

Modul 146/156
Projektmodul
Wintersemester 2021/2022

„Change Management in Unternehmen“

Betreuender Professor

Dr. Tilmann Drebes

Beschreibung

Ausgangssituation und Zielsetzung:

Veränderungen stellen einen zentralen Bestandteil in Unternehmen, Wirtschaft und Gesellschaft dar. Kunden sollen zum Beispiel neue Produkte und Dienstleistungen konsumieren und nutzen. Diese müssen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den entsprechenden Unternehmen entwickelt und bedarfsgerecht am Markt angeboten werden. Ein neues Smartphone wird beispielsweise von Kunden gekauft, weil es über neue und bessere Funktionen im Vergleich zum Vorgängermodell verfügt. Entsprechendes gilt auch für neue Autos, neue Bekleidung und Mode sowie für Dienstleistungen. Einige der neuen Produkte und Dienstleistungen zeigen gerade zu Beginn, dass sie wahre Verkaufsschlager sind und einen „Innovationshype“ auslösen können, so zum Beispiel das iPhone von Apple. Die Verkaufszahlen und die erzielten Gewinne gelten hierbei als ein zentrales Merkmal für den Erfolg von Veränderungen. Mit zunehmender Zeit lässt der anfängliche Hype jedoch nach und die Verkaufszahlen gehen zurück. Neu bzw. verändert bedeutet jedoch nicht automatisch eine Verbesserung für jeden Menschen. Zwar wird der Erfolg von Veränderungen gerne anhand von technisch-wirtschaftlichen Kennzahlen gemessen. Diese Perspektive ist jedoch einseitig und muss kritisch reflektiert werden. Insbesondere in Unternehmen ist für den Erfolg von Veränderungsprozessen auch die soziale Akzeptanz der Menschen ein notwendiges Kriterium.

Die **Zielsetzung** dieser Veranstaltung besteht darin, sich mit dem Phänomen von Veränderungsprozessen in Unternehmen aktiv, eigenständig und vorurteilsfrei auseinanderzusetzen. So sollen Handlungsstrategien entwickelt werden. Zentrale Fragestellungen sind:

- Was bedeutet Veränderung?
- Wie wird Veränderung ausgelöst?
- Wie wird Veränderung umgesetzt?

- Mit welchen Wirkungen ist Veränderung verbunden?
- Welche Handlungsstrategien lassen sich entwickeln?

Diese grundsätzlichen Fragestellungen haben etwas damit zu tun, dass Studierende keine Pauschalrezepte und kontextfremde, allgemeingültige „Kochrezepte“ unreflektiert übernehmen und auswendig lernen sollen. Einseitige, technisch-ökonomische Perspektiven reichen für die Komplexität gegenwärtiger und zukünftiger Veränderungsprozesse nicht aus. Nachhaltigkeit hat etwas mit Interdisziplinarität und der Berücksichtigung von anderen Perspektiven zu tun. Komplexität gilt es zu bewältigen und nicht den Kopf in den Sand zu stecken. Es gilt, die Studierenden zu eigenständigen Erkenntnissen durch Reflexion zu ermutigen und zu motivieren, unterschiedliche Interpretationen zu zulassen und ein differenziertes Denken und Handeln als interdisziplinäre Methode innerhalb der Betriebswirtschaftslehre zu etablieren.

Lernziele:

- Interdisziplinäres Verständnis theoretischer und praktischer Zusammenhänge von Veränderungen und Modernisierungsvorhaben in Unternehmen
- Selbstständiges („laterales“) Arbeiten im Team und mit unterschiedlichen Personengruppen, Konfliktmanagement
- Lehr- und Lerncoaching bei Problemsituationen
- Anwendung von Methoden des Projektmanagements (z.B. Stakeholder Management und Erwartungsmanagement)

Prüfungsleistungen:

Präsentation einer Seminararbeit

Maximale Teilnehmerzahl:

12