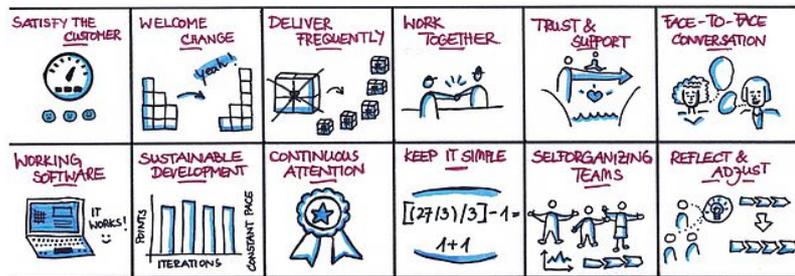




Prinzipien“, die Bestandteil des „Agilen Manifests“ sind, geben eine gute Übersicht, was unter einem agilen Mindset verstanden werden kann.



Wenn es um „Mindset“ geht, wird es in Veränderungsprozessen aber oft schwammig, blumig oder einfach schwer zu greifen. Deshalb haben wir auf dem Change Camp 2017 am 23. – 24. Oktober in der Session „Agile Prinzipien im Change“ mit der Frage beschäftigt, wie diese Prinzipien speziell in Veränderungsprozessen umgesetzt werden können.

In der interessanten Diskussion rund um Agilität im Change wurden allgemeine Themen angesprochen; z.B wie Agilität in hierarchischen Organisationen generell eingeführt und wie das Commitment von Führungskräften zum Thema Agilität hergestellt werden kann.

Zur Umsetzung agiler Prinzipien in Change Prozessen wurden diese Themen diskutiert:

- Das Prinzip „Work together“ kann durch ein **heterogen besetztes Kernteam** umgesetzt werden: Das Projektteam, das den Veränderungsprozess gestaltet sollte zum einen unterschiedliche Bereiche des Unternehmens repräsentieren (Regionen, Fachbereiche, Unternehmensbereiche) sowie die unterschiedlichen Kompetenzen umfassen, die

zur Gestaltung des Veränderungsprozesses notwendig sind.

- Die Prinzipien „Continuous attention“ sowie „Reflect and adjust“ können durch den **Einsatz digitaler Tools** umgesetzt werden: Durch Kollaborations-Apps wie z. B. Slack kann die Kommunikation im Kernteam unterstützt und somit die Qualität der Change-Interventionen verbessert werden. Durch den Einsatz von Quick Polls kann kontinuierlich nachvollzogen werden, ob Interventionen im Veränderungsprozess ihre Wirkung entfalten oder weitere Maßnahmen notwendig sind.
- Das Prinzip „Zielgruppenfokus“ (Satisfy the customer) kann durch den Einsatz von **User Stories** umgesetzt werden. Eine User Story ist eine Anforderung im Veränderungsprozess, die aus der Sicht der jeweiligen Zielgruppe formuliert ist (*Als <Benutzer> möchte ich <ein Ziel> erreichen, damit <ein Nutzen> entsteht.*). Um die relevanten Zielgruppen im Change und deren Bedürfnisse herauszufinden, können klassische Interventionen wie Stakeholder-Interviews durchgeführt werden. Als Nudge, um kontinuierlich User Stories aus Zielgruppensicht zu formulieren, könnte bei Eingabe einer User Story in ein System zunächst ein Avatar mit der Persona einer Zielgruppe erscheinen. Dieser Avatar sagt dann z. B. „Danke, dass Du Maßnahmen konzipierst, die genau zu dem passen, was ich für erfolgreiche Veränderung brauche.“

Einige abschließende Erkenntnisse aus der Session sind:

- Ein Hexenwerk ist erfolgreiche Agilität nicht und Elemente, die klassisch in

Veränderungsprozessen eingesetzt werden, können gut in agiles Change Management integriert werden.

- Selbstorganisation und Zielgruppenfokus sind in Change-Prozessen essenziell.
- Erfolgreich umgesetzte Agilität in Change-Projekten braucht Methode in Kombination mit einem „agilen Mindset“ und mit ein bisschen Kreativität sind diese beiden Aspekte gut miteinander in Einklang zu bringen.

Danke an alle für die spannende Diskussion!

Wir werden den Dialog über die Operationalisierung der 12 agilen Prinzipien fortsetzen- und dadurch Change-Prozesse schrittweise noch wirksamer machen.