



MUTANOVUM

www.mutaree.com

März 2014

GRÜßWORT

AKTUELLES

STUDIEN

PRESSE

IMPRESSUM



Claudia Schmidt, Geschäftsführerin

„Change Management ist immer auch Kommunikation, heute mehr denn je. Dabei müssen Führungskräfte aushalten, dass sie gestern wie heute nicht alles im Griff haben können. Sie müssen lernen loszulassen und traditionelle Kommunikationsansätze gekonnt mit Change Communities verbinden. Der Dialog der Mitarbeiter sorgt für Involvierung und Transparenz sowie Verbreitung von Information und Umsetzung der Veränderung, weil er nicht zuletzt auch die gegenseitige Unterstützung möglich macht.“

Liebe MUTANOVUM-Leserinnen, liebe MUTANOVUM-Leser,

die sechste Ausgabe unseres exklusiven Newsletters „MUTANOVUM“ hält sowohl interessante als auch wichtige News der Mutaree GmbH für Sie bereit.

Gern möchten wir uns bei den insgesamt 282 Teilnehmern des Change-Barometers 4 bedanken. In dieser Umfrage haben wir gemeinsam mit unserem Medienkooperationspartner „Handelsblatt“ viele umfangreiche Antworten auf Fragen rund um anstehenden Trends in der Versicherungsbranche gewinnen können. So sehen die Teilnehmer vor allem den anhaltenden Niedrigzins als größte Bedrohung für eine ganze Branche an. Ein umfangreicher Beitrag wurde auf www.handelsblatt.de veröffentlicht. Den PDF-Ergebnisbericht können Sie direkt bei uns anfordern.

Die weiteren Inhalte in diesem Newsletter fokussieren sich auf die bedeutendsten Faktoren für ein erfolgreiches Unternehmen. So kann nur eine ganzheitliche Kommunikation zu einer hohen Erfolgsquote in Change-Projekten verhelfen. Wir betrachten, wie das anhaltende Konjunkturplus auch gleichzeitig als Feind im Erfolg angesehen werden kann. Und, abschließend plädieren wir für die Einführung von Communities als interner Motor des Change.

Wir hoffen, Ihr Interesse an der Mutaree-Themenwelt geweckt zu haben. Sollten Sie vertiefende Informationen wünschen, stehen wir Ihnen jederzeit gerne für Rückfragen zur Verfügung.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Claudia Schmidt

AKTUELLES



Mutaree Change-Barometer 4

Im aktuellen Change-Barometer 4 untersuchten wir die Herausforderungen der Versicherungsbranche. Die Ergebnisse zeigen nun deutlich, dass der Niedrigzins Versicherer dazu zwingt, Kostenstrukturen zu überprüfen. Nach Einschätzung der 282 Befragten werden sich die Abschlusskosten zukünftig deutlich nach unten bewegen müssen. Klar wurde auch, dass sich Versicherer der Herausforderung bei der Betreuung und Qualifizierung des Vertriebes stellen und effizienter arbeiten müssen, um erfolgreich zu bleiben.

Die Ergebnis-Broschüre zum „Change Barometer“ kann direkt bei der Mutaree GmbH als PDF angefordert werden.

www.mutaree.com



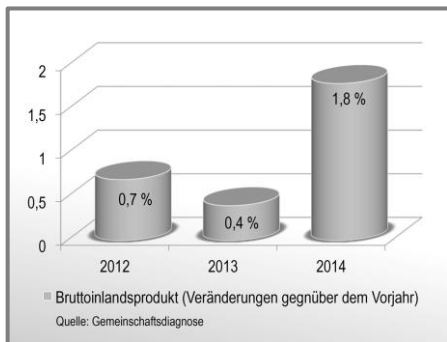
Erfolgsfaktor Change-Kommunikation

Trotz guter wirtschaftlicher Prognosen durchlaufen Unternehmen noch immer krisenbedingte Veränderungsprozesse, die sich um Fusionen, Umstrukturierungen, Personalabbau oder Neuausrichtungen drehen. Eine begleitende Change-Kommunikation gilt hierbei als bedeutendes strategisches Instrument, um interne und externe Stakeholder über die Veränderungen zu informieren und somit möglichen Ängsten und Widerständen entgegenzuwirken.

Eine überzeugende Change-Kommunikation wirkt im ersten Schritt immer nach innen. Sie stärkt die internen Strukturen und Prozesse und damit die wirtschaftliche Stabilität eines Unternehmens. Dieses Ziel wird aber nur dank einer klaren, direkten und vor allem transparenten Kommunikation erreicht.

Im Veränderungsprozess ist eine abgestimmte Kommunikation ein Muss, um stets für Klarheit und Sicherheit bei allen Fragen rund um das Unternehmen zu steuern. Und dies gilt besonders in einer Krise. Mögliche Risiken werden so durch ein Change Management abgewendet und zeitgleich durch die Mitarbeiter der Change-Kommunikation offen und in alle Richtungen dargestellt.

Steht ein Unternehmen vor Veränderungsprozessen, ist es unumgänglich eine professionelle Change-Kommunikation zu etablieren. Diese kann nur dann wirken, wenn sie den Prozess durchgehend begleitet und im Projektplan fest eingebunden wird. Die Relevanz der Unternehmenskommunikation nimmt deutlich zu.



Konjunkturplus als Feind des Erfolges

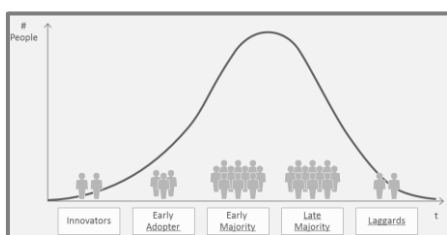
Aktuelle Wirtschaftsprognosen prophezeien glänzende Konjunkturaussichten für das Jahr 2014. So halten die fünf Wirtschaftsweisen ein Wachstum der deutschen Wirtschaft von rund 1,8 Prozent* für realistisch. Auch wenn diese Aussichten deutsche Unternehmen im internationalen Vergleich unaufhaltsam nach vorn katapultieren, kann dieser Trend eine ebenso lähmende Wirkung in vielen Managementetagen hervorrufen.

Proaktive Manager haben erkannt, dass Hochkonjunkturphasen immer schneller von Rezessionen oder Krisen eingeholt werden. Allerdings sollten auch während eines Booms einfache Strukturen gestärkt und strategische Positionierungen überprüft werden, um vorausschauend auf neue Situationen am Markt regieren zu können. Bricht ein Kerngeschäft weg, können präventiv durchgespielte Szenarien und Maßnahmen hilfreich sein, um schnell zu regieren.

Dabei ist und bleibt die Kunst, neue wirtschaftliche Dimensionen im Wandel zu erkennen und richtig einschätzen zu können.

Quellen:

* Gemeinschaftsdiagnose der fünf Wirtschaftsweisen



Netzwerke unterstützen Veränderungsprozesse

Der Grundstein eines Change-Management-Projekts ist eine überzeugende Change Story. Die Etablierung einer internen Change Community ist dabei ein Motor, um die Change Story langfristig in einem Unternehmen zu verankern. Mit diesem Netzwerk können die Ziele eines Veränderungsprozesses schnell an alle eingebunden Mitarbeiter kommuniziert werden. Mitglieder im Netzwerk können sich zu aktiven Mitgestaltern entwickeln und die Change-Kultur fördern.

In Veränderungsprozessen ist es von großer Bedeutung sehr früh Plattformen und Strukturen einzurichten, auf denen sich eine Change Community entwickeln kann. Die Gründungsmitglieder der Change Community als „Innovators“ wirken als Multiplikator für die Nachfolgenden.

Change Management beginnt zwar in Führungsetagen – der Projekterfolg allerdings ist abhängig von der Beteiligung der Mitarbeiter. Das Management aller Beteiligten kann nach Aufbau einer Change Community und Aufbrechen hierarchischer Strukturen zur tragenden Säule eines Veränderungsprojekts heranwachsen.

PRESSE

Magazin für Kommunikation

pressesprecher



Handelsblatt

Impressum

„Was sich ändern muss“

In Veränderungsprozessen trauen sich viele Kommunikatoren nicht, mehr Verantwortung zu übernehmen. Drei Gründe, warum sie es dennoch tun sollten.

Im 19. Jahrhundert formulierte der britische Naturforscher Charles Darwin: „Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, es ist diejenige, die sich am ehesten dem Wandel anpassen kann.“ Als er diesen Satz schrieb, dachte er wohl kaum an die Organisationen von heute ...

Pressesprecher | Oktober 2013
(www.pressesprecher.com)

„Die Aufmerksamkeit wächst“

Wie kann Talent Management endlich Fahrt aufnehmen? Gibt es die perfekte Personalplanung? Über diese und weitere Fragen diskutierten die führenden HR-Managementberatungen beim Round Table der Personalwirtschaft.

Sie jonglieren mit vielen Bällen, ihre Aufgaben werden vielschichtiger und die Anzahl der Instrumente, die sie unterstützen sollen, bewegen sich am Rand der Unübersichtlichkeit: „Komplexitätsdruck“ beschreibt deshalb die Situation von HR-Managern am besten. Dabei sei die Stimmungslage der Personalchefs in Unternehmen durchaus gut ...

Personalwirtschaft | Dezember 2013
(www.personalwirtschaft.de)

„Die Zinsnöte der Lebensversicherer“

Die deutschen Versicherer haben den Ballsport für sich entdeckt. Wenn am Wochenende die Bundesliga spielt, dann oft in den Stadien mit dem Namenszug der dort ansässigen Gesellschaften. Hannover 96 spielt in der „HDI Arena“, Borussia Dortmund im „Signal Iduna Park“ und Bayern München in der „Allianz Arena“. Das Engagement ist ziemlich teuer. Die Allianz zahlte rund 110 Millionen Euro für 8,33 Prozent der Aktien der FC Bayern München AG, Audi und Adidas halten gleich hohe Anteile ...

Handelsblatt | Februar 2014
(www.handelsblatt.com)

Stefan Roth
Unternehmenskommunikation
+49 (611) 334 821 805; s.roth@mutaree.com