

Culture eats strategy for breakfast

11.02.2020, 16:51 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *dehner academy GmbH*



istock: Lightspruch

Change-Prozesse durchzuführen oder eine Weiterentwicklung zu bewerkstelligen kann einen zur Verzweiflung treiben. Denn gefühlt arbeiten sämtliche Mitarbeiter gegen die neue Strategie! Daher das oben zitierte geflügelte Wort der Organisations-Entwickler. Wenn die Kultur nicht harmonisiert mit der neuen strategischen Ausrichtung, gewinnt immer die Kultur! Es gleicht einem Fass ohne Boden, neue Strategien implementieren zu wollen, ohne auf die Kultur einzugehen.

Vorbei die Zeiten, als man noch glaubte, da der Fisch vom Kopf her zu stinken beginne, sei es das Wichtigste, die Firmenleitung zu einer Änderung zu bewegen, der Rest ginge dann quasi von allein. Inzwischen weiß man es besser: Selbstverständlich muss der Vorstand die neue Kultur vorleben! ABER - es sind die Mitarbeiter, die mitziehen müssen, damit sich wirklich etwas bewegt.

Wie kann man die Mitarbeiter mitnehmen?

Kommunizieren, kommunizieren und nochmal kommunizieren! Um die Mitarbeiter ins Boot zu holen, wie es so schön heißt, muss man ihnen genau erklären, wohin die Reise eigentlich geht, was das für sie bedeutet und welche Aufgaben sie dabei zu erfüllen haben. Wenn man den Mitarbeitern transparent macht, was geplant ist, um die Firma weiterzuentwickeln, und sie über keinen Punkt der Strategie im Unklaren lässt, hat man die größte Chance auf Zustimmung.

In der Organisations-Entwicklung gibt es inzwischen einen soliden Handwerkskasten voll Werkzeug, wie man mit den Mitarbeitern einen Change-Prozess anpackt, als da zum Beispiel sind future search, world café, oder open space. All das sind Möglichkeiten, den Mitarbeitern eine Plattform zu bieten, auf der sie offen über ihre Ängste sprechen können und wo sie die Erfahrung machen, dass ihre Befürchtungen ernst genommen werden, auch wenn sie den Initiatoren des Wandels möglicherweise irrational erscheinen. Nur durch ein ernsthaftes Eingehen auf die Mitarbeiter vermittelt man ihnen die nötige Sicherheit, um sie offen zu machen für die neue Unternehmensstrategie.

Portrait

Die dehner academy mit Firmensitzen in Konstanz und Berlin ist ein Unternehmen, das seit etwa vierzig Jahren Organisations-Entwicklung ebenso wie Seminare, Management- und Vertriebs-Trainings, Business-Coachings und Ausbildungen anbietet. Zu den Kunden der dehner academy zählen die namhaftesten deutschen Firmen, Branchenübergreifend von Konzernen bis zu mittelständischen Unternehmen. Der Firmengründer Dipl.Psych. Ulrich Dehner ist Gründungs- und Vorstandsmitglied des Deutschen Bundesverbands für Coaching (DBVC). Zu seinen Veröffentlichungen zählen u. a. „Coaching als Führungsinstrument“ (Campus Verlag 2004), „Transaktionsanalyse im Coaching“ (managerseminare Verlag, 2018), „Introvision-Coaching“ (managerseminare Verlag, 2016).

News-ID: 1076570 • Views: 341 (Stand: 17.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1076570/Culture-eats-strategy-for-breakfast.html>