Change Management-Kommunikationsprozess

Änderungsbedarf wird festgestellt

Status quo infrage stellen, bspw. durch Evaluation, digitale Transformation, Fusion mit anderen Organisationen, neue Herausforderungen, Standortwechsel oder –schließung.

Change Strategie entwickeln

Ziele einschließlich Vision und Mission festlegen sowie neue Lösungen aufzeigen. Unternehmenskommunikation berät die Geschäftsleitung hinsichtlich der Selbstdarstellung des Unternehmens in den Bereichen Corporate Behaviour, Corporate Language, Corporate Culture und Corporate Communication.

Implementierung I.

Führungskräfte einbeziehen, Konzept über Informationskanäle kommunizieren (Unterstützung durch Unternehmenskommunikation); Befürworter des Wandels und Innovatoren suchen.

Change Strategie prüfen

Reaktionen der Führungskräfte analysieren; evtl. Nachbesserungen an der Change-Strategie und dessen Zielen vornehmen; Unternehmenskommunikation überprüft die Akzeptanz der neuen Corporate Identity-Strategie.

Implementierung II.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Change Prozess integrieren; Unternehmenskommunikation vermittelt Ziele einschließlich Vision und Mission. Feedbackcenter zum Lösen von Konflikten einrichten.

Controlling & Corporate Identity

Kontrolle aller Unternehmensbereiche nach Einführung der Change Strategie. Neue Ziele, Vision und Mission in der internen und externen Unternehmens-kultur verankern (Corporate Identity).

[Hermanni, Alfred-Joachim (2019): Change Management-Kommunikationsprozess]