

Werkzeuge und Materialien: Vorstellung der methodischen Vorgehensweise

Dr. Thomas Mühlbradt
GOM Gesellschaft für Organisationsentwicklung
und Mediengestaltung mbH, Aachen

t.muehlbradt@gom.de

Ausgangslage und Aufgabenstellung

1. Notwendigkeit des Wandels
2. „Demografie 2.0“

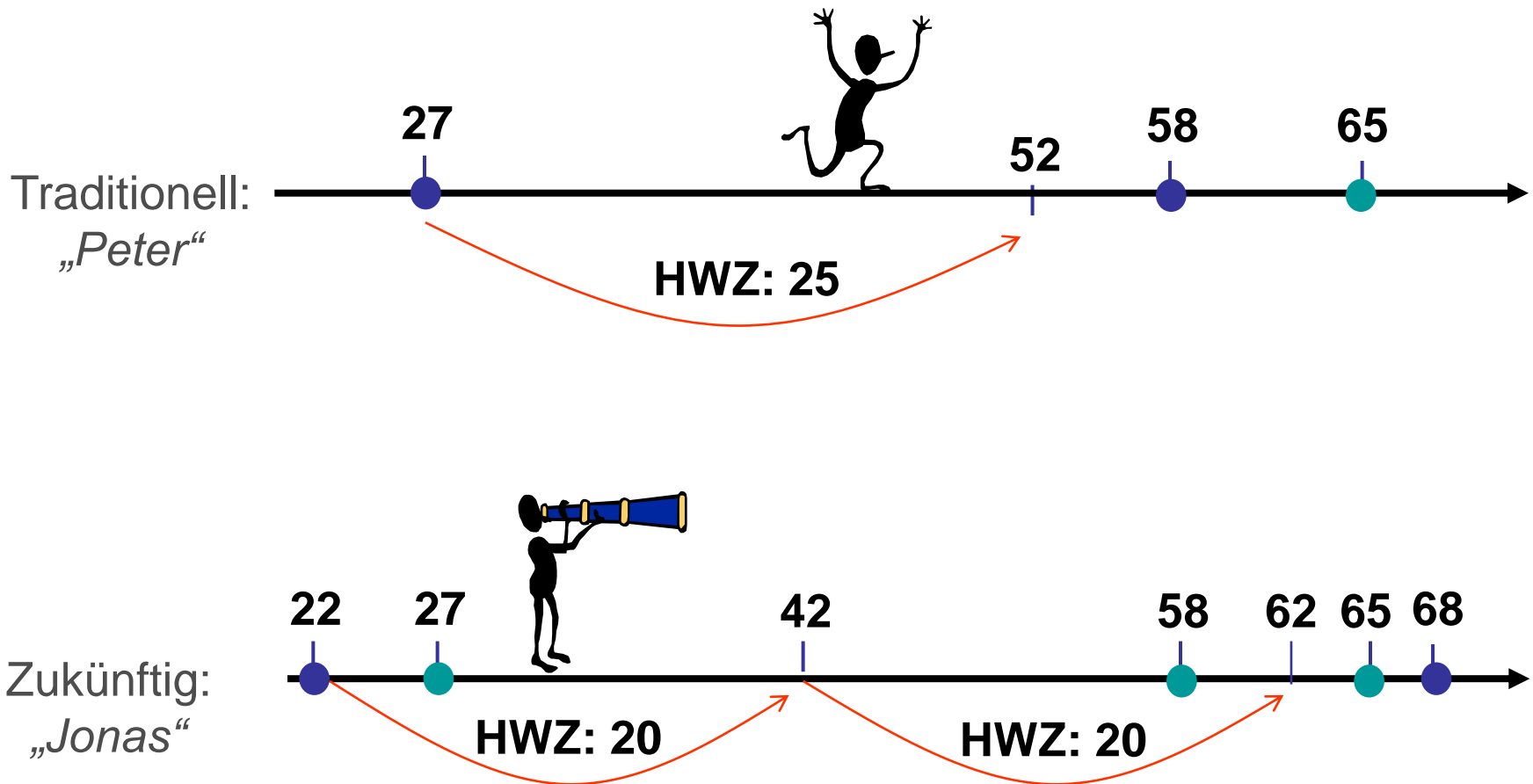
Konzeptioneller Ansatz

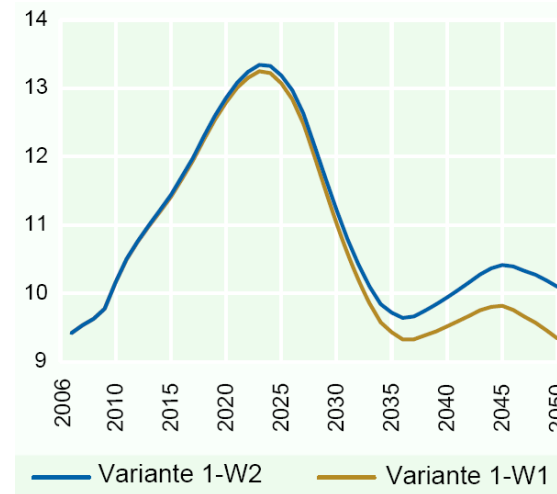
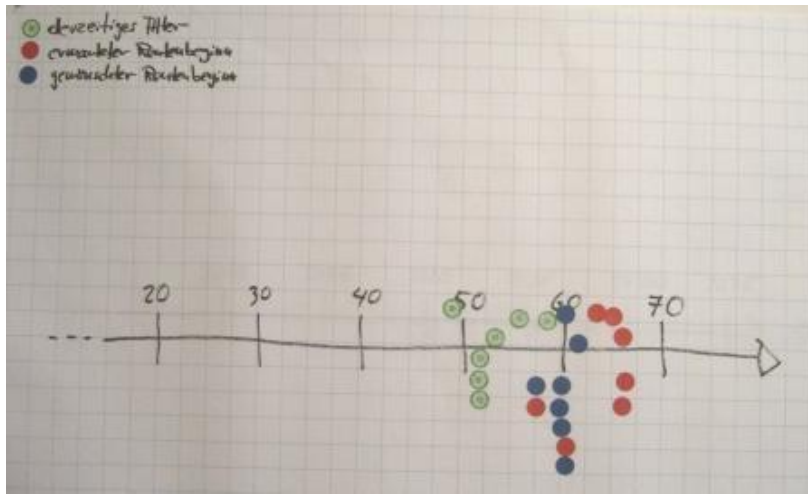
1. Workshop-Konzept
2. Change Management auf zwei Ebenen

Materialien

1. Workshop-Materialien
2. Anleihen bei der Motivationspsychologie
3. Beispiele

Peter und Jonas: Wandel der Berufsbiografien





Die „Bugwelle der Babyboomer“

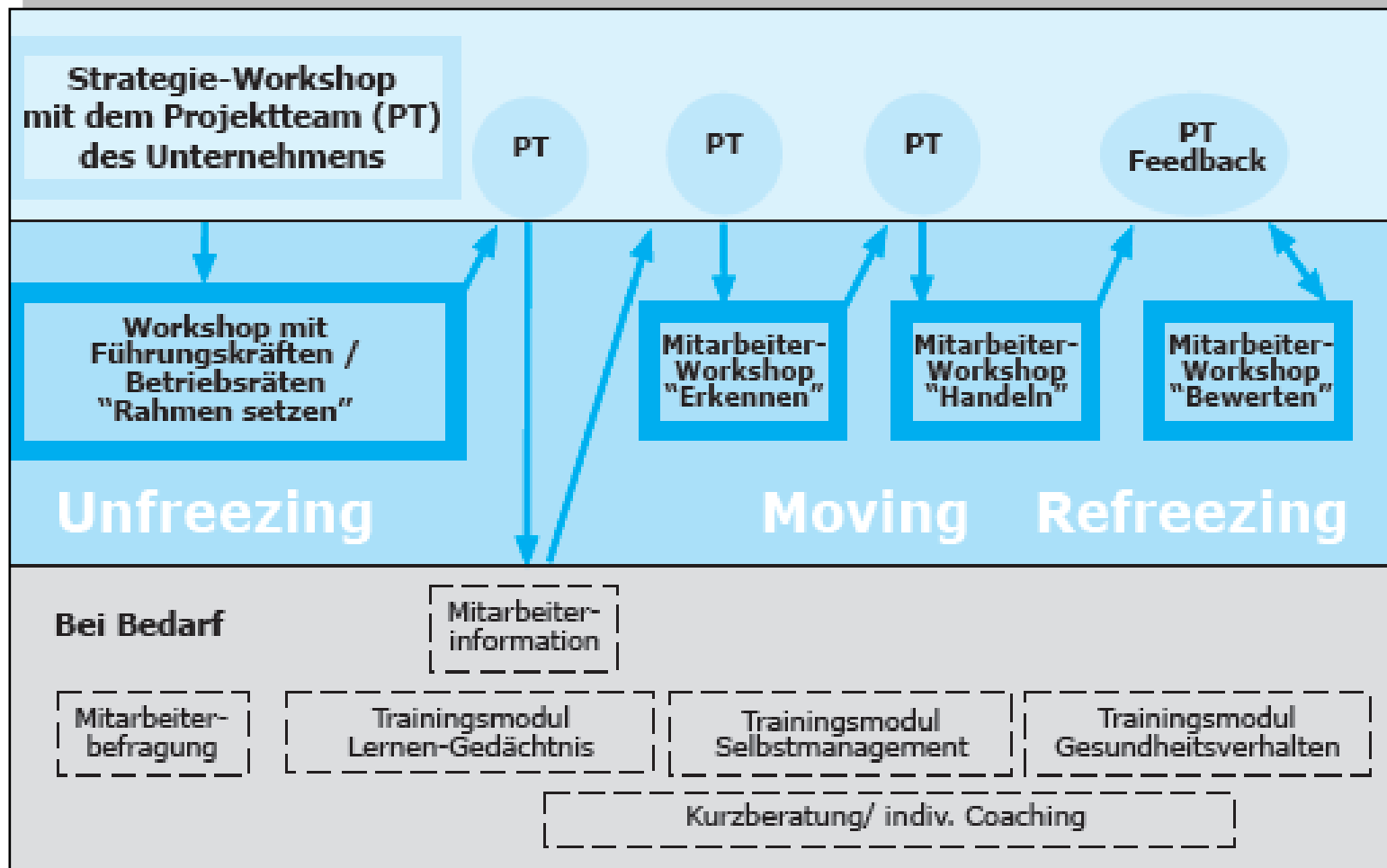
+ „Demografie 1.0“: Gestaltung der objektiven Arbeitsbedingungen

- Ergonomie am Arbeitsplatz
- Arbeitsmedizinischer Schwerpunkt
- Treiber sind interne und externe Fachexperten

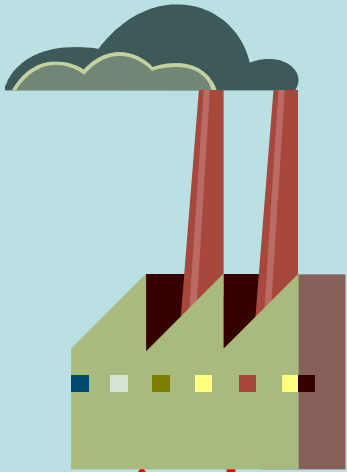
„Demografie 2.0“: Kommunikations- und Kulturorientierter Ansatz

- Leistungsmotivation und Arbeitszufriedenheit
- Arbeits- und Organisationspsychologischer Schwerpunkt
- Treiber sind Personalfachleute und Führungskräfte

Change Management: Workshop-Konzept

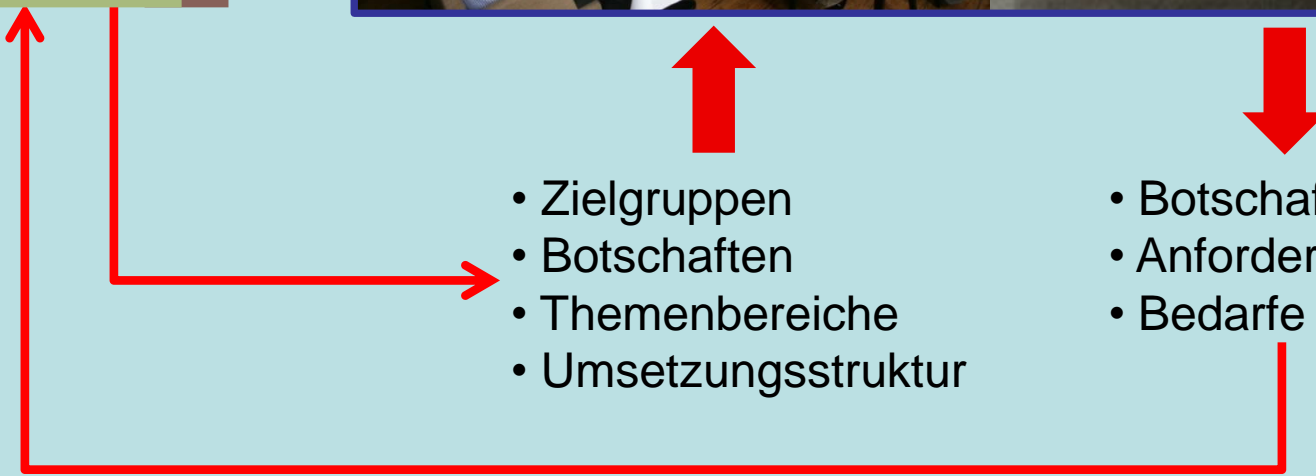


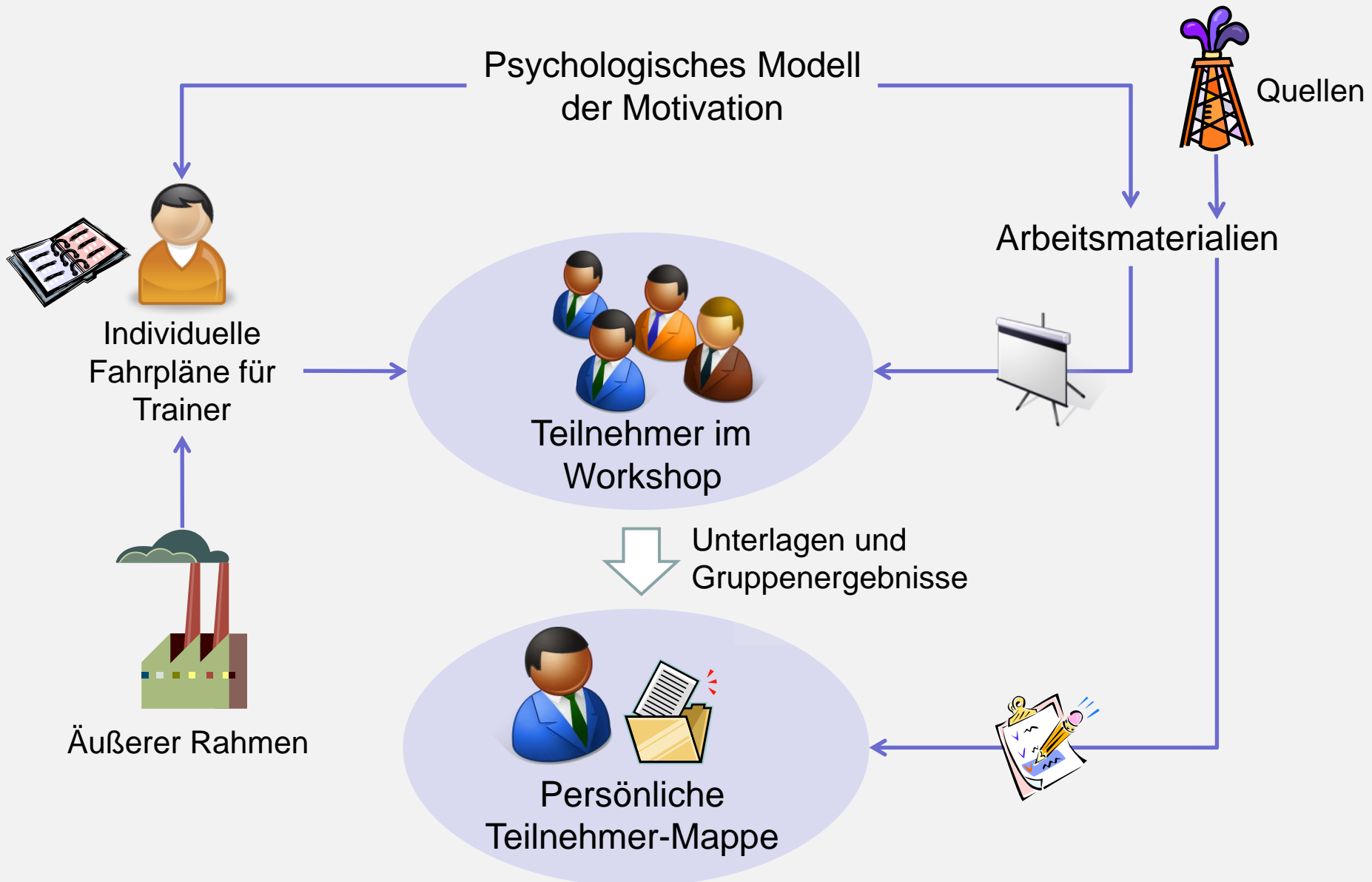
Change Management: Innerer und äußerer Rahmen



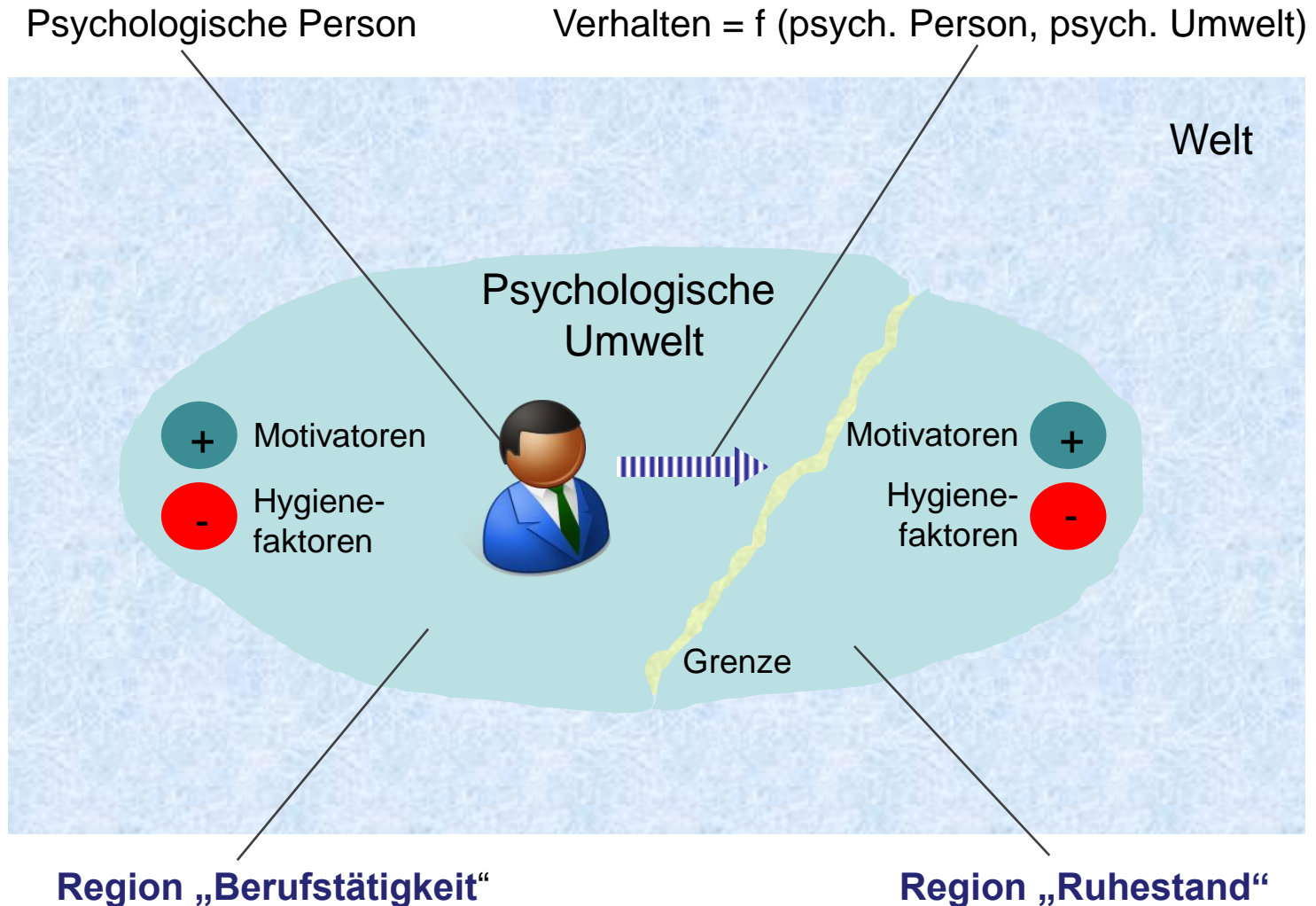
- Zielgruppen
- Botschaften
- Themenbereiche
- Umsetzungsstruktur

- Botschaften
- Anforderungen
- Bedarfe





Motivationspsychologisches Modell: Felder (K. Lewin) und Faktoren (F. Herzberg)



Beispielhafte Werkzeuge aus dem Workshop „Erkennen“



Instruktion:

„Trennen Sie das Maßband Ihrem Alter entsprechend!

Wie alt werden Sie? Zerschneiden Sie dort ebenfalls das Band!

Was wollen sie mit dem Rest anfangen?“

Subjektive Leistungsreserven:

•Haben Sie in der letzten Zeit Ihre täglichen Aufgaben mit Freude erledigt?

ja, stets

das nimmt eher ab

häufig nicht

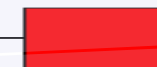


•Waren Sie in der letzten Zeit aktiv und rege?

ja, stets

nicht so oft

selten oder gar nicht



Beispielhafte Aussagen von Teilnehmern



„Ich habe zum ersten Mal verstanden, dass ich hier nicht vor 65 rauskomme.“

*Dem Modell nach verändert sich
In diesem Augenblick die Struktur
der psychologischen Welt.*



„Ich möchte einmal nach Norwegen segeln, bevor ich zu alt bin.“

*Im Modell wird dies als Aussage
über einen persönlichen Hygiene-
faktor verstanden.*