



20

Jahre
businessforce AG –
unser „best of“

Seit 2019 zum

6. Mal
ausgezeichnet
von

brandeins

Beste Berater

2023 zum

1. Mal
ausgezeichnet
von

SZ Institut

Beste Berater

20 Jahre businessforce AG – unser „best of“

Erfolgreiche Transformation ist die intelligente Kombination aus gutem Handwerkszeug und innovativen Formaten

- Jeder spricht über Transformation, Disruption, neue Geschäftsmodelle, agile Organisationen – aber wie kommt man erfolgreich in der „neuen Welt“ an?
- Unternehmen sind nach zig Restrukturierungen ausgebrannt und müde. Die Mitarbeiter haben gelernt, dass sich die Organisation wenig loyal verhält, wenn es eng wird und sind daher nur bedingt begeisterungsfähig
- Veränderungen haben heute keine „Finish Line“ mehr, denn bevor das gesteckte Ziel erreicht ist, steht die nächste und übernächste Initiative am Start. Damit bleibt auch das gefühlte Erfolgserlebnis auf der Strecke
- Großteile der Belegschaft und der Führungskräfte kapitulieren vor der immer größeren Komplexität, weil äußere Anker sich immer stärker auflösen

Die businessforce Unternehmensberatungs AG begleitet seit 2003 erfolgreich ihre Kunden durch große und komplexe Transformationen und ist dabei auf die Themen strategische und taktische Zielerreichung fokussiert. Die Transformationssteuerung erfolgt dabei schwerpunktmäßig über die Themen Führung, Positionierung und Kommunikation. Manche Elemente unserer Arbeit sind in dieser Zeit beinahe unverändert geblieben, andere haben sich überlebt, wieder andere sind dazugekommen. Aus Anlass des 20-jährigen Jubiläums möchten wir unseren reichen Erfahrungsschatz teilen.

In den folgenden Kapiteln erfahren Sie, wie wir arbeiten und womit wir die größte Wirkung erzielt haben.

Vielen Dank an unsere Kunden, die uns regelmäßig sehr anspruchsvolle Aufgaben gestellt haben, so dass wir über uns hinauswachsen durften. Und natürlich bei unseren Mitarbeiter/-innen und Netzwerkpartnern, die mit ihren großartigen Talenten zum Gelingen beigetragen haben.

Das Team der businessforce

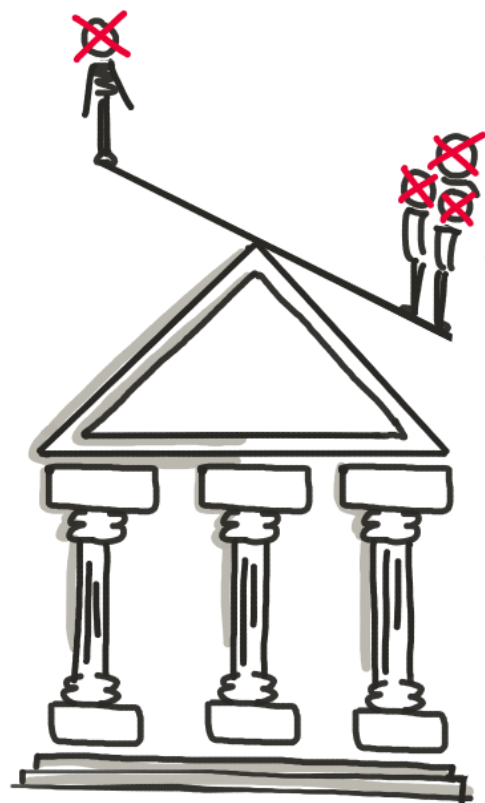
Kapitel 1

Dauerbrenner Interessen- und Mehrheitenmanagement

Veränderungen haben zwangsläufig zur Folge, dass es Fürsprecher und Widerstände in der Organisation gibt. Deshalb ist Stakeholder-Management ein Dauerbrenner in unserer Arbeit. Genau genommen hat der Bedarf an aktivem Interessen- & Mehrheitenmanagement sogar zugenommen. Denn: Zum einen sind die Unternehmenswelten sehr viel komplexer geworden. Zum anderen wird Partizipation in heutigen Transformationen von Anfang an eingefordert.

Aber was verstehen wir unter Interessenmanagement und was meinen wir mit „aktiv“? Es startet mit einer systematischen Bestandsaufnahme von Zielgruppen und ihren Positionen, Aufdeckung von blinden Flecken und dem Bewusstsein, dass Meinungsbildung ein Prozess ist, der nach bestimmten Gesetzmäßigkeiten verläuft und deshalb gestaltbar ist. Dabei kommt es nicht auf aufwändig organisierte Change-Events an, sondern darauf, die richtigen Aktivitäten an den Start zu bringen und zwar so lange, bis sie wirken. Denn: Akzeptanz entsteht nicht über Nacht, wohl aber über Zeit! Ausschlaggebend sind eine vollständige „Landkarte“, stets aktuelle Informationen, echte Gesprächsbereitschaft, taktisches Timing und ein Gefühl für „Währungen“, die im Spiel sind.

Interessen- & Mehrheitenmanagement bleibt auch in agilen Organisationen bedeutsam, denn weitreichende Entscheidungen werden weiterhin in Gremien getroffen oder müssen dort bestätigt werden. Viel zu oft scheitern Initiativen und Programme, weil sie „kalt“ in Gremien aufschlagen und dort – bestenfalls –



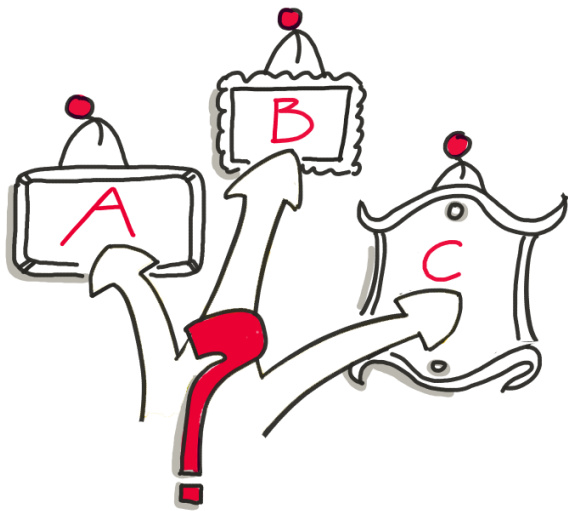
vertagt werden. Deshalb ist Gremienarbeit ein wichtiger Bestandteil in der Steuerung von Transformationen und aufgrund der steigenden Unternehmenskomplexität ein Aspekt, der noch mehr Aufmerksamkeit benötigt.

Kapitel 2

Weg mit den Monolithen! Hin zur Puzzle-Strategie!

Neue Rolle in der Transformation –
der „Puzzlemanager“

Das „Big Bang“ Prinzip war lange Zeit die bevorzugte Art und Weise, große Veränderungen vorzubereiten und sie in einem Aufzug „auf die Bühne zu bringen“. Heute eignet sich der Big Bang nur noch bedingt, denn er steht im Widerspruch zu einer modernen Beteiligungskultur, und viele Transformationen sind so komplex, dass ein Big Bang auch zu schlechteren inhaltlichen Ergebnissen führen kann.



Aus unserer Erfahrung kommt man mit einer Puzzlestrategie besser ans Ziel. Das heißt, schnell anfangen und ins Tun kommen, auch wenn noch nicht alles bis ins Detail klar ist. Beteiligung lässt sich oft am einfachsten organisieren, indem man diejenigen einbindet, die mitmachen wollen, und Angebote für Besucher macht. Auf diese Weise gewinnt die Veränderung schrittweise an Momentum, das iterative Vorgehen ist flexibel und die „Wand des Widerstandes“ entsteht erst gar nicht. Nach und nach setzen sich die einzelnen Puzzle-Teile zu einem organischen Gesamtbild zusammen.

Die Puzzlestrategie ist auch deshalb so erfolgreich, weil sie gut zu agilen Arbeitsmethoden passt und die Transformation sozusagen in einem modernen Spirit abläuft. Erfolgskritisch ist dabei natürlich die Rolle des „Puzzlemanagers“, der den Überblick über die Teile behält und wie die einzelnen Ideen bzw. Maßnahmen über die Zeit zu einem Gesamtbild zusammengefügt werden können.

Kapitel 3

Unsere Zeit ist hybrid!

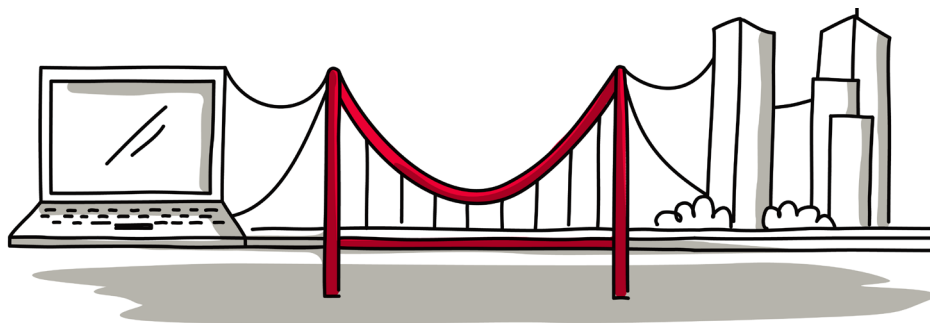
Und: es braucht Brückenbauer zwischen der alten und neuen Welt

Die hybride Organisation, so lautet der Vorwurf, ist nicht Fisch und nicht Fleisch und deshalb ein ungeeignetes Organisationsmodell. Das Bekenntnis zu modernen Organisationsformen soll mit Zielbildern wie „100% agil“ oder „Ab jetzt Selbststeuerung“ unter Beweis gestellt werden. Schnell noch eine Gap-Analyse mit den zu entwickelnden Fähigkeiten angereichert, scheint der Weg in Richtung neue Welt nur noch eine Powerpoint-Folie entfernt zu sein, und der agile Besen soll mit Schwung den Mief aus der Organisation hinausfegen.

Das Plädoyer für einen hybriden Ansatz stammt aus unseren zahlreichen Erfahrungen, dass der neue Besen oft zu heftig kehrt, Scherben hinterlässt und die nötigen Skills, Einstellungen und Verhaltensweisen alles andere als einfach aufzubauen sind. In einigen Jahren sind Zwischenschritte wie hybride Lösungen vielleicht obsolet. Hier und heute helfen sie aber einem Unternehmen, sich auf den Weg zu machen, ohne die Organisation zu überfordern und durch radikale Interventionen im Endeffekt zu destabilisieren.

Drei Dinge sind in hybriden Organisationen besonders wichtig:

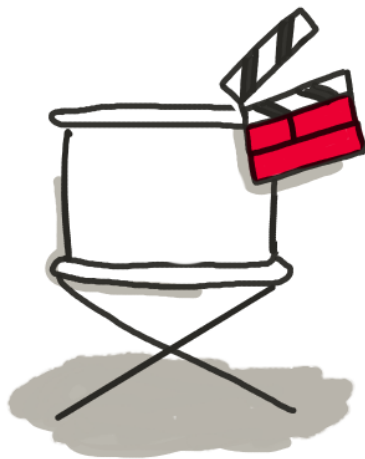
- Gute und sehr klare Abgrenzung in neue bzw. traditionelle Arbeitswelt, damit alle verstehen, was gilt wo – v.a. mit Blick auf Prozesse, Strukturen und Regeln
- Das Kind nicht mit dem Bade ausschütten, sondern Erfolgreiches beibehalten anstatt es als „uncool“ abzustempeln. Das gilt auch beim Zugang zu Ressourcen: Wenn die großen Budgets und die schicken Büros nur den Vertretern der „neuen Welt“ vorbehalten sind, dann wird die hybride Welt nicht gelingen
- Experimente oder Lernfelder brauchen einerseits die nötige Beinfreiheit – andererseits ist oft eine Ankopplungsfähigkeit an das Business oder die Gremien nötig – hier ist eine „Übersetzungsrolle“ hilfreich, in der die Brücke zwischen beiden Welten der hybriden Organisation geschlagen wird



Kapitel 4

Jede Transformation braucht eine Masterstory – jede!

Damit die Führungskräfte sprechfähig sind und souverän auftreten



Die Masterstory ist ein Evergreen in unserem Beratungsalltag und nach 15 Jahren erfolgreicher Begleitung von Transformationen wissen wir: Sie ist ein erfolgskritisches Schlüsselement, das so selbstverständlich sein sollte, wie das Anschnallen im Auto.

Entscheidend für den Erfolg einer jeden Masterstory ist, dass die Führungskräfte tatsächlich sprechfähig sind und nicht bei der ersten kritischen Nachfrage ins Straucheln geraten. Eine Masterstory, die nur aus Buzzwords besteht und nicht wirklich durchdacht ist, führt am Ende dazu, dass den Führungskräften die Argumentationsgrundlage fehlt und die Veränderung nur noch mittels Anweisungen durchgesetzt werden kann.

Eine gute Masterstory zeichnet sich durch bestimmte Qualitätskriterien aus:

- Sie lässt ein kohärentes und schlüssiges Bild aus aktuellen Defiziten und geplanten Veränderungen entstehen und beschreibt bzw. begründet die Transformation in zusammenhängenden Sätzen.
- Darüber hinaus hat sie über den kompletten Zeitraum einer Transformation Gültigkeit. Sie beschreibt schon zu Beginn alle wesentlichen Elemente, auch wenn viele Details erst im weiteren Verlauf entwickelt werden.
- Die Kernbotschaften sorgen dafür, dass die Kommunikation während der gesamten Transformation immer auf das Ziel gerichtet bleibt. Darüber hinaus ist sie stets an alle internen und externen Zielgruppen adressiert. Somit lassen sich aus der Masterstory alle gängigen Kommunikationsmaßnahmen wie Townhall-Präsentationen, Newsletter oder Social Media Content ableiten.
- Jede Masterstory ist klar und deutlich; sie motiviert für die anstehenden Veränderungen – aber ohne billige Beschönigungen oder inhaltsleere Prosa.

Auf diese Weise wird die Frage, warum eine Transformation notwendig ist, nachhaltig beantwortet. Kennen Sie eigentlich Ihr „Warum“?

Kapitel 5

Zunehmende Komplexität und Performanceverlust mit einer magischen Intervention heilen?

Wenn der Unternehmenserfolg ins Stocken gerät, hat das meist mehrere Ursachen. Die Probleme sind in der Regel nicht über Nacht entstanden und sie können auch nicht durch einen wuchtigen Befreiungsschlag gelöst werden. Der Wunsch nach einem Breitbandantibiotikum ist zwar verständlich, macht eine Organisation aber resistent für zukünftige Veränderungen. Komplexität erfordert ganz einfach genaues Hinschauen und oft auch die Bereitschaft zu höherer Komplexitätstoleranz.

Die businessforce zeichnet sich dadurch aus, präzise Interventionen zu setzen und Kollateralschäden zu verhindern. Unsere Erfahrung im Umgang mit Komplexität ist vielfältig – hier einige der wichtigsten Erfolgsfaktoren:

Präzise Analysemöglichkeiten durch unsere interdisziplinären Expertenteams: Vielfalt reduziert blinde Flecken und hilft dabei, Wirkzusammenhänge zu erkennen. Dabei ist die DNA des Kunden entscheidend, denn gute Konzepte müssen heute kontextgebunden sein und den Reifegrad eines Unternehmens berücksichtigen. Was in einem Unternehmen funktioniert, wirkt in einem anderen noch lange nicht.

Unabhängig vom Unternehmenskontext ist es entscheidend, die erfolgskritischen Punkte zuerst zu durchdringen, anstatt alles zum gleichen Zeitpunkt



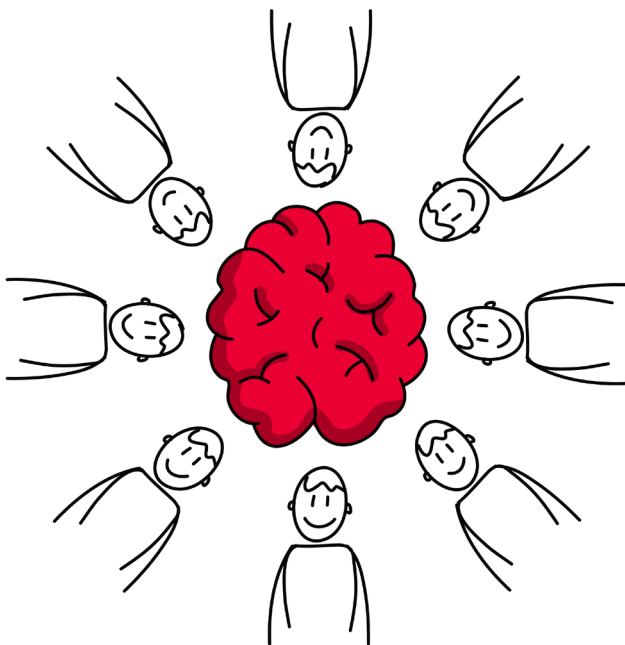
lösen zu wollen. Das bewusste Ausklammern einzelner Aspekte mobilisiert oft die nötige Dynamik, um voranzukommen. Ähnlich ist es bei der Unterscheidung zwischen Komplexität und Kompliziertheit. Während Komplexität inhaltlich getrieben ist, entsteht Kompliziertheit oft aufgrund von dysfunktionalen Strukturen und Prozessen. Komplexität benötigt daher Deep-Thinking und kollektive Intelligenz, bei Kompliziertheit hilft nur konsequentes Aufräumen.

In fast allen Transformationen gilt das – häufig vernachlässigte – Prinzip: wenn der Weg definiert ist, Kurs halten. Wenn nötig, nachsteuern. Aber nicht ständig die Zielkoordinaten ändern, denn sonst kann am Ende gar nichts mehr wirken.

Kapitel 6

Kollektive Intelligenz nutzen

Spezielle Workshop Formate aktivieren das kollektive Potential der Organisation



Bist du der Klügste im Raum, so solltest du den Raum wechseln. Und: Jeder Mensch entwickelt sich zum Durchschnitt der Menschen, mit denen er sich umgibt.

Mit diesen oder ähnlich klingenden Aussagen sieht sich jeder früher oder später einmal konfrontiert. Wir leben in einer Zeit, die fantastische Möglichkeiten

zum Austausch und Schaffen von Wissen und Informationen bietet. Diese effektiv und effizient zu nutzen, stellt einen Grundpfeiler wirtschaftlichen Erfolges dar. Die Zeit der Universalgenies ist längst vergangen. Entscheidend ist vielmehr, wer auf welchem Gebiet erstklassig ist. Wer in welcher Situation erstklassig ist. Und nicht zuletzt, worin man es selbst ist. Doch nicht nur das Erstklassige zählt, auch das Einnehmen anderer Perspektiven führt zu neuen Erkenntnissen.

Zwei Punkte sind aus unserer businessforce Erfahrung entscheidend für das persönliche und geschäftliche Fortkommen: Produktivität und Innovation, zwei Erfolgsfaktoren in der heutigen Geschäftswelt, sind eng mit Kollaboration und Wissensfluss verknüpft – daher muss in den Köpfen aller das Bewusstsein für Schwarmintelligenz entstehen. Die businessforce unterstützt Sie dabei, das kollektive Potential Ihrer Organisation zu aktivieren. In unseren innovativen Workshop-Formaten entstehen oft in sehr kurzer Zeit gänzlich neue Lösungsansätze. Die Formate machen Zusammenhänge sichtbar und fördern neue Denkmuster. Das ermöglicht unseren Kunden, den Schatz des kollektiv vorhandenen Wissens in der Organisation zu heben und maximal nutzbar zu machen!

Kapitel 7

Die lehrreiche Frage: „Was ist denn IHR Beitrag?“

Viele Veränderungsvorhaben in Unternehmen scheitern an einem Scheinverständnis der beteiligten Führungskräfte. Die Vibrations im Workshop sind gut, gemeinsame Ziele sind verabschiedet und die Teilnehmer sind auch wirklich gewillt und motiviert für die anstehende Veränderung. Trotzdem ist nach kurzer Zeit Sand im Getriebe.

Das Thema der individuellen Beiträge begegnet uns seit vielen Jahren in schöner Regelmäßigkeit. Die Arbeitspakete sind zwar verteilt, aber das alleine reicht nicht. Oft ist auch unklar, wie die einzelnen Beiträge zusammenpassen bzw. nicht zusammenpassen.

An dieser Stelle setzt das businessforce Beitragsmanagement an, das eine Passung zwischen den einzelnen Beiträgen auf der inhaltlichen und zeitlichen Ebene herstellt. Es braucht diese Granularität und jede Führungskraft sollte die Frage nach dem eigenen Beitrag benennen können. Sie bewirkt – und das ist fast noch wichtiger als die Sachebene – dass jeder aufgefordert ist, eine persönliche Verbindung zur geplanten Veränderung zu benennen. Das businessforce Beitragsmanagement wirkt sich übrigens auch positiv auf die Gesamtdisziplin während einer Transformation aus.



Kapitel 8

Take a break!

Von der strategischen Bedeutung von Entschleunigung

Ein Meeting, danach der direkte Anschlusstermin gefolgt von einem JourFixe, Telco, WexEx und so weiter. So oder so ähnlich finden täglich unzählige Arbeitstage statt. Das operative Geschäft ist in der Regel eng getaktet und durchorganisiert und das ist gut so. Doch Moment – wie sollen in dieser Eile und Informationsfülle innovative Gedanken entstehen, die mich, mein Team und meine Kunden strategisch voranbringen?



Gänzlich neue Ansätze, das Lösen hochkomplexer Probleme oder eine strategische Neuausrichtung, brauchen einen anderen Nährboden und Entschleunigung spielt dabei eine wichtige Rolle: sich zurücklehnen, das Gehirn „durchlüften“ lassen, reflektieren, die Situation aus einer anderen Perspektive betrachten. Wir nennen das „in den Deep-Thinking Modus“ kommen. Dazu haben wir spezielle Settings für Führungskräfte entwickelt, die ihnen dabei helfen, den Blick vom Schreibtisch zu heben.

Besonders nachhaltige Ergebnisse erzielen wir übrigens durch den bewussten Wechsel zwischen Deep-Thinking und Operativem Modus. Die Teilnehmer lernen, aus zwei verschiedenen Quellen zu schöpfen und in der Verbindung liegt der eigentliche Gewinn. Müssen wir noch extra erwähnen, dass die Ergebnisse aus der Hirnforschung unsere Erfahrungen bestätigen? Und was ist wohl förderlicher für die Erhaltung der eigenen Vitalität – back2back Meetings in Dauerschleife oder der Wechselschritt zwischen Operativem und Deep-Thinking Modus?

Kapitel 9

Strategieentwicklung ist gelebte Transformation!

Strategieentwicklung und -umsetzung sind heute EIN Prozess

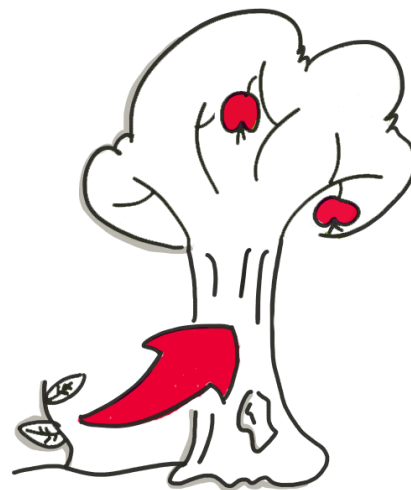
Die wenigsten Unternehmen können heutzutage ihren Geschäftsbetrieb auf Basis von drei- oder gar fünf-Jahresplänen steuern. Der Grund dafür ist die rasant voranschreitende digitale Transformation und die damit einhergehenden, gänzlich neuen Ansprüche bzw. Entscheidungen ihrer Kunden.

In der Folge sind Unternehmen von massiven Disruptionen betroffen: Plötzlich auftauchende Wettbewerber bedrohen etablierte Geschäftsmodelle; und der Bedeutungswandel von Informationstechnologie verspricht einerseits Produktivitätsgewinne, macht es andererseits aber nötig, das eigene Geschäftsmodell ständig zu überprüfen. Deshalb müssen ehemals getrennte Prozesse wie Strategieentwicklung und -umsetzung zu einem Vorgang verschmelzen. Dann ist Strategie gelebte Transformation!

Das von uns entwickelte Modell besteht aus vier Phasen, um Strategieentwicklung- und -umsetzung zu verbinden und als kontinuierlichen Prozess im

Unternehmen zu verankern. Die Erfahrung unserer Kunden zeigt: Was innerhalb von drei Monaten nicht umgesetzt ist, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit keine Wirksamkeit erzeugen. Ausnahmen bestätigen die Regel. Deshalb ist es wichtiger, einen Designfehler früh zu erkennen oder die Relevanz einer Maßnahme zu hinterfragen, als in langwierigen Umsetzungsprojekten wertvolle Ressourcen zu verlieren.

Unsere Kunden nehmen sich ca. sechs Monate Zeit, um die Phasen zu durchlaufen. Ja, Transformation ist damit „always on“ und die Ziellinie verschwindet zusehends. Andererseits bietet der Rhythmus aus Analyse, Veränderung, Implementierung und Überprüfung eine ordnende Struktur. Aber noch viel wichtiger: Das Vorgehen reduziert die Gefahr, wichtige Signale zu übersehen.

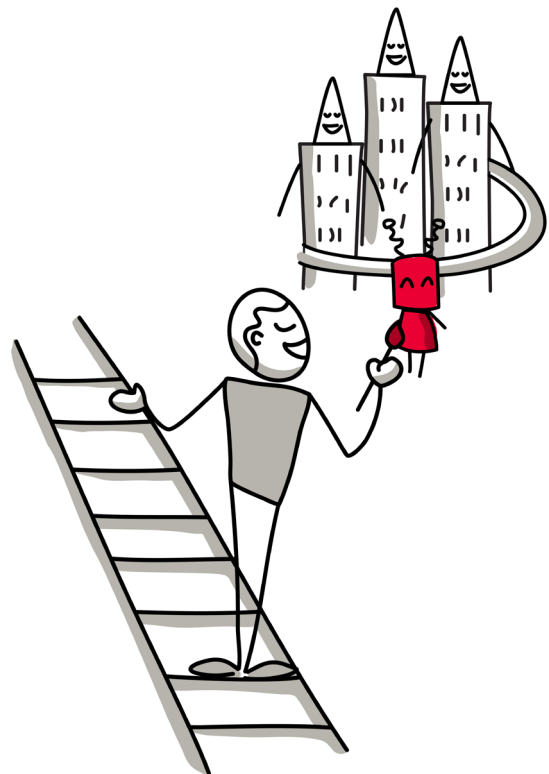


Kapitel 10

Mach dir ein Bild!

Mit Hilfe von „picture-based Working“ alte Denkmuster aufbrechen

Komplexität ist beherrschbar. Kreativität ist produzierbar. Was so einfach klingt, erfordert allerdings andere Herangehensweisen und Methoden als Powerpoint-Schlachten. Im Kern geht es um das Visualisieren von Gedanken und das Verknüpfen der rechten und linken Gehirnhälfte, um bewusste und zielgerichtete Anker zu setzen. Damit wir die zur Verfügung stehenden kognitiven Potentiale maximal ausschöpfen können, nutzen wir mit unseren Kunden erfolgreich und intensiv verschiedene Methoden des „picture-based Workings“. Sie bewirken, dass das emotionale, kreative und intuitive Denken der rechten Gehirnhälfte mit dem Analytischen, Rationalen und Sachlichen der linken Hälfte verknüpft wird. Jeder von uns handelt durch die Dominanz einer der beiden Hemisphären. Ein Aufbrechen klassischer Denkmuster wird durch picture-based Working also deutlich erleichtert und weckt Potentiale, die bisher nicht sichtbar waren. Unsere Erfahrung zeigt, dass schon bei ersten Anwendungen Anker gesetzt werden, bei denen ein einzelnes Bild eine ganze Kette von Gedanken auslösen kann. Picture-based Working ist darüber hinaus von grundsätzlicher Bedeutung, um die nachfolgenden Generationen als Zielgruppe für Kommunikation und als Mitgestalter der Transformation zu gewinnen. Denken Sie neu. Denken Sie visuell.



Kapitel 11

Von anderen Disziplinen lernen

Klingt gut, ist nützlich und vor allem effizient - wenn jemand die Anwendung für die Wirtschaft schon vorgedacht hat

Wir alle sind Experten in unserem Gebiet. Und als Experten wissen wir natürlich genau, was wann zu tun ist. Wissen wir das wirklich? Wagen wir den Blick über den Tellerrand in andere Disziplinen und nutzen die kollektive Intelligenz (Kapitel 6), die uns durch andere Fachrichtungen und Blickwinkel angeboten wird!



Wieso nicht die Psychologie zum Verstehen menschlicher Kommunikation und Entscheidungen nutzen? Warum können diplomatische Modelle in kniffligen Verhandlungssituationen hilfreich sein? Welche Methoden werden in der Politik angewendet, um Positionen zu stärken und Interessen zu vertreten? Welche Analysemethoden werden in den Naturwissenschaften verwendet, die sich auch auf mein Business anwenden lassen? Und was haben eigentlich Kohäsionskräfte auf Teilchenebene mit gruppendynamischen Prozessen zu tun?

Der multidisziplinäre USP in unserem Beratungsansatz beschränkt sich nicht auf die verschiedenen Fachrichtungen im Lebenslauf unserer Beraterinnen und Berater. Wir sind einen Schritt weiter gegangen und haben viele pragmatische Modelle und Tools entwickelt in denen wir die Kenntnisse aus anderen Disziplinen und Fachbereichen für die Wirtschaft und insbesondere für Unternehmen in Veränderungsprozessen passgenau übersetzt haben.

Kapitel 12

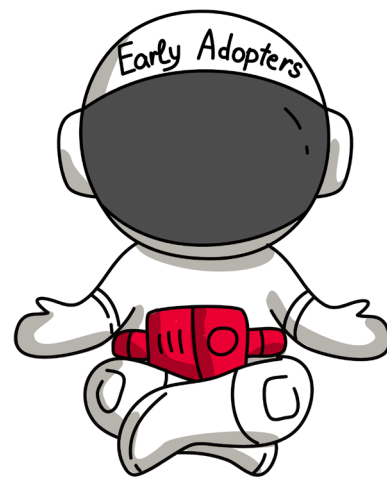
Echte Beteiligung organisieren

Wie Beteiligungsmanagement zum Geschwindigkeitsbooster wird

Die Arbeit mit Change Agents wie in den 90ern wird heute gerne als Zeitverschwendung betrachtet, die aber leider notwendig ist, weil die Beteiligung für eine Transformation irgendwie organisiert werden muss.

Warum hat sich eigentlich das ursprünglich positive Bild von Change Agents so verdüstert? Und steckt in der Idee doch noch etwas Erhaltenswertes? Wir von der businessforce sind große Verfechter von Beteiligungsmanagement, weil es ein echter Geschwindigkeitsbooster für die Transformation ist. Vorausgesetzt: es ist gut gemacht!

Deshalb haben wir den die gängigen Prozesse kurzerhand neu organisiert. Anstatt die Change Agents vom Anfang bis zum bitteren Ende an die Transformation zu binden, setzen wir sie bedarfsorientiert ein. Die Koordination übernimmt ein Beteiligungsbroker, der genau weiß, welche Rollen oder Funktionen wann ein echtes Interesse haben, der Stimmung einfängt und sie in neue,



passgenaue Aktivitäten übersetzt. Wir schaffen Angebote für Zaungäste – oft finden sich auf diese Weise sozusagen „natürliche Change Agents“ die - intrinsisch motiviert – eine natürliche Begleitungsrolle ausfüllen.

Kapitel 13

Der Kopf der Transformation sein heißt sichtbar zu sein

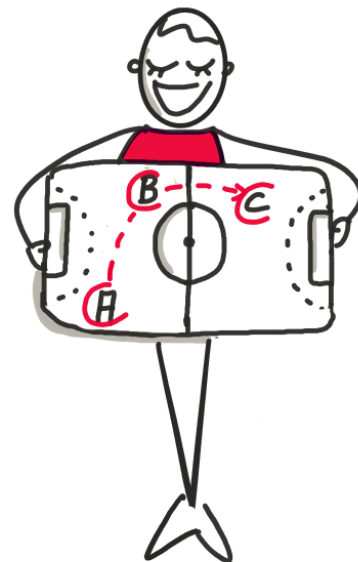
Und: Auch der Kapitän braucht mal einen Sparrings-Partner

Wenn Sie als Führungskraft oder Executive für eine größere Veränderung verantwortlich sind, dann ist Ihr Platz auf der Schiffsbrücke. Unsere 15-jährige businessforce Erfahrung zeigt, dass die Verantwortlichen während des gesamten Prozesses deutlich sichtbar sein sollten. Ihr Team braucht sie jetzt!

Dazu kommt: Fast jede Transformation gerät zwischendurch in schweres Fahrwasser – egal ob auf der inhaltlichen, organisatorischen oder menschlichen Ebene. In solchen Situationen ist Ihre Sichtbarkeit ganz besonders wichtig.

Der Kopf einer Transformation zu sein, ist eine sehr anspruchsvolle Rolle, weil der „Autopilot-Modus“ nahezu unbrauchbar ist. Unsere Erfahrung zeigt: Auch die Menschen, insbesondere die Verantwortlichen, durchlaufen während einer Transformation eine

Phase der persönlichen Veränderung. Und sie stehen meistens vor der Herausforderung, das Neue in die Welt zu bringen ohne das operative Geschäft zu vernachlässigen. Wir nennen es „zweihändig managen“. Unsere Berater/innen sind fast ausnahmslos sowohl erfahrene Führungskräfte als auch ausgebildete, systemische Coaches. Das persönliche Sparring in einem vertraulichen Rahmen ist ein weiterer Erfolgsbaustein unserer Arbeit.





businessforce.eu