige Tage nach der Veranstaltung