

# Wer bin ich?



**Mario Vujnovic**

*Digital Transformation Manager*

10+ Jahre Erfahrungen in  
Beratungsunternehmen und Agenturen  
Berater + Kreativdirektor  
Marketing (B.A.), Kommunikationswissenschaft  
und Rhetorik (M.A.)

# Wer sind wir?

## RHEINPFALZ Mediengruppe

Digitale PrePress  
GmbH

Medien Service  
Pfalz GmbH

Mssw Print-Medien  
Service Südwest  
GmbH

MWS Mediawerk  
Südwest GmbH

Druck- und Versand-  
dienstleistungen  
Südwest GmbH & Co. KG

Verwaltungs-Service  
Pfalz GmbH

Oggersheimer Druckzentrum  
GmbH

PZ Pirmasenser Zeitung Adolf  
Deil GmbH & Co. KG

RHEINPFALZ Verlag und  
Druckerei GmbH & Co. KG

SÜWE Vertriebs- und  
Dienstleistungsgesellschaft mbH  
& Co. KG

Um was geht es?

# Unser Change im Change:

**Ja, wir sind in der Vergangenheit mit Changeprozessen gescheitert.**

**→ Wie wir den Turnaround geschafft haben.**

# Was mache ich?

## RHEINPFALZ Mediengruppe



Digitale PrePress  
GmbH

Medien Service  
Pfalz GmbH

Mssw Print-Medien  
Service Südwest  
GmbH

MWS Mediawerk  
Südwest GmbH

Druck- und Versand-  
dienstleistungen  
Südwest GmbH & Co. KG

Verwaltungs-Service  
Pfalz GmbH

Oggersheimer Druckzentrum  
GmbH

PZ Pirmasenser Zeitung Adolf  
Deil GmbH & Co. KG

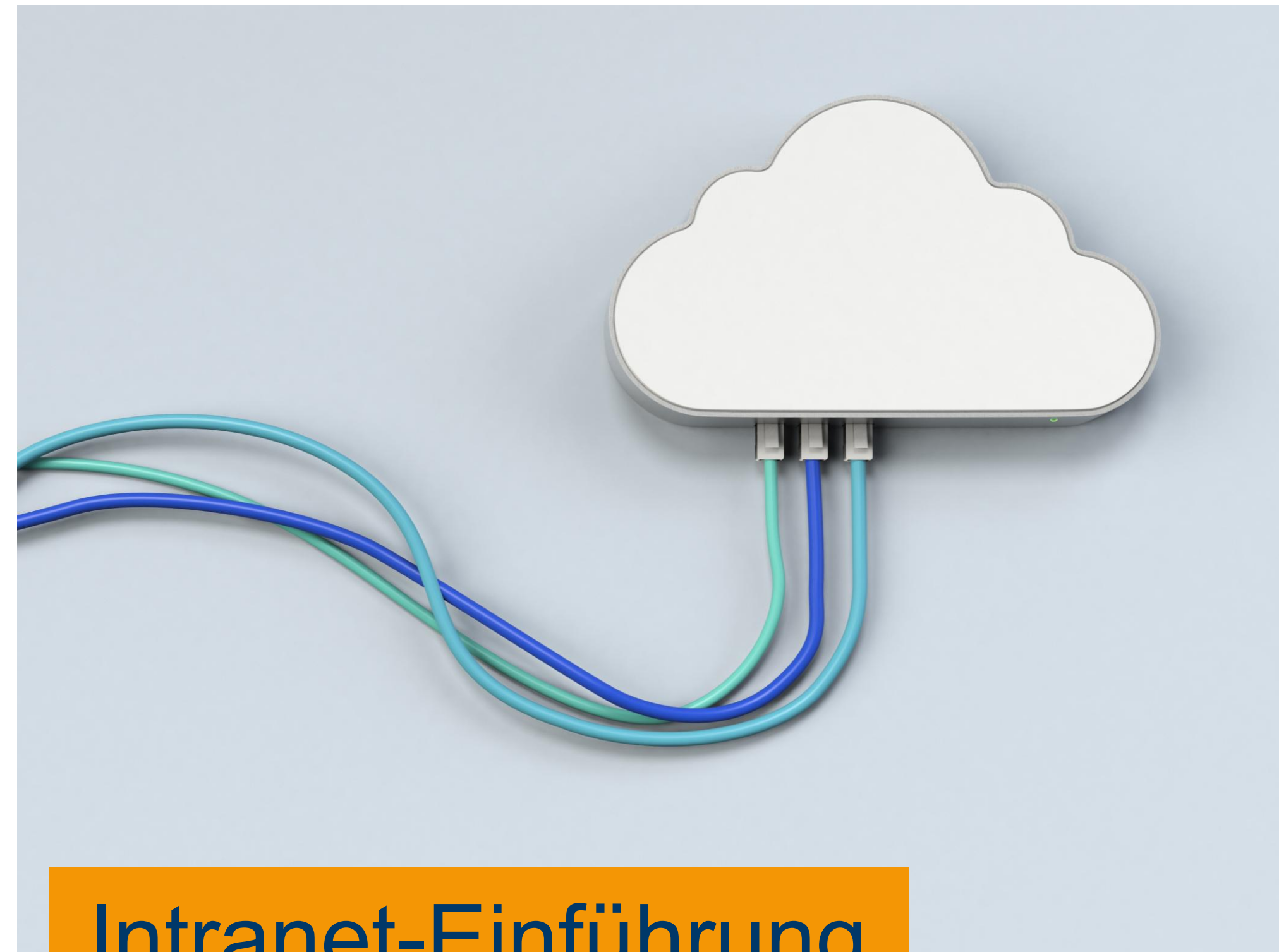
RHEINPFALZ Verlag und  
Druckerei GmbH & Co. KG

SÜWE Vertriebs- und  
Dienstleistungsgesellschaft mbH  
& Co. KG

Ich setzte 2 Projekte in 3 Monaten um:



M365-Einführung



Intranet-Einführung

Was ist passiert?

**Ich war zu schnell für die  
Organisation.**



# Die Illusion des Wandels

Wie Veränderung nicht nur ein Versprechen bleibt

**Viele Change-Initiativen scheitern nicht an der Einführung, sondern nach Projektende.**

**Veränderung verschwindet selten spektakulär – sie verliert schrittweise an Verbindlichkeit.**

## Unsere Herausforderung

Change-Initiativen scheitern nicht an der Einführung, sondern nach Projektende.

Use Case: M365-Einführung

## Lösungsansätze

# 01

### Verantwortlichkeiten

bleiben bestehen –  
auch nach Projektende

# 02

### Proaktive

„**Stichproben**“ durch  
Verantwortliche

# 03

Feedback einholen  
und **verarbeiten**

# 04

Regelmäßige interne  
**Kommunikation**, auch  
nach Projektende

**Change ist kein Projekt oder eine Phase. Er ist dauerhaft. Wir können alle gar nicht schnell genug sein.**

**Unser Fokus springt ständig hin und her. Veränderungen können sich kaum noch verstetigen.**

## Unsere Herausforderung

Change ist kein Projekt, er ist dauerhaft. Wir können alle gar nicht schnell genug sein.

## Use Case: OKR-Einführung

## Lösungsansätze

# 01

**Strukturen** schaffen

Sicherheit – sind aber kein Selbstläufer

# 03

Veränderung als zentralen

Bestandteil der

**Unternehmenskultur**

verstehen

# 02

Viele kleine **gesteuerte und konsistente** Veränderungen, anstatt großer Gießkannen-Changes

# 04

Verantwortung **offiziell** übertragen

**Changemanagement ist interne Arbeit, die sich aber auf Externes auswirkt.**

**Ein Change, der nicht aus Kundenperspektive gedacht ist, ist Zeitverschwendung und – verpufft!**

## Unsere Herausforderung

Kundenperspektive muss auch im Changemanagement mitgedacht werden.

Use Case:  
Lokalmarktmodell-  
Einführung

## Lösungsansätze

# 01

1. Geheimwaffe:

**Präsenz**

# 02

2. Geheimwaffe:

**Wertschätzung**

# 03

3. Geheimwaffe:

**Positive**

**Fehlerkultur**

# 04

4. Geheimwaffe:

**Neugier und Vertrauen**

**Zur Wahrheit gehört auch: Wir werden es nicht schaffen, alle immer mitzunehmen.**

**Jede Person verharrt unterschiedlich lange im “Schockzustand” bei Veränderungen.**

## Unsere Herausforderung

Wie nehmen wir so viele  
Menschen wie möglich mit?

Use Case:  
Callcenter-  
Wechsel

## Lösungsansätze

# 01

**Erfolge** schaffen

Nachhaltigkeit – auch  
über das Projektende  
hinaus

# 02

**Individuelle Begleitung**

schlägt allgemeine Projekt-  
und Prozesslogiken

# 03

Menschen  
verändern sich  
nicht. Außer wir  
bieten ihnen **echte,**  
**spürbare Vorteile.**

# 04

Veränderungen haben  
**keine Deadline.**

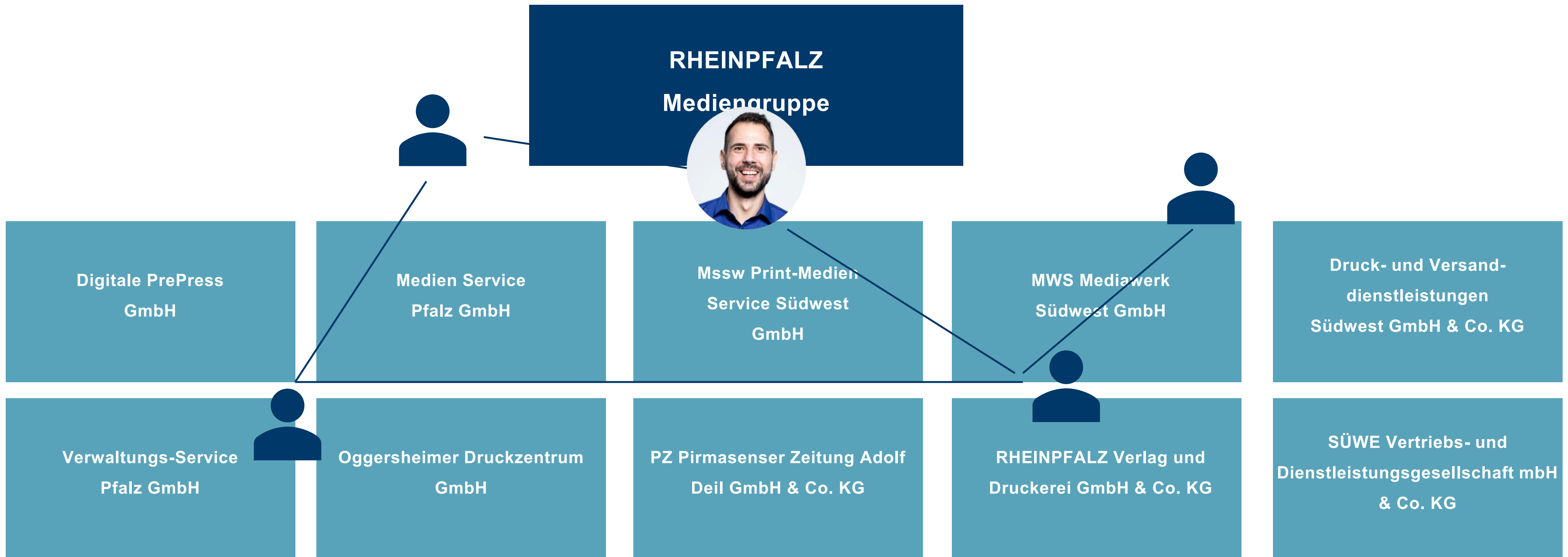
Eine Frage bleibt:

**Wie messen wir nun eigentlich den Erfolg von Changemanagement?**

Wir haben für uns beschlossen:

**Wir sind dann erfolgreich, wenn andere Abteilungen proaktiv auf uns Changemanager zukommen und unsere Begleitung anfragen.**

# Wer sind wir?



# Take aways

- ✦ Changemanager sind Moderatoren, Mediatoren, Seelentröster, Projektjongleure, Personalentwickler, Führungskräfte, Berater, Piekser, Kommunikateure und Treiber – seien Sie bitte nett zu ihnen 😊
- ✦ Maßnahmen nach Projektimplementierung bzw. nach Projektende sind mindestens genauso wichtig, wie im Projekt selbst – sonst verpufft die Wirkung.
- ✦ Führen Sie keine Veränderungen zum reinen Selbstzweck durch. Was bringt es dem Kunden ist immer die zentrale Leitfrage.
- ✦ Die einfachsten Werkzeuge sind oftmals die wirkungsvollsten: 1:1-Gespräche, Präsenz & Ansprechbarkeit, Wertschätzung & ernst nehmen sowie lösungsorientiertes Denken fördern.
- ✦ Change hat keine Deadline.

Danke!

