

Digitalisierung

- ▶ KI als Game Changer?
- ▶ Kundenkommunikation 2.0
- ▶ Blockchain

Zukunft Energie

- ▶ Effizienz und Dezentralisierung
- ▶ Flexible Energiesysteme
- ▶ Kooperationen als Chance

Energiewende

- ▶ Strommarktdesign im Wandel
- ▶ Speicherlösungen als Baustein
- ▶ Verzahnung von Energie & Industrie

Netze

- ▶ Netzausbau vs. Smart Grids
- ▶ Big Data – wer hat die Hoheit?

Handelsblatt **Journal**

Eine Sonderveröffentlichung der EUROFORUM Deutschland

JANUAR 2018 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE

ENERGIEWIRTSCHAFT



Transformation, Digitalisierung & neue Geschäftsfelder

„Energizer of the Year 2017“ Håkan Samuelsson S. 24

EUROFORUM

Medienpartner

Handelsblatt
Substanz entscheidet.

ADVERTORIAL



Caroline Altmeier, Partnerin, BLUBERRIES GmbH

„Es scheint noch Nachholbedarf in der Energiewirtschaft zu herrschen. Die Branche wird in den nächsten Jahren sehr viele Veränderungen bewältigen müssen.“

Change Management in der deutschen Energiewirtschaft

Sind wir bereit, den Wandel zu gestalten?

von Caroline Altmeier

Transformation, Change, Wandel, Veränderung - längst haben sich diese Begriffe in der deutschen Energiewirtschaft von purer Theorie zu einer tagtäglichen Aufgabe gewandelt. Kein Unternehmen, das nicht vor der Herausforderung steht, seine Prozesse und Aufgaben und damit einhergehend seine Kultur und Mitarbeiter zu verändern. Die Energiebranche konnte lange Zeit fast gänzlich auf die methodische und professionelle Anwendung von Change Management (CM) Aktivitäten verzichten. Das hat sich in den letzten Jahren geändert.

In einer Studie haben wir über 100 Personen unterschiedlicher Branchen befragt, wie CM Methoden in ihren Unternehmen angewendet und wie sie von Betroffenen wahrgenommen werden. Neben Unternehmen der Energiewirtschaft wurden Projektverantwortliche, Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Branchen Automobil, IT, Finanzdienstleistung, dem öffentlichen Dienst und dem Transport- und Logistiksektor befragt.

Der Branchenvergleich zeigt, dass die Energiewirtschaft bei der Verbreitung und organisatorischen Verankerung von CM sowie einem entsprechenden Schulungsangebot im Mittelfeld der befragten Branchen rangiert. Bei einem genaueren Blick auf die Anwendung von CM wird deutlich, dass viele CM Methoden kaum angewendet werden, bei vielen Projektarten kommt es nur zu einer rudimen-

tären CM Begleitung. Kommunikation findet sich flächendeckend in Projekten wieder; Vision, Partizipation und Qualifikation scheinen jedoch einen geringen Stellenwert zu haben.

Dreiviertel der Befragten aus der Energiewirtschaft gaben an, dass sie sich mehr CM Aktivitäten wünschten. Dies deckt sich mit der wahrgenommenen Anzahl von CM Instrumenten in Veränderungsprojekten („zu wenig“). Auch divergiert die Wahrnehmung von CM stark zwischen Projektverantwortlichen und Betroffenen.

Es scheint noch Nachholbedarf in der Energiewirtschaft zu herrschen. Die Branche wird in den nächsten Jahren sehr viele Veränderungen bewältigen müssen. Es ist also an der Zeit, CM so in Projekten zu etablieren, dass seine Effekte auch auf die Betroffenen wirken und es zum Erfolg der Projekte beitragen kann. Bei Interesse an der Gesamtstudie kontaktieren Sie uns.

www.bluberries.de

BLU BERRIES
FRUITFULLY YOURS

DIE KONZEPT- UND UMSETZUNGS-
BERATUNG IN DER ENERGIEWIRTSCHAFT

NÄCHSTE AUSGABE SEPTEMBER 2018



Positionieren Sie sich in unserer renommierten Sonderveröffentlichung und profitieren Sie von der großen Reichweite bei Entscheidern aus Wirtschaft und Politik.

Mehr erfahren:

+49 (0) 211.96 86 - 37 60

www.handelsblatt-journal.de