



Entwicklung eines Konzepts zur Steigerung der Akzeptanz und Benutzerfreundlichkeit eines neu eingeführten e-Procurement-Tools bei Airbus

Aufgabenstellung/Zielsetzung

Die Einführung eines neuen, konzernweiten Bestelltools für indirekte Materialien bedeutet für Airbus eine weitreichende Veränderung. Um keine Skepsis unter der Belegschaft aufkommen zu lassen, sollen die Mitarbeiter bestmöglich auf den Wandel vorbereitet werden.

Dabei ist das Ziel, die Mitarbeiter in das Veränderungsprojekt einzubinden und ihnen Gestaltungsmöglichkeiten einzuräumen, sodass letztendlich das Tool gerne genutzt wird.

Vorgehensweise

Alle Maßnahmen, welche die Mitarbeiter auf die veränderten Anforderungen durch das neue Tool vorbereiten sollen, lassen sich als Change Management definieren.

Die 4 Phasen des Change Managements werden vorgestellt und dienen als theoretisches Fundament für konkret auszuarbeitende Maßnahmen bei Airbus.

Durch Einbindung der Mitarbeiter können sich diese direkt am Veränderungsprojekt beteiligen. Im Rahmen von Interviews wird aufgedeckt, welche Schwachstellen die Mitarbeiter am derzeitigen Tool sehen. Die Antworten werden ausgewertet und Verbesserungsmaßnahmen für das neue Tool abgeleitet.



Ergebnisse

Die erarbeiteten Change Management Maßnahmen werden in einem Aktions- und Kommunikationsplan präsentiert. Dieser ist sowohl auf die Vorgaben und Richtlinien von Airbus, als auch auf Bedürfnisse der Mitarbeiter abgestimmt und dient als Konzept, um eine reibungslose Einführung des Tools zu ermöglichen.

Die Ergebnisse der Interviews werden zusammen mit dem zuständigen Fachbereich evaluiert und Anpassungen des Tools in Bezug auf die Benutzerfreundlichkeit vorgenommen.