



Protokoll

6. Agiles Netzwerktreffen

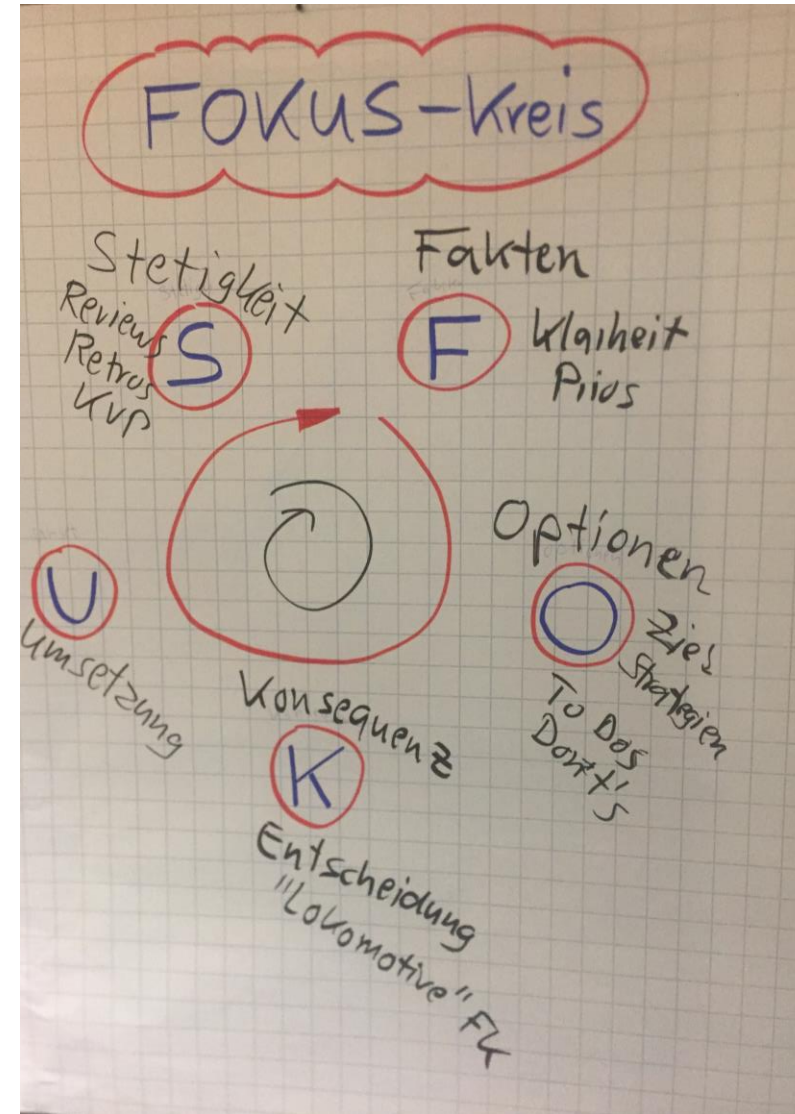
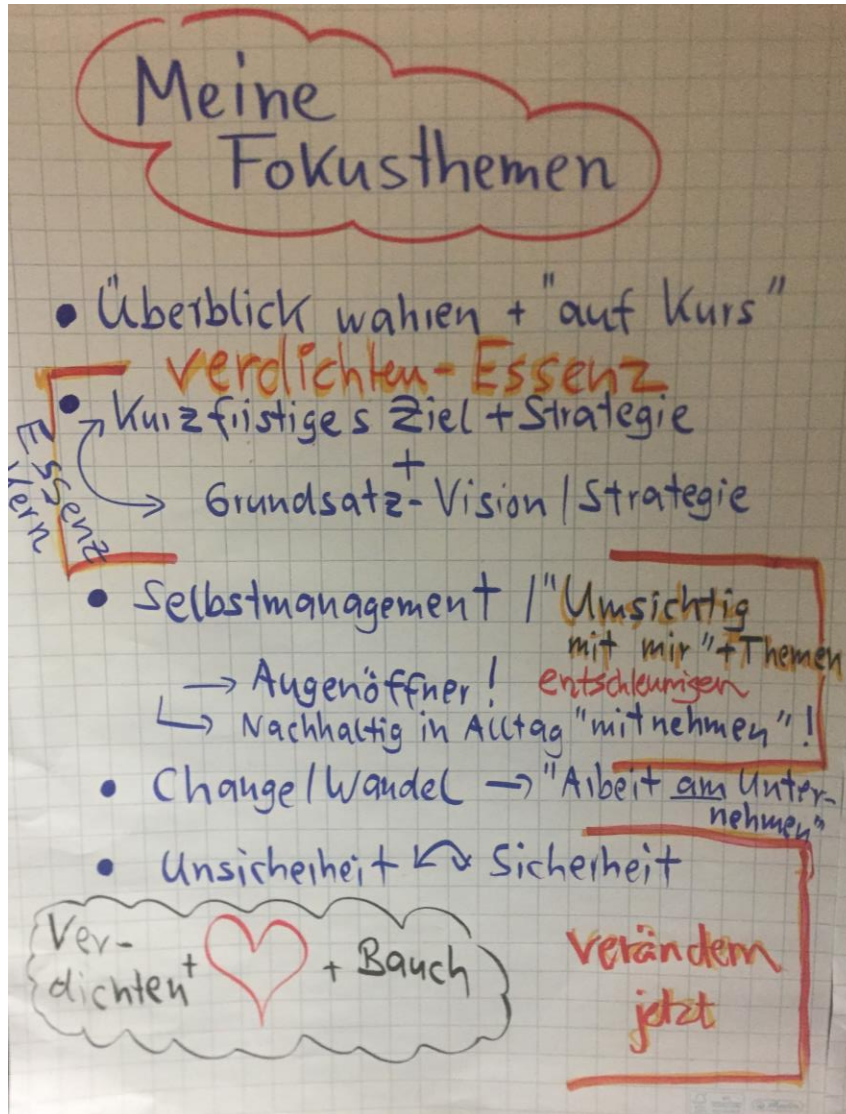
06.05.2020

„Der Krisenleader“



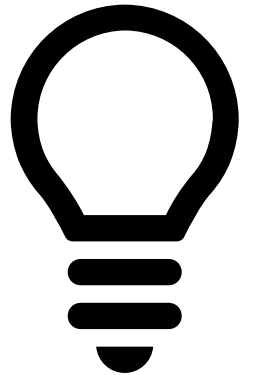
Impressionen





Persönliche Schlüssel-Erkenntnisse:

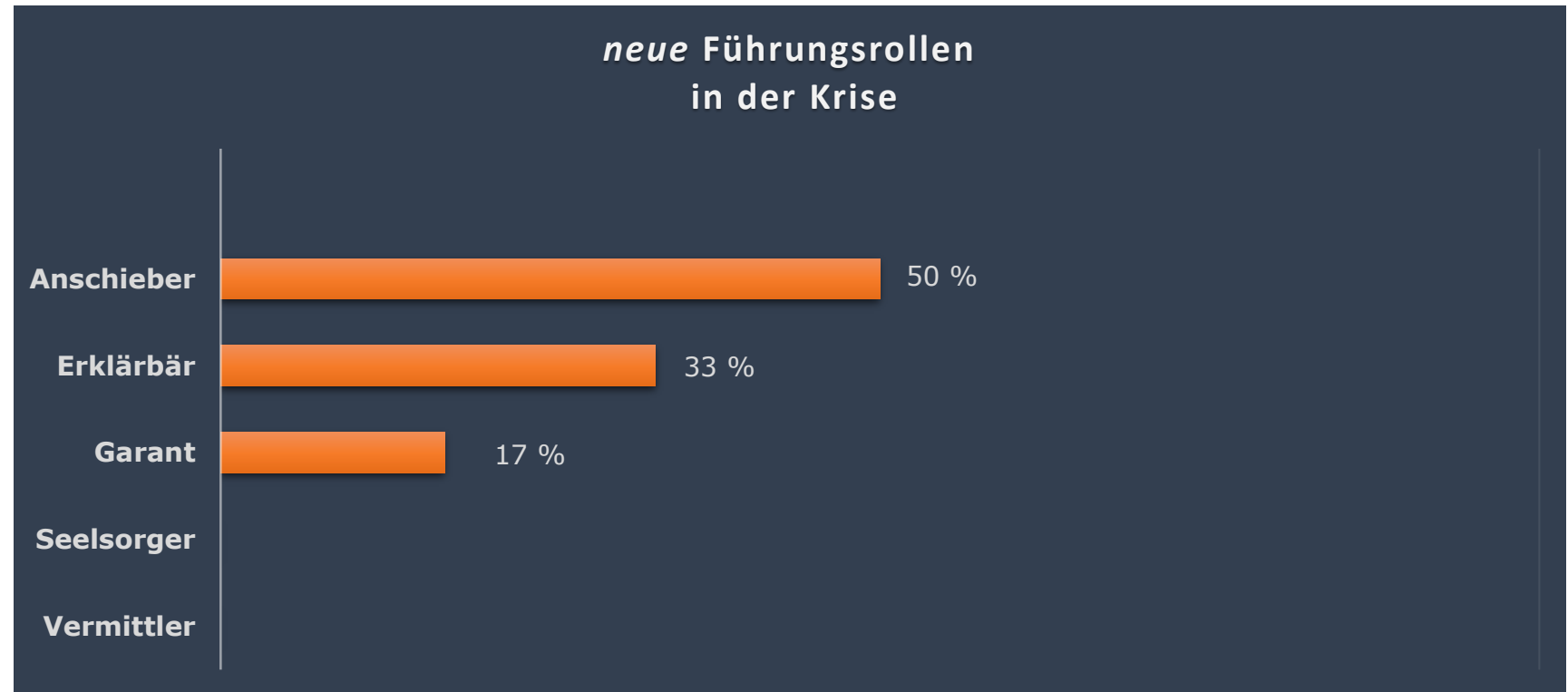
1. In allen Maßnahmen den langfristigen Nutzen identifizieren und anstreben.
2. Nutzenstiftung von Maßnahmen immer auf 2 Beine stellen: logischen Nutzen UND emotionalen Nutzen beschreiben
3. Bei schwierigen Themen immer das übergeordnete Ziel fokussieren.
4. Rückenwind der Bereitschaft zur Veränderung für strategische Klarheit und Schärfung nutzen.
5. Ich muss die Erkenntnisse in Krise nicht bremsen, ich kann die gestiegene Veränderungsbereitschaft nutzen.
6. Menschen sind wacher und aufmerksamer als sonst, damit sind neue Optionen greifbar.



In welcher Rolle siehst Du Dich aktuell am meisten gefordert?

In der Krise ergeben sich neue Führungsrollen.
In welcher siehst Du Dich aktuell am meisten gefordert?

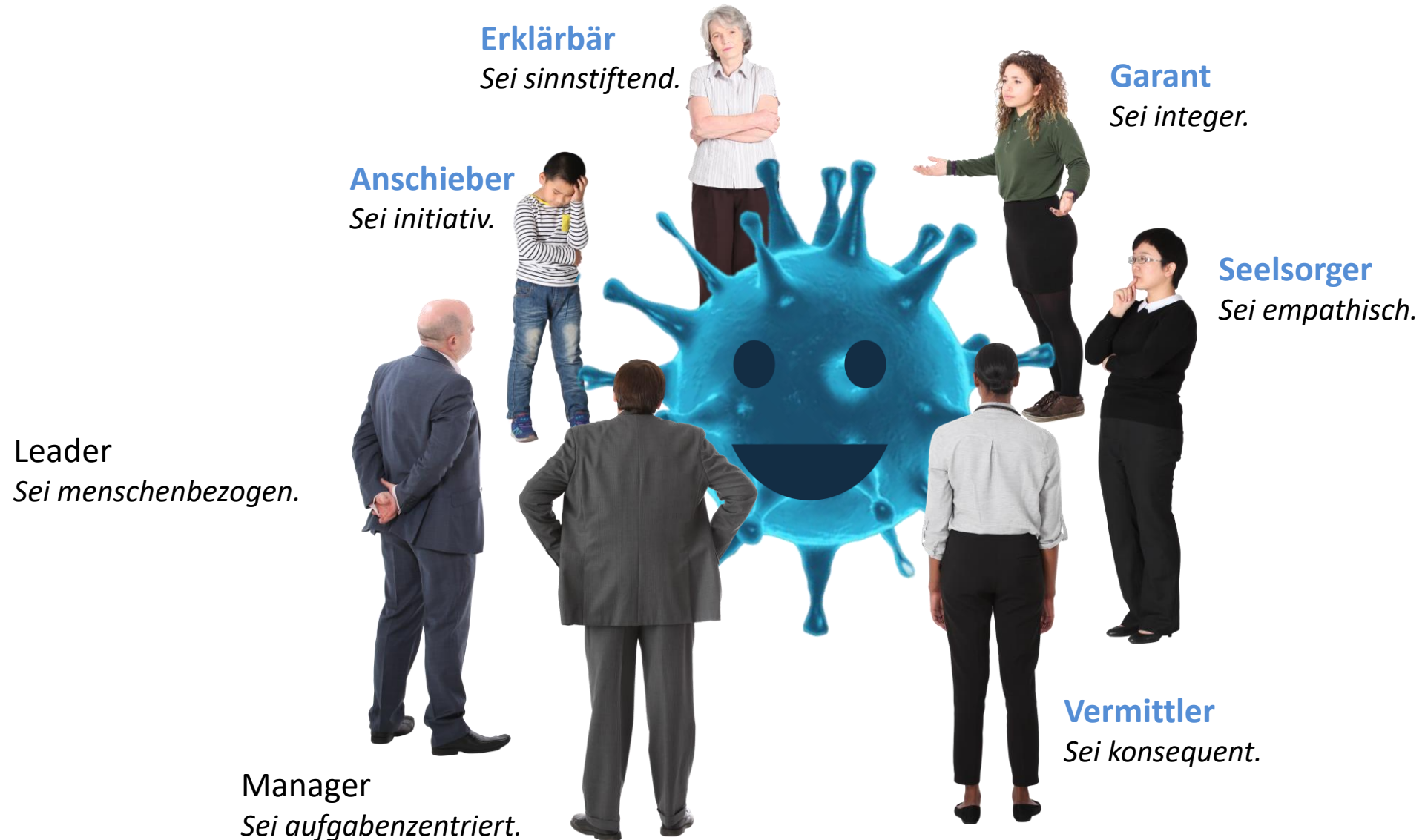
- Anchieber
- Erklärbar
- Garant
- Seelsorger
- Vermittler



Ergebnisse der Zoom Umfrage vom 06.05.2020



Income



In welcher Rolle siehst Du Dich aktuell am meisten gefordert?

- Anschieber
- Erklärbar
- Garant
- Seelsorger
- Vermittler



5 methodische Krisen-Steps

1. Fokus-Map und Fokus-Kreis
2. Sinnstiften (Kontextframing)
3. Glaubenssätze (Potential Quadrant)
4. Motivieren (Verhaltensframing)
5. Aktionsplan

WAS?

WOMIT?

5 Leader-Prinzipien

1. Sei initiativ.
2. Sei sinnstiftend.
3. Sei integer.
4. Sei empathisch.
5. Sei konsequent.

WIE?



Krise

危机

Gefahr

Chance



1) Ausrichtung

Akute Mission, zukünftige Vision,
Fokussierung auf Nutzen und Potentiale

2) Ressourcen

Liquidität, Mitarbeiter,
Fördermittel, Kurzarbeit, Dienstleister

3) Self-Leadership

Leader als Lokomotive | Sinnstifter | Garant
mentale Verfassung, auftanken
Abstand und Reflexion



6) Abläufe optimal

Fokussierung
Schlanke Prozesse (LEAN)
Prozessoptimierung (KVP)
Effektiver Ressourceneinsatz

5) Teamintern

Mitarbeiterführung chancenorientiert
aufrichtiger häufiger Austausch
Sinnstiften & Empathie
Interne & externe Weiterbildung

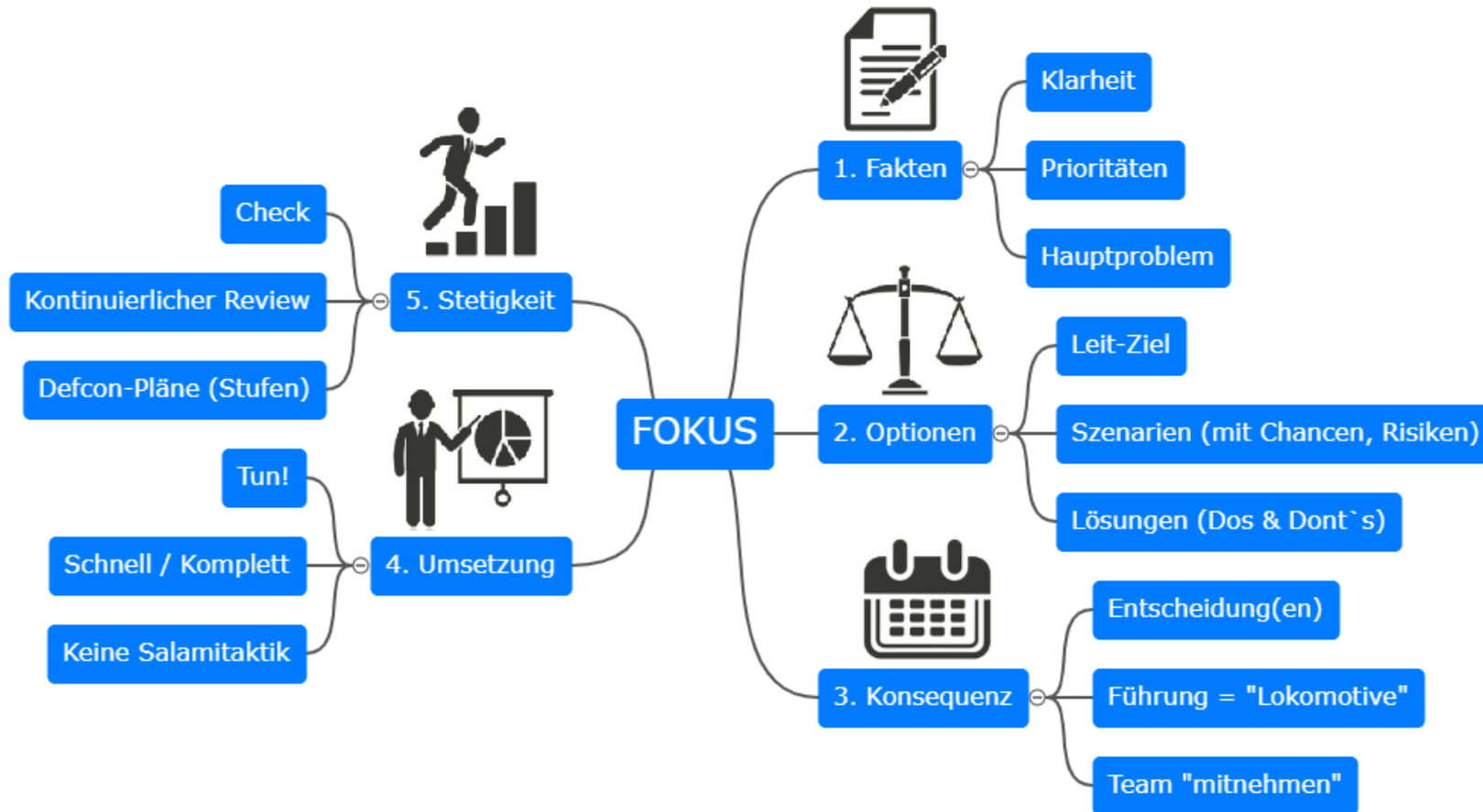
4) Kundenkontakt

neue Produkte & Dienstleistungen,
neue Kanäle „go to market“



Gruppenarbeit 15 Minuten





PAUSE





*„Wichtig ist nicht, was uns widerfährt,
sondern was wir daraus machen.“*

(Marcus Aurelius)

Wozu ?

Pre-Framing (vorher):

Dingen oder Ereignissen einen motivierenden Rahmen geben. Blick auf Ressourcen und Chancen öffnen.


Re-Framing (nachher):

Ereignisse/Dinge neu bewerten z. B. durch einen neuen Kontext, in dem diese positiv und erstrebenswert erscheinen.

Vorannahmen:

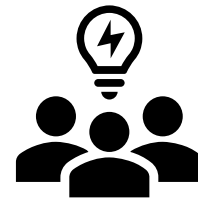
Der Sinn liegt immer im Auge des Betrachters. Dieser kann hilfreich sein oder hindernd, bis hin zur Blockade.

Mit Framing kann man dies steuern und ressourcenorientiert öffnen.

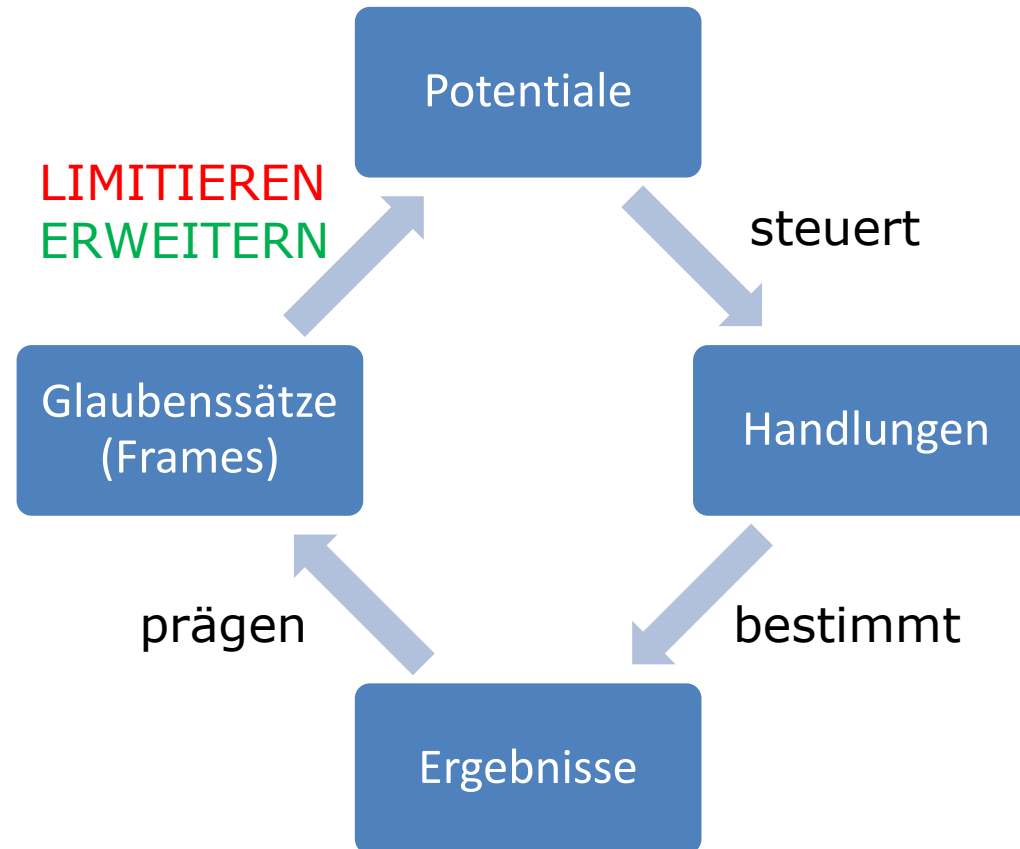
<p>Kontext-Framing Kollektive Überzeugungen/ Organisationsebene OE</p>	
<p>Allgemeine negative in positive Wertungen drehen und so konstruktive Verhaltensweisen ermöglichen</p>	<p>Zweck</p>
<p>„Öffentliche Meinung“ Lösungsorientierte Entwicklungen stiften durch intrinsische Motivation.</p>	<p>Wirk-Ebene</p>
<p>„Kunden unterschiedlich zu behandeln ist unethisch, weil alle Menschen gleich viel wert sind.“</p>	<p>Beispiel: „Weg von...“Frame</p>
<p>„Kunden unterschiedlich zu behandeln ist als wirtschaftliche Notwendigkeit unseren Kunden und Mitarbeitern gegenüber fair.“</p>	<p>Beispiel: „Hin zu...“ Frame</p>




Gruppenarbeit 15 Minuten



Frames = Glaubenssätze

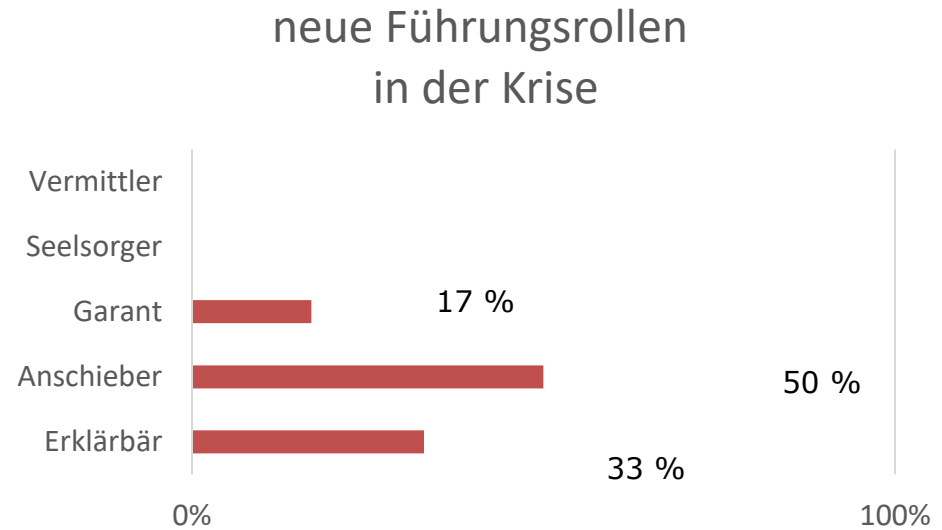


	<p>Verhaltens-Framing Persönliche Überzeugungen/ persönliche Ebene PE</p>
<p>Zweck</p>	<p>Persönliche Wertungen ressourcenorientiert öffnen, um die Chance anstatt die Behinderung zu sehen.</p>



In welcher Rolle siehst Du Dich aktuell am meisten gefordert?

- Anshieber
- Erklärbar
- Garant
- Seelsorger
- Vermittler





Tandemarbeit 5 Minuten



Planungsebene Makro	Operative Ebene Mikro			Ergebnismessung, -steuerung		
ARBEITSPAKET/MILEST ONE Was wollen wir erreichen?	WAS? (ToDo)	WER? (Owner, Leader, Player)	WANN? (Start-, Endtermin)	WOZU? (Nutzen- erwartung)	WORAN? (Messkriterien: quanti./ quali.)	Status (evtl. Kommentar):

DANKE für Eure Teilnahme!



DANKE für Feedback:
info@ico-oberstdorf.com