

A vertical yellow line is positioned to the left of the text. A large, thick, yellow curved shape starts from the bottom left, curves upwards and to the right, and then curves downwards and to the right, ending near the bottom right of the slide.

LADIES IN LOGISTICS

# Das Geheimnis des Change Managements

Wie Wandel erfolgreich wird

Dr. Julia Boppert | 24.06.2021

„Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.“ *Victor Hugo*

## trilogIQa

| change to lean |

... steht für eine nachhaltige Beratung, die kluge Antworten und messbare Verbesserungen rund um Unternehmensprozesse liefert.

Unter dem Leitbild | change to lean | entwickeln wir neue Optionen mit verständlichen Methoden und arbeiten dabei immer eng mit den Menschen vor Ort zusammen – in Workshops, Schulungen und Planspielen beispielsweise.



## Dr.-Ing. Julia Boppert

- Geb. 1979
- Verheiratet, zwei Kinder
  
- 1998-2003: Studium Maschinenwesen, TU München
- 2008: Promotion am Lehrstuhl fml der TUM:  
„Entwicklung eines wissensorientierten Konzepts zur adaptiven Logistikplanung“
- 2008: Mitglied der Geschäftsleitung  
Unternehmensberatung Markt und Wirtschaft
- 2008: Gründung trilogIQa als ganzheitliche Beratung:  
Erfolg entsteht durch stringente Kundenorientierung, schlanke Prozesse und zufriedene Mitarbeiter

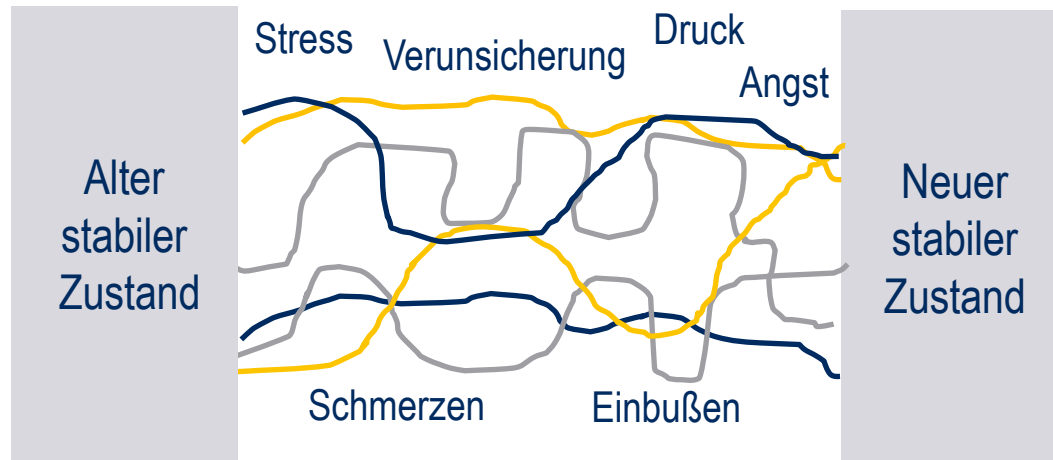


„Was würdest Du tun, wenn Du keine Angst hättest?“

*Spencer Johnson*



## Was bedeutet Change?



„Verantwortlich ist man nicht nur für das, was man tut, sondern auch für das, was man nicht tut.“  
*Laotse*

### Change Management



Vorgehensweisen  
& Tools

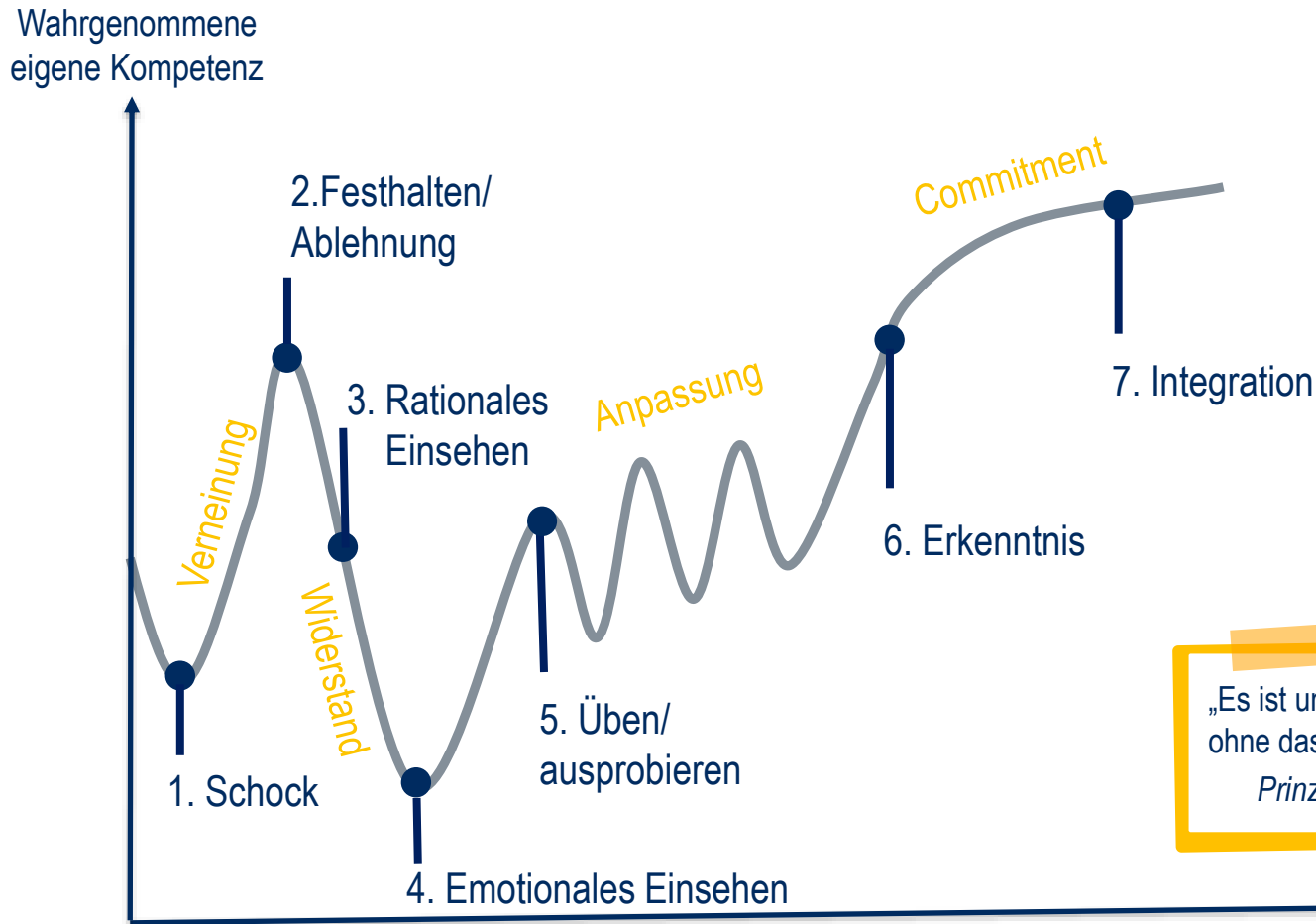
Planung und Organisation von  
Veränderungsprozessen  
Führung und Begleitung von Menschen

Menschenbild  
& Haltung



# WARUM IST VERÄNDERUNG SO SCHWER?

## Sieben Phasen der Veränderung



„Es ist unmöglich, Staub wegzublasen ohne dass jemand zu husten anfängt.“  
Prinz Philip, Herzog von Edinburgh

Quelle: Streich, R. K. (2016) Fit for Leadership. SpringerGabler-Verlag

# WARUM IST VERÄNDERUNG SO SCHWER?

## Der Mensch als Individuum im Veränderungsprozess

### Promoter

Keine persönlichen und sachlichen Risiken  
Stehen Veränderungsprozess durchweg positiv gegenüber

### Skeptiker

Befürchten sachliche Verschlechterung  
Aktives (durch Vorwürfe / Gegenargumente) und passives (durch Debattieren / Lächerlich machen) in Frage stellen  
→ Notwendigkeit der Veränderung herausstellen

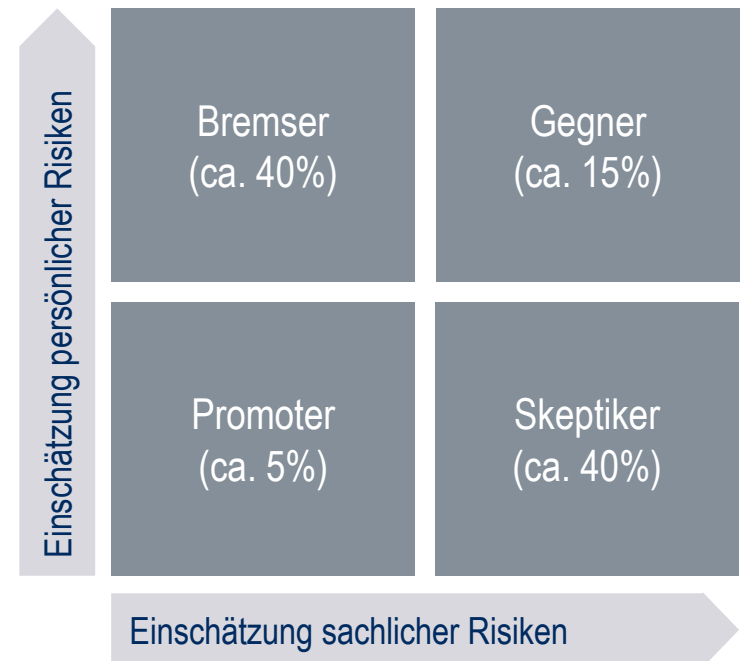
### Bremser

Erkennen Notwendigkeit der Veränderung  
Schätzen persönliche Einbußen jedoch hoch ein  
→ Persönliche Vorteile der Veränderung verdeutlichen

### Gegner

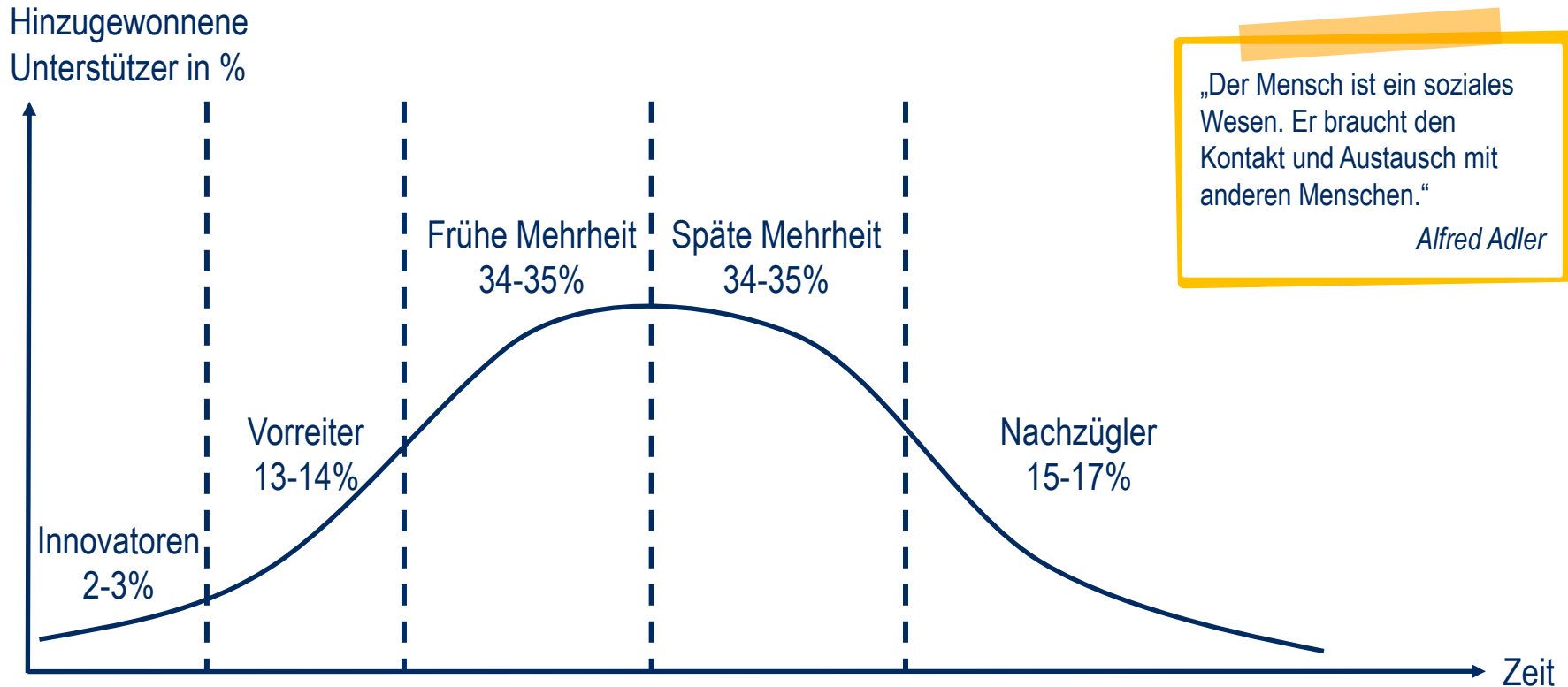
Befürchten Scheitern und persönliche Schlechterstellung  
Kategorische, teils aggressive Ablehnung, evtl. Kündigung  
→ Langfristig gewinnen durch Erfolge

„Jeder Mensch ist ein Genie, in irgendeiner großen oder kleinen Welt.“  
*Johann Kaspar Lavater*

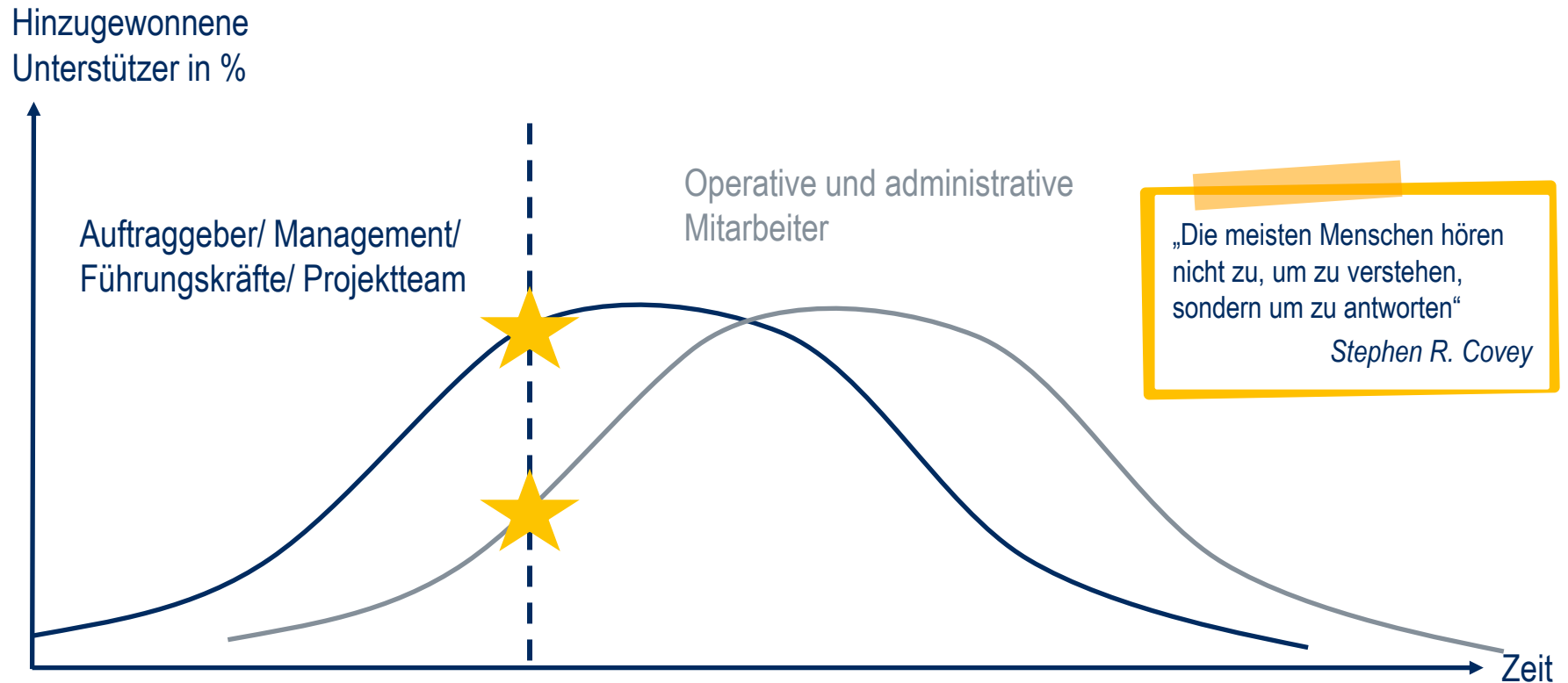


\*Quelle: Hopp W.J.; Spearman M.L. (2008) Factory Physics. McGraw Hill

## Der Mensch als Teil einer Gruppe im Veränderungsprozess (1)



## Der Mensch als Teil einer Gruppe im Veränderungsprozess (2)





# WARUM IST VERÄNDERUNG SO SCHWER?

## Wie können sich Menschen ändern?

### Identität

= Rolle / Selbstbild einer Person  
Wer bin ich (oder auch nicht)? Welche Rolle stelle ich dar (oder auch nicht)?

### Einstellungen

= Haltungen und Werte  
Was stufe ich als wahr ein? Was ist für mich richtig und wichtig?

### Fähigkeiten

= Wissen und Können  
Motivation zur Entwicklung bestimmter Fähigkeiten / Fertigkeiten, Wissen + Können

### Verhalten

= Ausführung bestimmter Handlungen  
in einem Umfeld mit gegebenen Rahmenbedingungen, Strukturen und Prozessen

Umfeld

„Die letzte der menschlichen Freiheiten besteht in der Wahl der Einstellung zu den Dingen.“

Viktor Frankl

Quelle: Robert B. Dilts (2015) Identität, Glaubenssysteme und Gesundheit. Junfermann Verlag

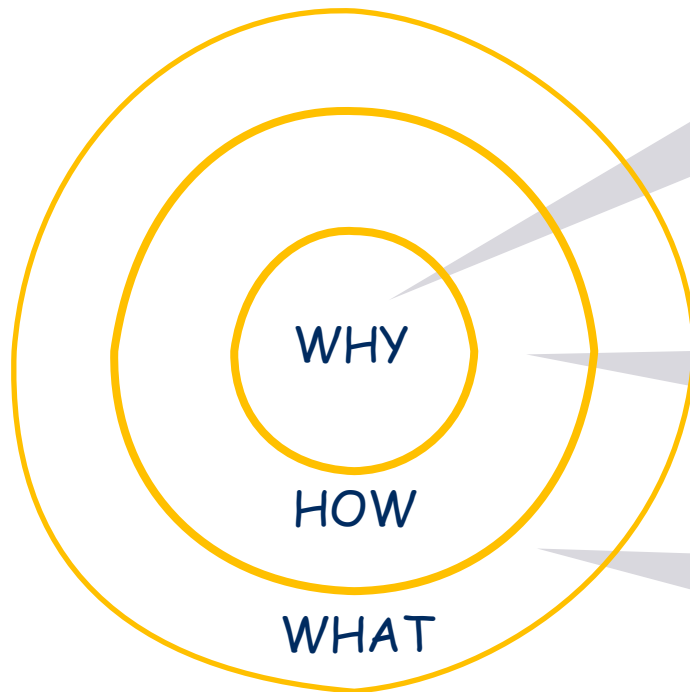
# WIE WANDEL ERFOLGREICH WIRD

## Menschen wollen lernen und sich entwickeln



**Schaffe Freiräume für Entwicklung und lasse Fehler zu!**

## Menschen wollen glauben



### Warum tut eine Organisation, was sie tut?

- Wirtschaftliche Aspekte sind nur ein Ergebnis, aber kein Grund
- Zweck, Grund, Ziel, Glaube der Organisation
- Warum/ wofür existiert die Organisation überhaupt

### Wie tut eine Organisation, was sie tut?

- Einzigartigkeit in der Leistungserstellung
- Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz

### Was tut/ was leistet eine Organisation?

- Produkte, die verkauft werden
- Dienstleistungen, die angeboten werden

**Teile deine echte Überzeugung!**

„Menschen wollen nicht tun, was Du tust. Menschen wollen glauben, woran Du glaubst.“

*Simon Sinek*

Quelle: Sinek S. (2011) Start with why. Portfolio; Reprint

# WIE WANDEL ERFOLGREICH WIRD

## Menschen wollen vertrauen

- Change Arbeit ist Führungsarbeit!
  - Führung = Beziehung = Arbeit... .. und braucht Zeit!
  - Beziehung fußt auf Vertrauen.
    - Vertrauen entsteht durch positive Erfahrungen mit einem Menschen.
      - Positive Erfahrungen mit einem Menschen brauchen Einfühlungsvermögen und Empathie.
        - Einfühlungsvermögen und Empathie erfordern Selbstsicherheit!



„Der Mensch ist  
von Natur aus gut.“

*Jean-Jacques Rousseau*

**Sei mit Dir zufrieden – und arbeite ständig an Dir!**

## Der perfekte Change Manager...



... mag Menschen

... hat Mut

... nimmt sich Zeit

... übernimmt Verantwortung

... hört (ehrlich) zu

... hat keine Angst vor Konflikten

... will verstehen

... ist transparent und klar

... fördert und fordert

... ist begeistert

... macht Fehler, steht dazu und lernt daraus

Ende

**„Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.“**

Chinesisches Sprichwort



trilogIQa  
Leopoldstraße 244  
80807 München  
Telefon + 49 89 20 80 39-503  
Fax + 49 89 20 80 39-505  
info@trilogiq.de  
[www.trilogiq.de](http://www.trilogiq.de)

Folgen Sie uns



proud to share  
**KNOWLEDGE**

Alle hier gezeigten Inhalte unterliegen dem Copyright von **trilogIQa**

# Kontakt

Dr.-Ing. Julia Boppert  
Leopoldstraße 244  
80807 München  
Telefon +49 89 20 80 39- 503  
Fax +49 89 20 80 39- 505  
[julia.boppert@trilogiqa.de](mailto:julia.boppert@trilogiqa.de)  
[www.trilogiqa.de](http://www.trilogiqa.de)

trilogIQa  
| change to lean |