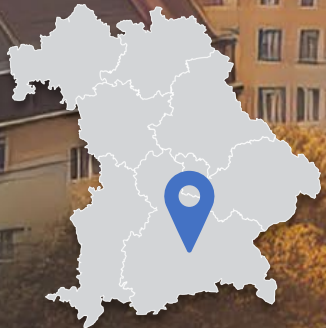


Herzlich Willkommen zum

TRANSFERleben

BREAKFAST CLUB

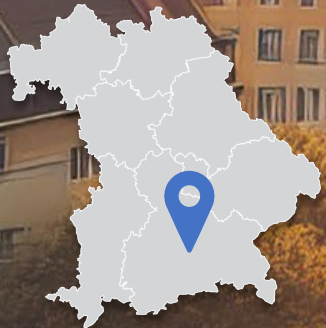


BREAKFAST CLUB

zu Besuch in München

WERK

Startups Coliving Coworking Events



**Das Bewegen
von A nach B**

**Personen sicher
ans Ziel bringen**

**Wissen bzw.
Produkte der Kunden
an die richtige
Zielgruppe platzieren**

**Der Austausch von
Spielern zwischen
den Vereinen**

UND WAS BEDEUTET

TRANSFER

FÜR DICH?

UND WAS BEDEUTET
TRANSFER
FÜR DICH?

10:00 - 10:15



Begrüßung: Bayern Innovativ & WERK1.Bayern GmbH

10:15 - 10:45



Impulsvortrag

Sabina Lammert, Agile Coach, Leadventure

10:45 - 11:30



Interaktive Session

11:30 - 12:00



Diskussion der Ergebnisse

ab 12:00



Networking bei Getränken und Häppchen

MINDSET

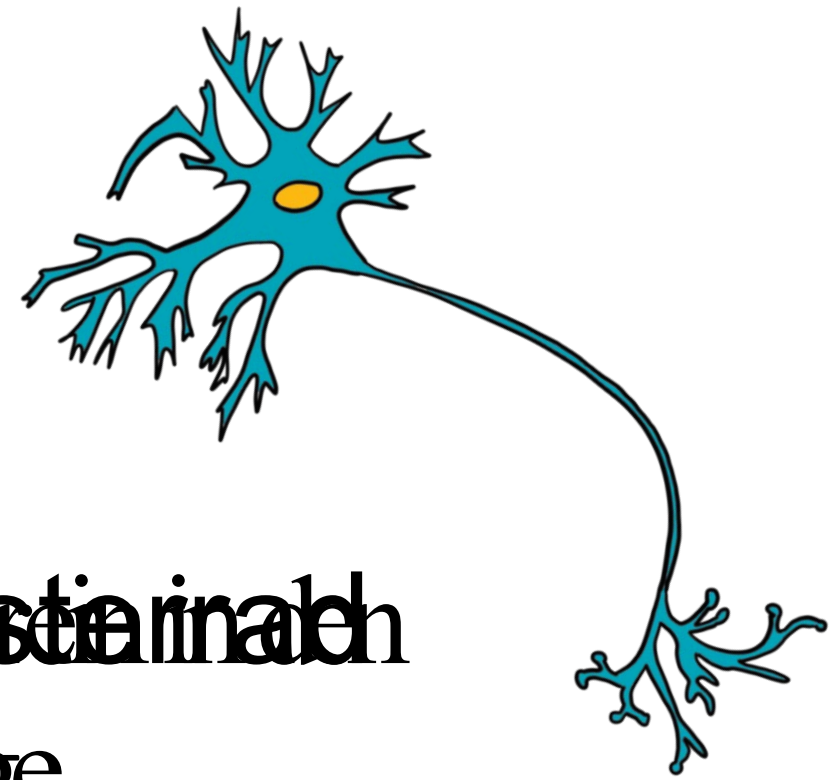
Mindset beschreibt die generelle Haltung und Einstellung des Selbstbilds gegenüber allgemeinen Dingen und Herausforderungen. Ob jemand eher positiv oder negativ eingestellt ist, hängt stark mit Umwelteinflüssen, vergangenen Erfahrungen und angeborenen Charakterzügen zusammen. Das Mindset kann sich jedoch mit weiteren Erfahrungen oder durch Selbstwillen auch verändern.



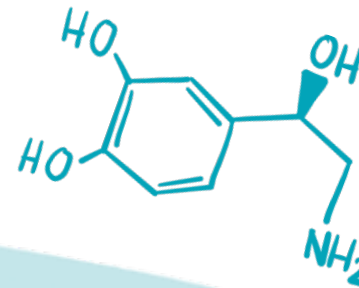


Impulsvortrag
**Raus aus dem
Hamsterrad – rein in den
erfolgreichen Change**

Sabina Lammert
Agile Coach, Leadventure



Raus aus dem Hamsterrad erfolgreichen Change



Sabina Lammert @TRANSERleben Breakfast Club - 25. September 2024



Mach deinen
Arbeitsalltag
zum Erlebnis!



leadventure

Mach deinen
Arbeitsalltag
zum Erlebnis!





Rasender **STILLSTAND**



Hartmut Rosa

AGGRESSIONSVERHÄLTNIS

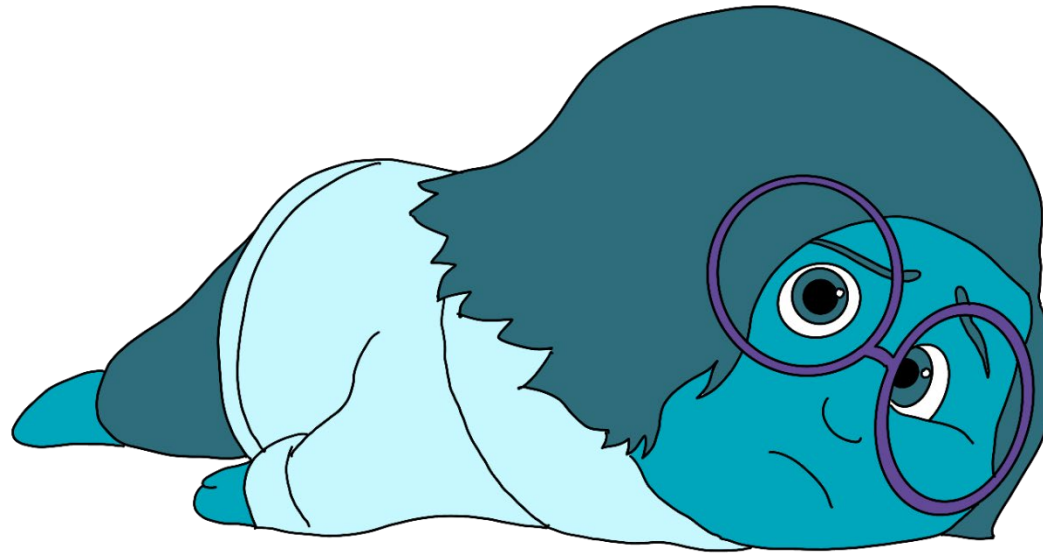
zur

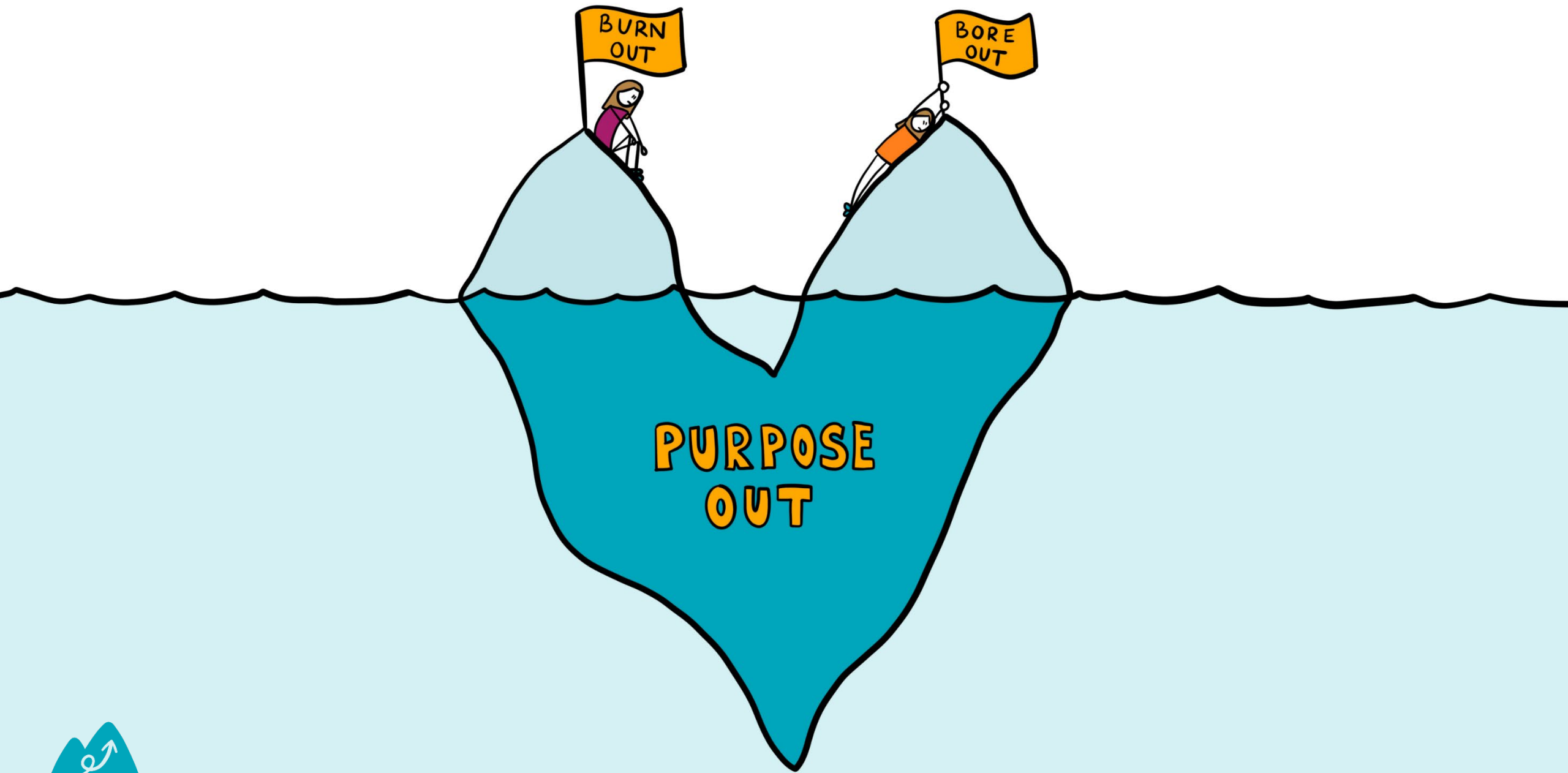
Welt



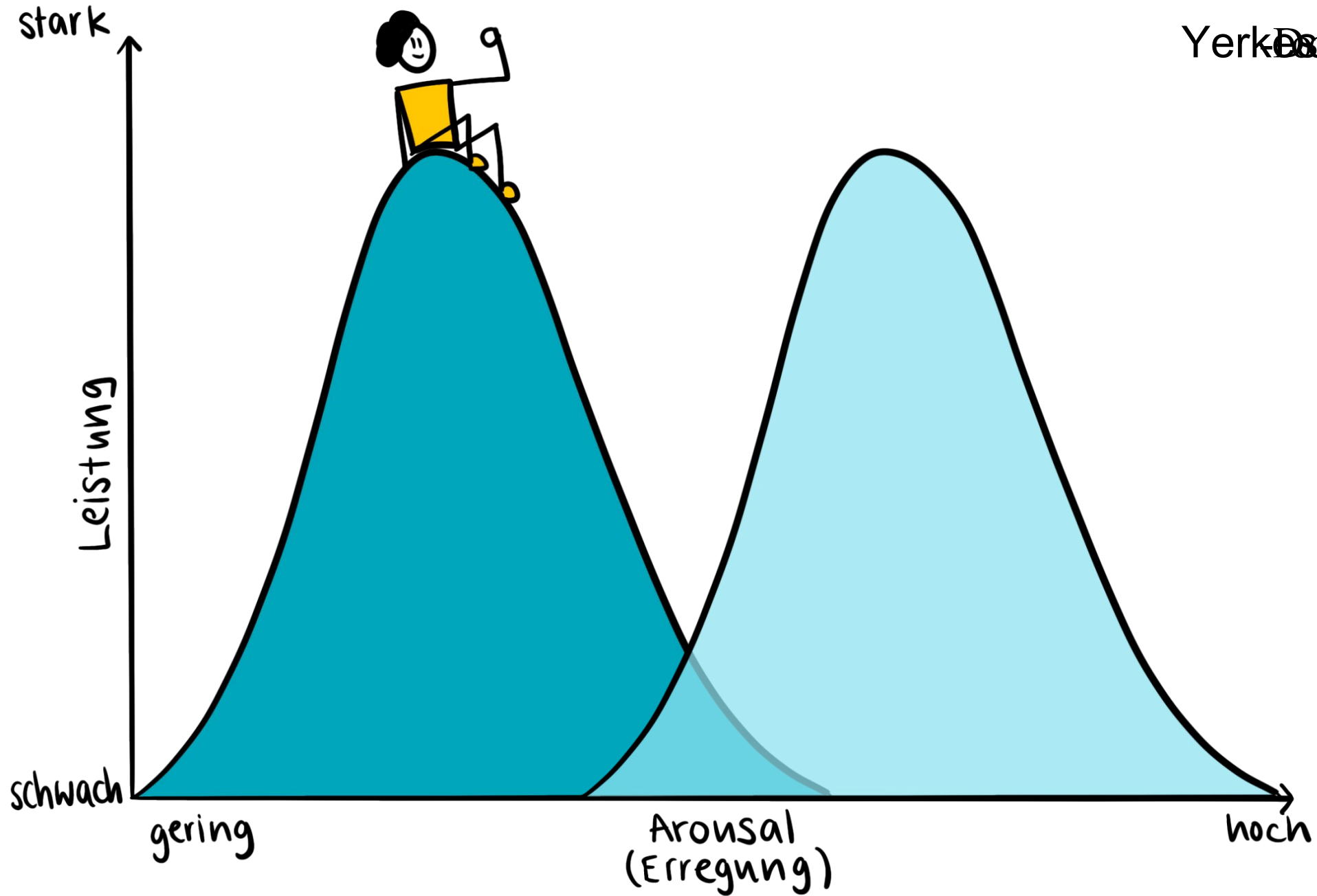
BURNOUT

= Unverfügbarkeit von Resonanz

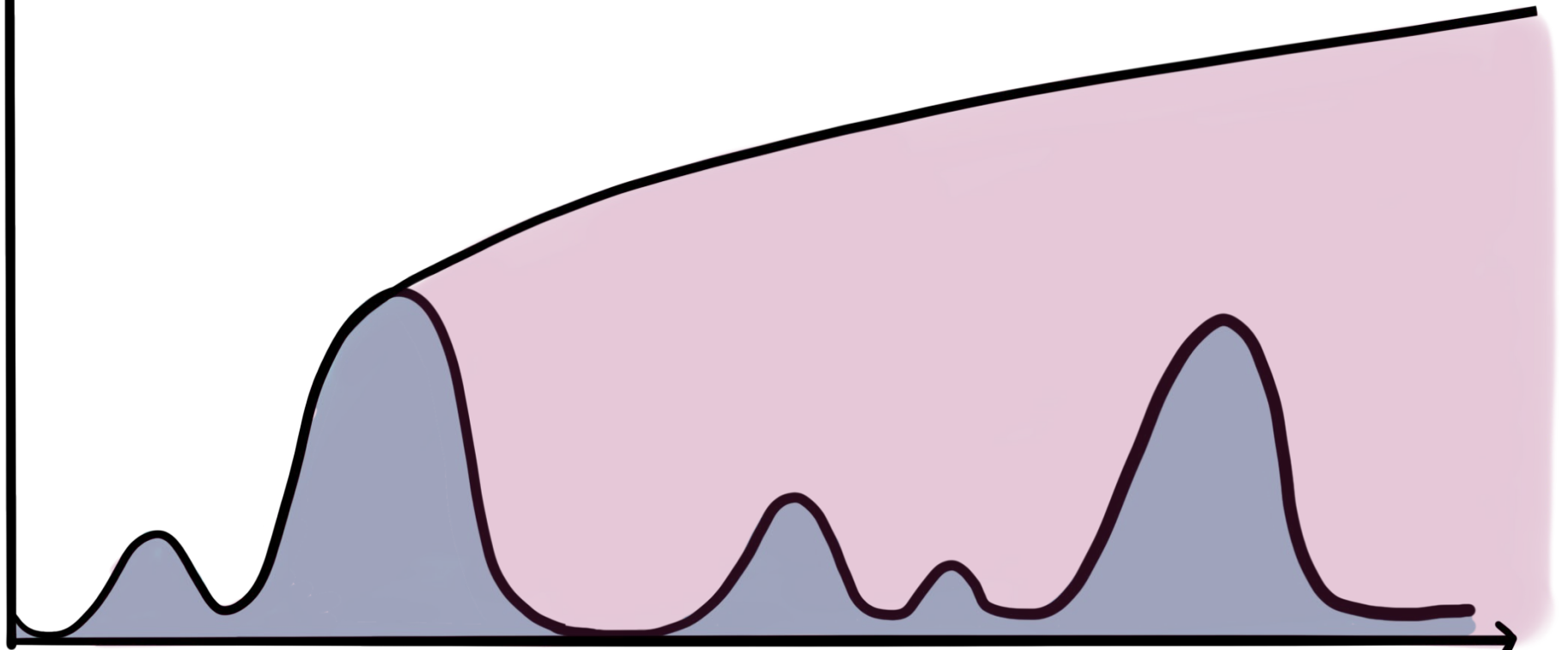




Yerkes-Dodson-Kurve

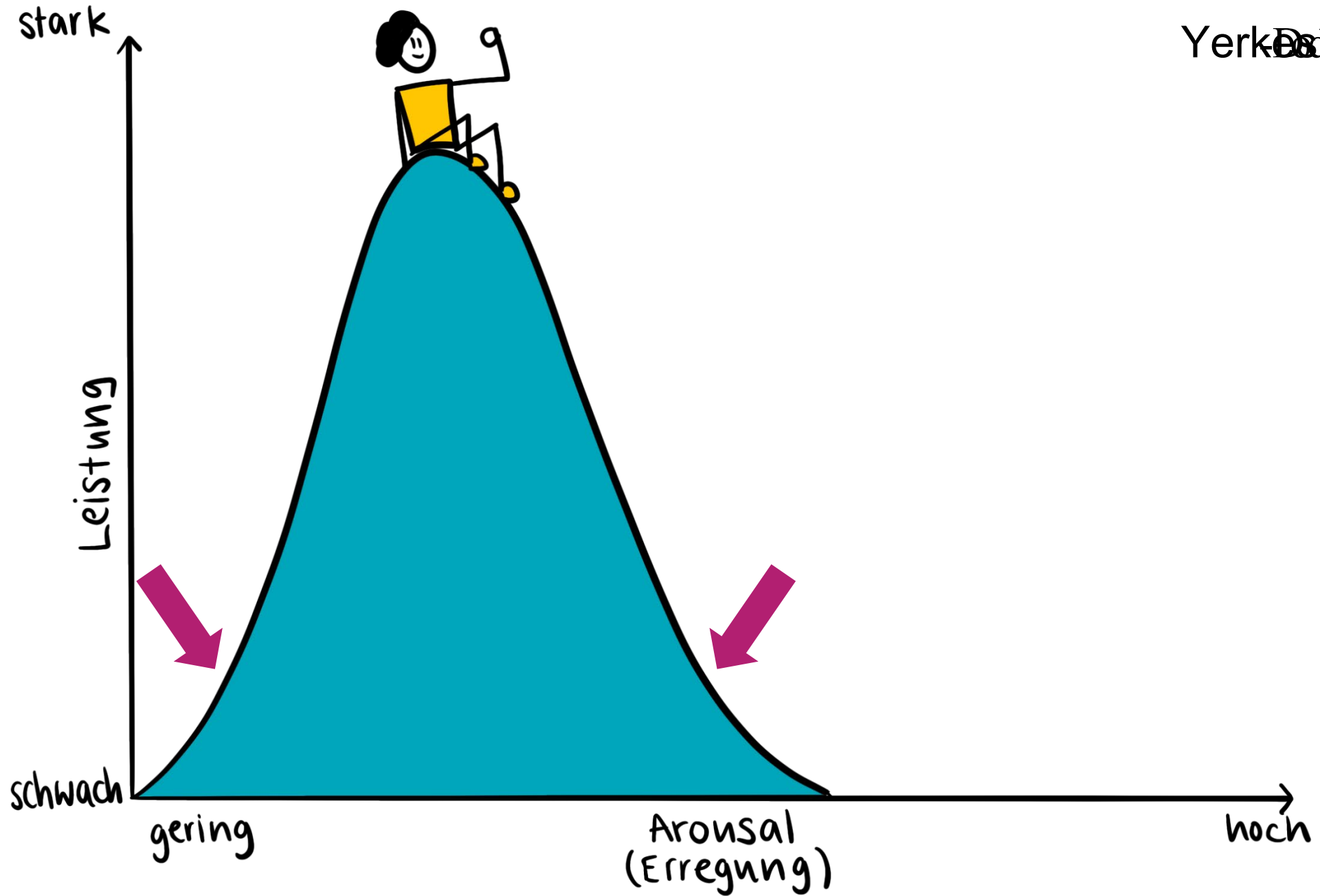


Stress



zeit

Yerkes-Dodson-Kurve





4 Elemente der **RESONANZ**

1 AFFIZIERUNG (=Anrufbarkeit)

↳ etwas bringt mich zum Auf-hören

2 Selbstwirksamkeit

↳ In-Verbindung-treten schafft den Moment des Sich-lebendig-Fühlens

3 Transformation

↳ eigene Verwandlung im Moment der Erfahrung

4. UNVERFÜGBARKEIT

↳ man kann Resonanz nicht herstellen, kaufen oder erzwingen

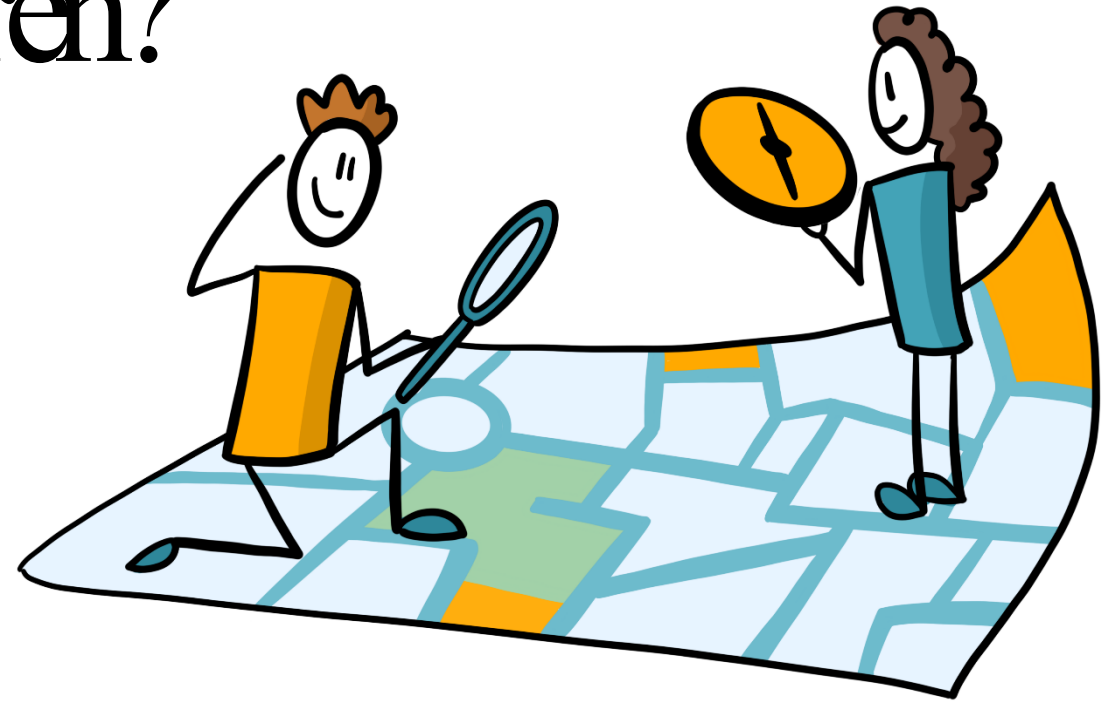


Hypothese:

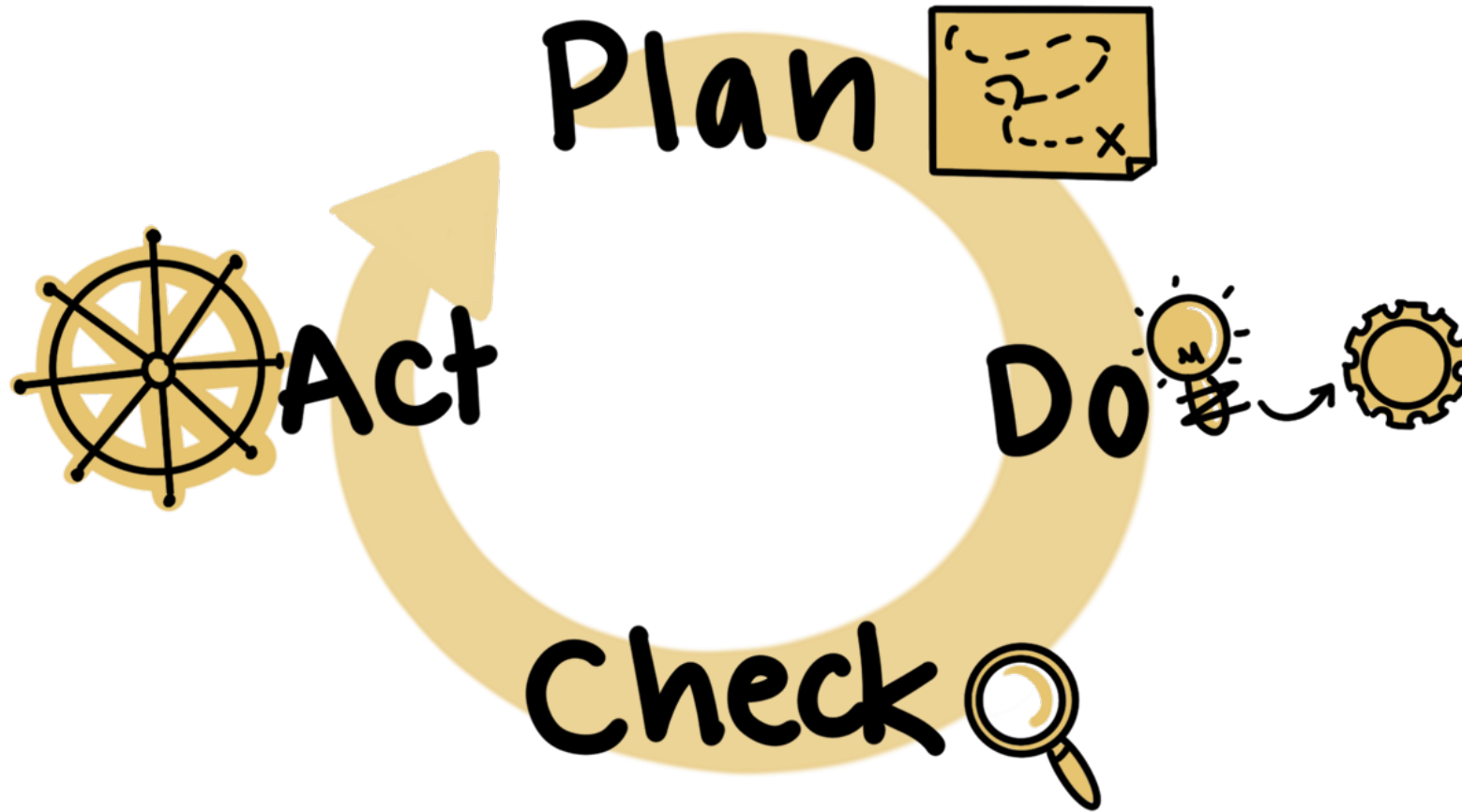
Agiles Mindset führt zu mehr
Resonanz im Arbeitsalltag



Wie kann ein agiles Mindset zu m Resonanz führen?

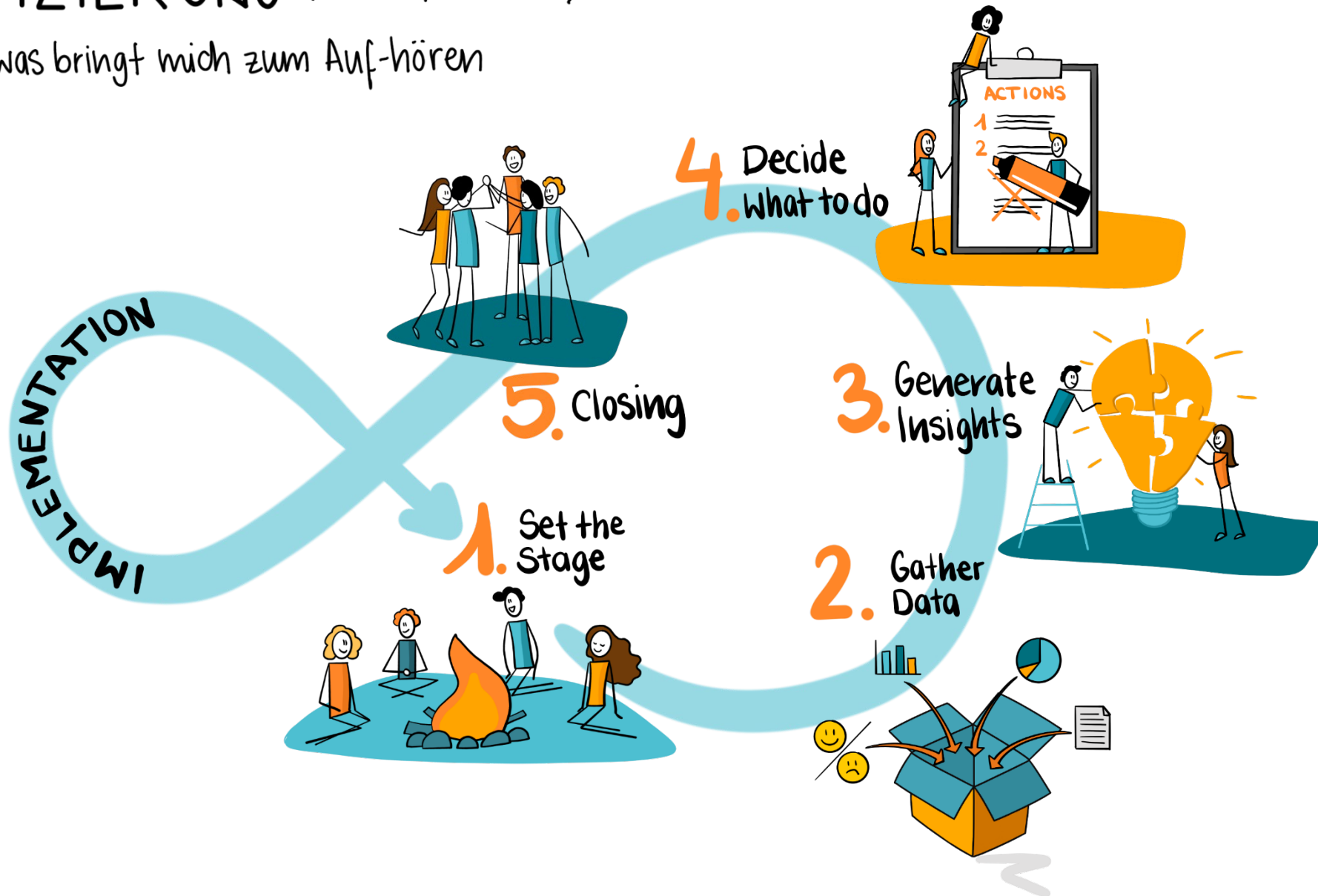


Was ist Agilität?



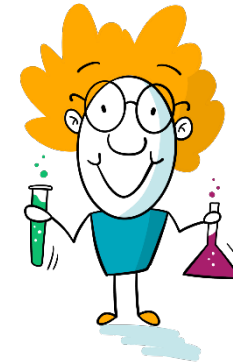
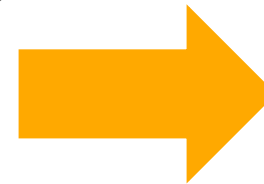
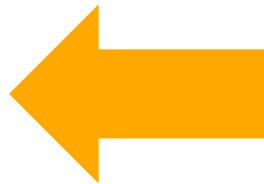
1 AFFIZIERUNG (=Anrufbarkeit)

↳ etwas bringt mich zum Auf-hören



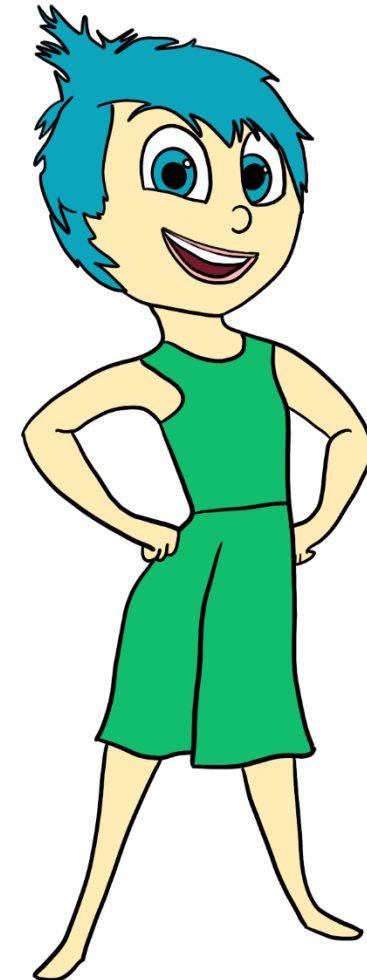
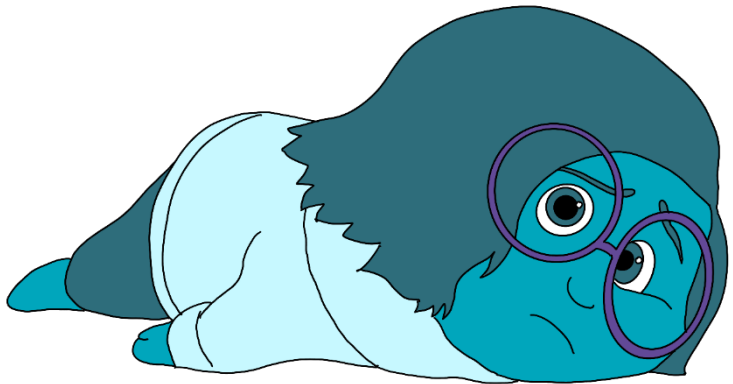
2 Selbstwirksamkeit

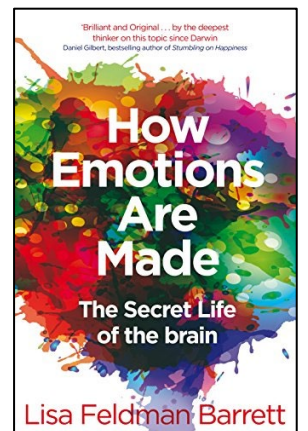
↳ In-Verbindung-treten schafft den Moment des Sich-lebendig-Fühlens

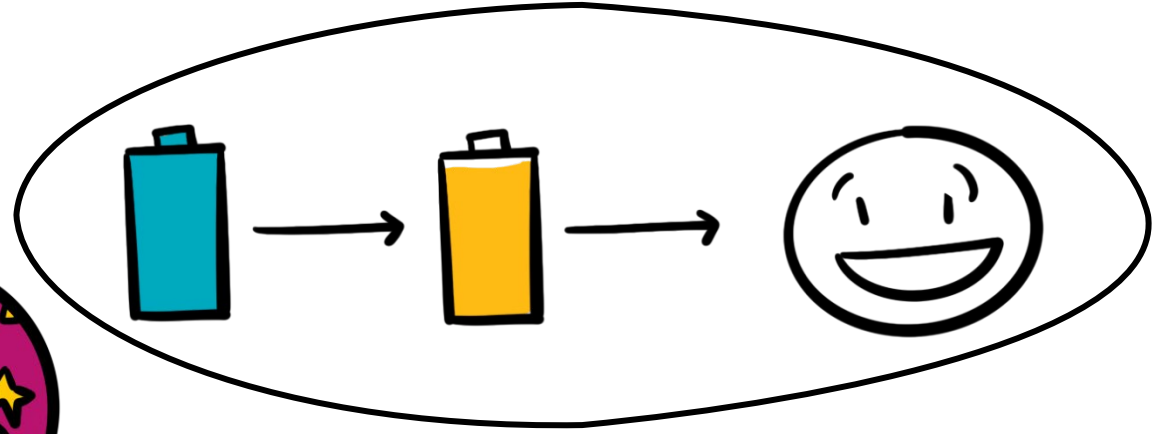
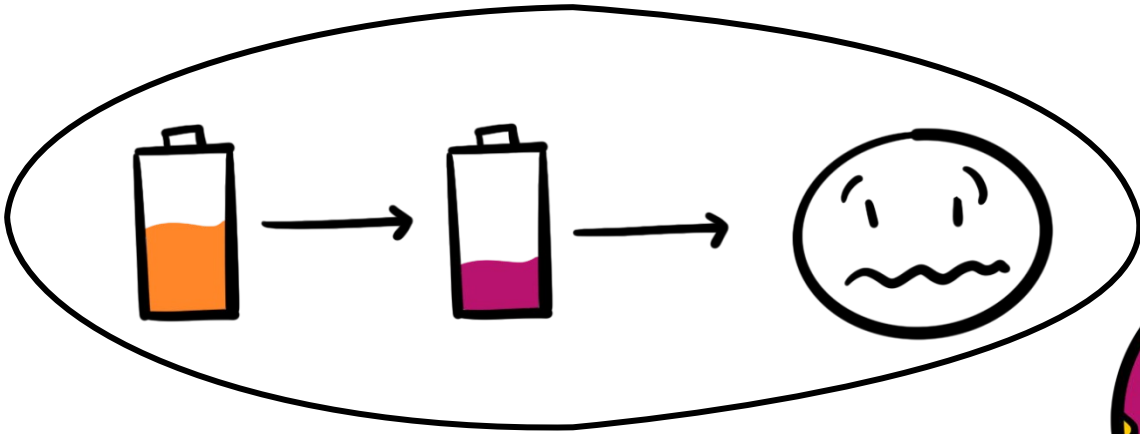


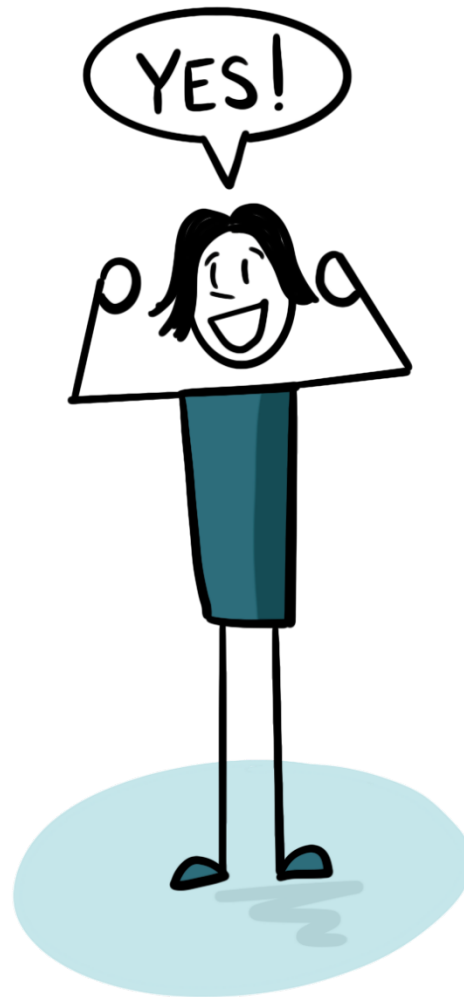
3 Transformation

↳ eigene Verwandlung im Moment der Erfahrung



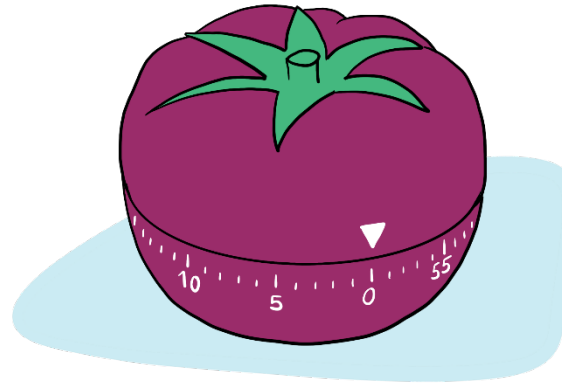






4. UNVERFÜGBARKEIT

↳ man kann Resonanz nicht herstellen,
kaufen oder erzwingen



4 Elemente der **RESONANZ**

1 AFFIZIERUNG (=Anrufbarkeit)

↳ etwas bringt mich zum Auf-hören

2 Selbstwirksamkeit

↳ In-Verbindung-treten schafft den Moment des Sich-lebendig-Fühlens

3 Transformation

↳ eigene Verwandlung im Moment der Erfahrung

4. UNVERFÜGBARKEIT

↳ man kann Resonanz nicht herstellen, kaufen oder erzwingen

Takeaways für die Praxis

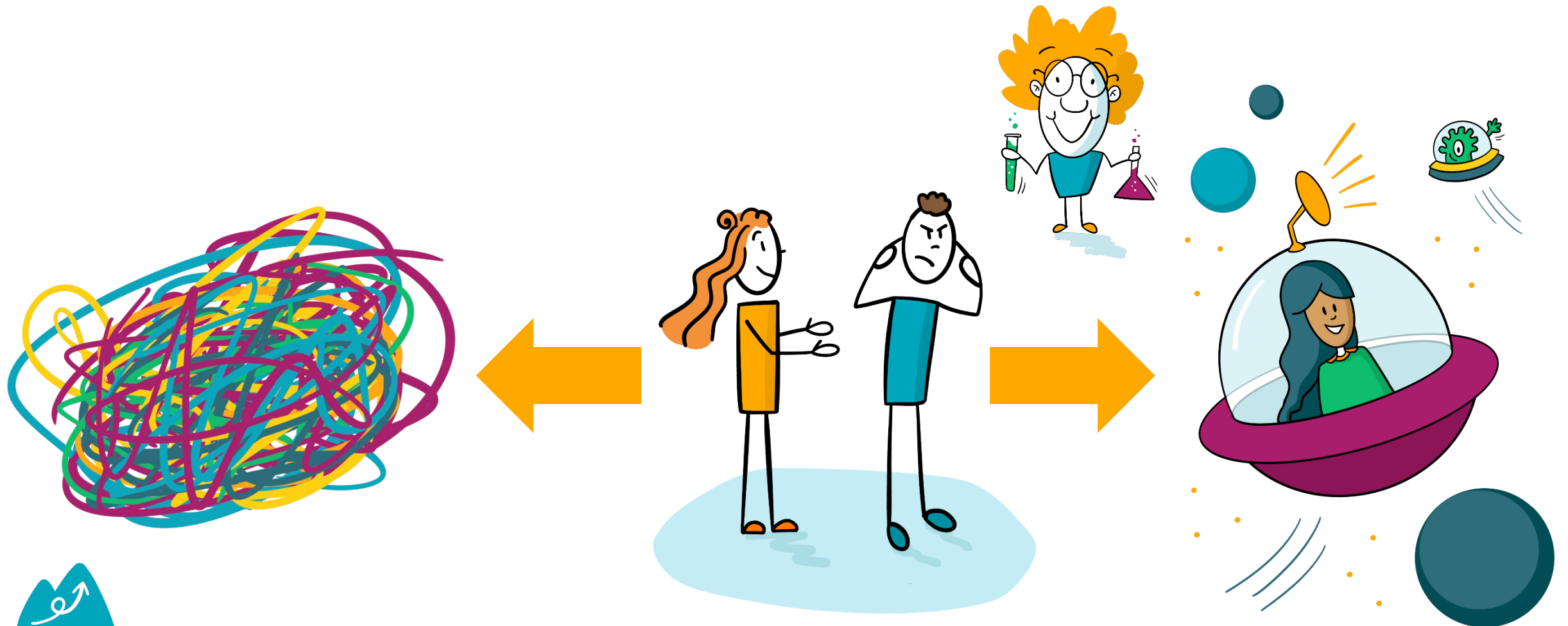


1 Retrospektiven



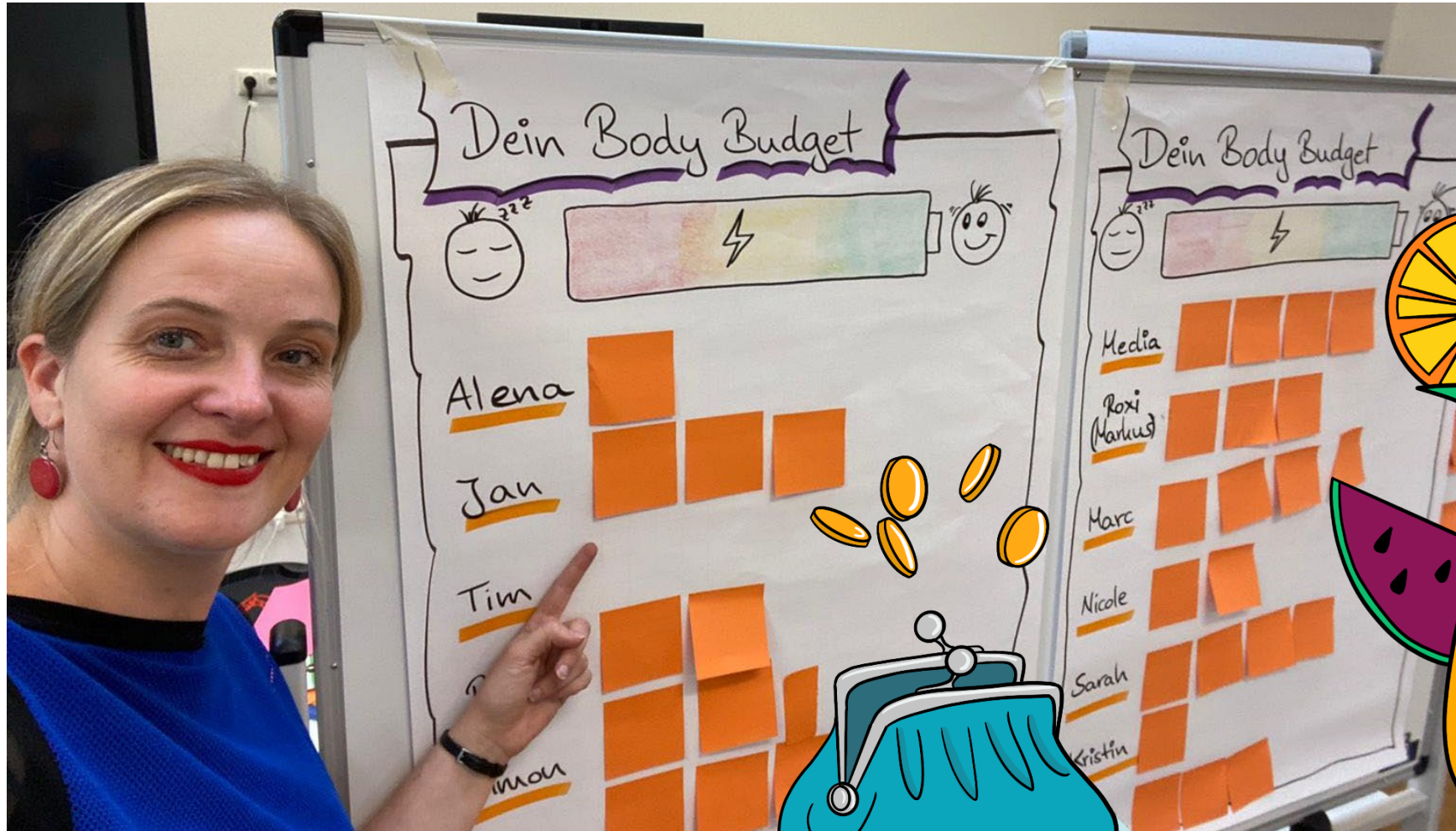
2

Experimente & Lösungsfokus

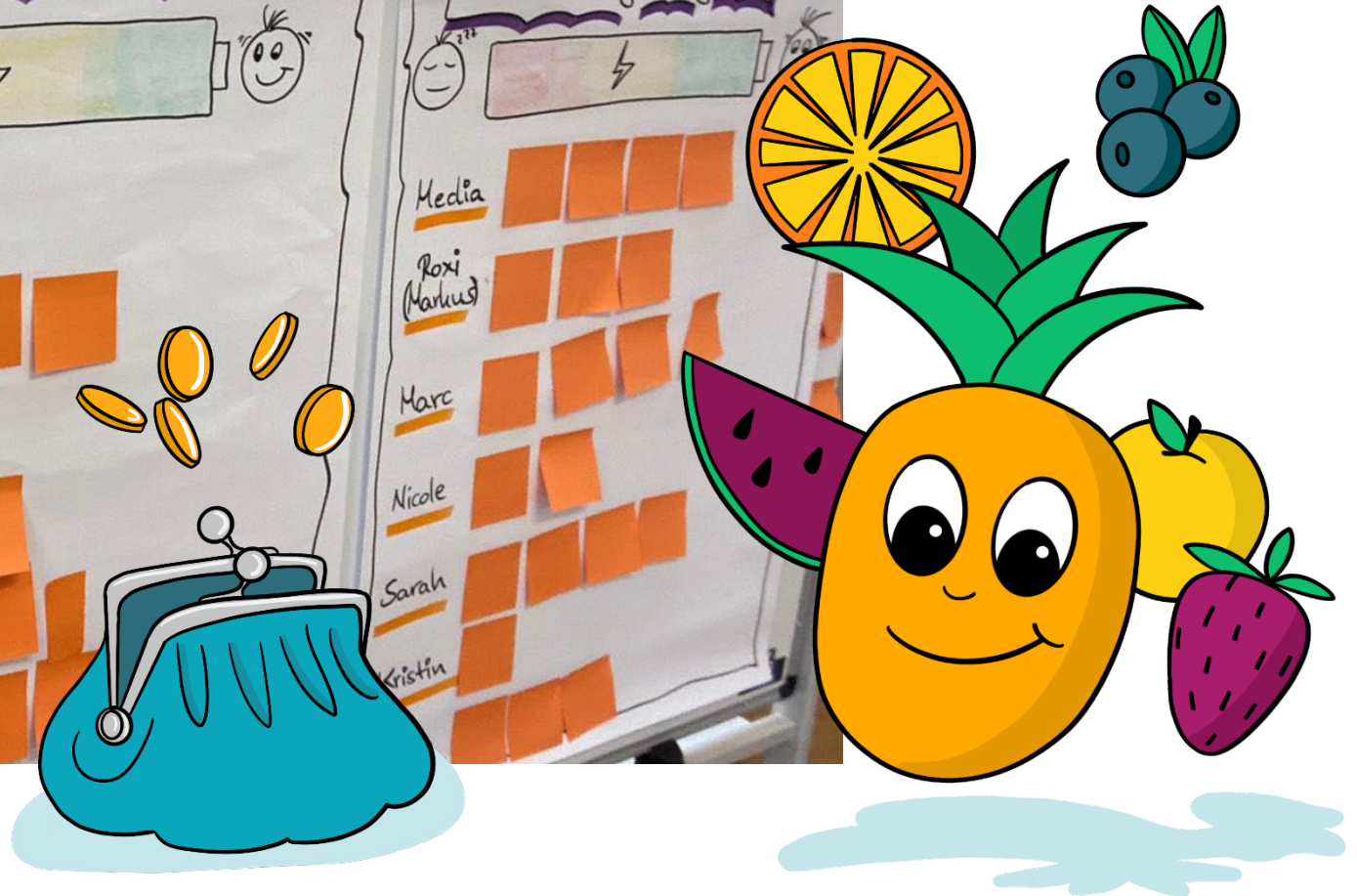


3

Body Budget Tracking



© Natalja Hellesoe





Räume
schaffen

START

WITH

time



Welche neuen
Erkenntnisse nimmst du
für deine Praxis mit?



VIELEN DANK



leadventure.de

Lass uns vernetzen!



Sabina Lammert



@sabinalammert



leadventure

Unser Portfolio

leadventure

What?


Zusammen-
arbeit


Agilität

Agile
Toolbox

Scrum

Retrospektiven

OKR

How?


Speaking


Leadership

Meeting-
effizienz

Teambuilding

Feedback

Teamreflexion


Facilitation
& Coaching

Why?

Den Arbeitsalltag als
Erlebnis gestalten




Training
& Serious
Games

Missions-,
Visions-
Workshops

Agile Leadership





Interaktive Session »Debattierclub«

Dr. Tanja Jovanovic
Bayern Innovativ GmbH

Change gestalten!
Wie gehe ich mit
unerwarteten
Ereignissen um?

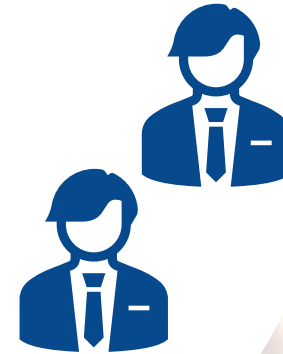


Das Unternehmen

- Die Firma „Textile Helden“ ist ein mittelständisches Familienunternehmen aus der Oberpfalz, das hochwertige Textilien wie Tücher und Schals designt, produziert und verkauft.
- Das Unternehmen wird von Dr. Birgitta Heinrich in der 3. Generation geführt.
- Aufgrund des Kostendrucks am Markt und der starken Konkurrenz aus Billiglohnländern werden Kostensenkungen und Geschäftsmodelltransformationen erforderlich.
- Das Führungsteam sieht die externen Bedrohungen, ist aber auch gewillt, die sich bietenden Chancen zu nutzen.
- Hoffnung liegt auf dem Transfer von neuen Technologien aus der universitären Forschung.



Gruppenaufteilung



THESE 1

**Veränderung braucht keine Zustimmung von allen –
manchmal ist es besser, den Widerstand einfach zu
ignorieren.**

THESE 2

Selbst die besten Rahmenbedingungen im Unternehmen sind nutzlos, wenn eine Einzelperson nicht den eigenen Willen hat, Veränderungen mitzugehen.

THESE 3

**Ein starkes Change-Management braucht keine
Transparenz – zu viel Kommunikation verunsichert
nur.**

THESE 4

**Schnelle Veränderungen sind wichtiger als perfekt
geplante Transformationen – Geschwindigkeit
schlägt Gründlichkeit.**

THESE 5

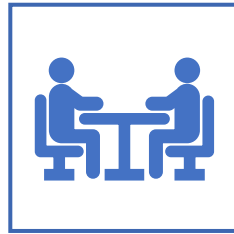
Innovative Kooperationen mit Startups und Technologieunternehmen sind für die ‚Textilen Helden‘ wichtiger als die interne Entwicklung von Innovationen.

AUFGABE 1

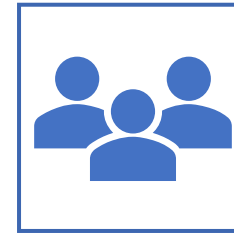
Ihr seid im Management der „Textile Helden GmbH“. Diskutiert gemeinsam in der Gruppe die Thesen. Vertretet dabei die Euch zugewiesene Position (Pro/Kontra). Erzielt eine Einigung im Team.



**EIGENE IDEEN AUF
POST-ITS**



**ZUSAMMENFÜHREN
UND DISKUTIEREN**



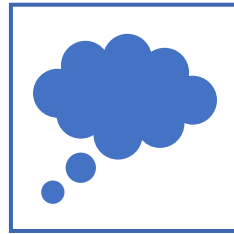
EINIGUNG IM TEAM



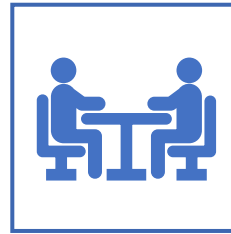
Zeitbudget: 20 Minuten

AUFGABE 2

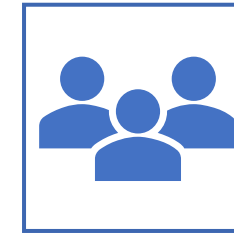
Wie helfen uns diese Erkenntnisse aus dem Hamsterrad zu kommen und den Change im Unternehmen „Textile Helden GmbH“ voranzutreiben?



**EIGENE IDEEN AUF
POST-ITS**



**ZUSAMMENFÜHREN
UND DISKUTIEREN**



EINIGUNG IM TEAM



Zeitbudget: 10 Minuten



Zusammenfassung

- ✓ **Thesen** helfen dabei, Ideen für Entscheidungsprozesse zu finden
- ✓ Die Auseinandersetzung mit Thesen stärkt die **Innovationskultur**
- ✓ Der **Perspektivwechsel** ist wichtig für die den Einbezug aller Sichtweisen
- ✓ Wertschätzende **Kommunikation** ist entscheidend
- ✓ Es braucht ein „**Wohin**“, „**Warum**“ und „**Wie**“ um Veränderungen anzustoßen

Sie möchten weitere Informationen über
Veranstaltungen und Angebote der
Bayern Innovativ erhalten?

Jetzt anmelden zum kostenfreien
Newsservice und Newsletter und
Informationen über aktuelle Themen und
Termine erhalten!

<https://www.bayern-innovativ.de/de/newsservice>



DOKUMENTATION

FÜR
MORGEN,
GEGEN
ROUTINE.

THESE 1
Veränderung braucht keine Zustimmung von allen – manchmal ist es besser, den Widerstand einfach zu ignorieren.

zu schneller CHANGE
FREMDBESTIMMT

Mehrheit
Skat. alle

Priorität
• Top Management (auch)
• Sympathie-Faktor
(Werte & Multiplikatoren)
• Leichtigkeit

Zeitverhalten
2 Dinge gleichzeitig

Kreatives
Potential
auszuschöpfen
(kreative Stimmen)

Kultur
& Werte
beeinflusst

WIE
EXISTENZIELL

TOP DOWN
ENTSCHEIDUNG
JEDER FÜR SICH
KULTUR

GEFAHR
KEINE ANTWERTUNG

TRANSFORMATION
IST KEIN
SELBSTZWECK

DAS WIR
GEM
VERLOREN

ZUMINDEST
OPINION LEADER
EINBINDEN

IDEEN GEBEN
VERLOREN

Das Ansehen
von Gegenständen
kann durch die Ge-
staltung des Umfeldes
verändert werden!

Die Wirkung der
Werte ist nicht
gleichzeitig.

Ohne, dass eine
merkmalsspezifische
Funktion der
gewünschten
Mittel!

Ignorieren von
Widerstand führt
zu Störungen und
Scheitern in der
Umsetzung.

„Overriding“
ist
reproduzierbar

„Ist die Sache of
ausgewogen“ kann
bei Konflikt als
nicht ausbalanciert
eingestuft werden

„Mit Veränderung
Lebenszyklus geht un-
vermeidlich Veränderung
einher.“

„Wer kein Feuer in
sich trägt, hat kein
Feuer bei anderen
aufzuheben.“

„Eine Transformation
braucht Anreize.“

„Wie können wir
unsere für alle
Energie für Wandel
nutzen.“

„Planung ist notwendig,
aber nur, wenn man
sich auf die Realität
bezieht.“

„Wenn die Ziel-Strategie
nicht „Gegen“ sondern
„Mit“ der Veränderung
steht, wird es
schwierig.“

„Wenn Veränderung die
Bewertung in der
Führung ist, dann
ist die Veränderung
nicht mehr ein
Wort, sondern eine
Tat.“

„Planung ist notwendig,
aber nur, wenn man
sich auf die Realität
bezieht.“

THESE 1
Veränderung braucht keine Zustimmung von allen – manchmal ist es besser, den Widerstand einfach zu ignorieren.

EXCELLENT PARTNERS
NIMA WIRTSCHAFT

Endlose Diskussionen kosten
Zeit + Geld

APPs kann man ~~fast~~ (part) Nie
mitnehmen

Nicht jeder kann Entscheidungen
verstehen/nachvollziehen $\Rightarrow$ Erklären

Zu Führung gehört Management

Kompromisse = mind. 1 Verlierer

Notwendige harte Entscheidungen
selbstgenötigt best. MA aus

„Zustimmung von allen
= denkbar
= Alle im Boot
= mehr Lichtkraft“

„Kette ist nur so
stark wie das
schwächste Glied“

„Einzelüberzeugung“
-verständnis kann
neues Momentum
erzeugen“

„Rebellenführer“
verhindern

„Zustimmung von allen
= denkbar
= Alle im Boot
= mehr Lichtkraft“

Rein in den Change

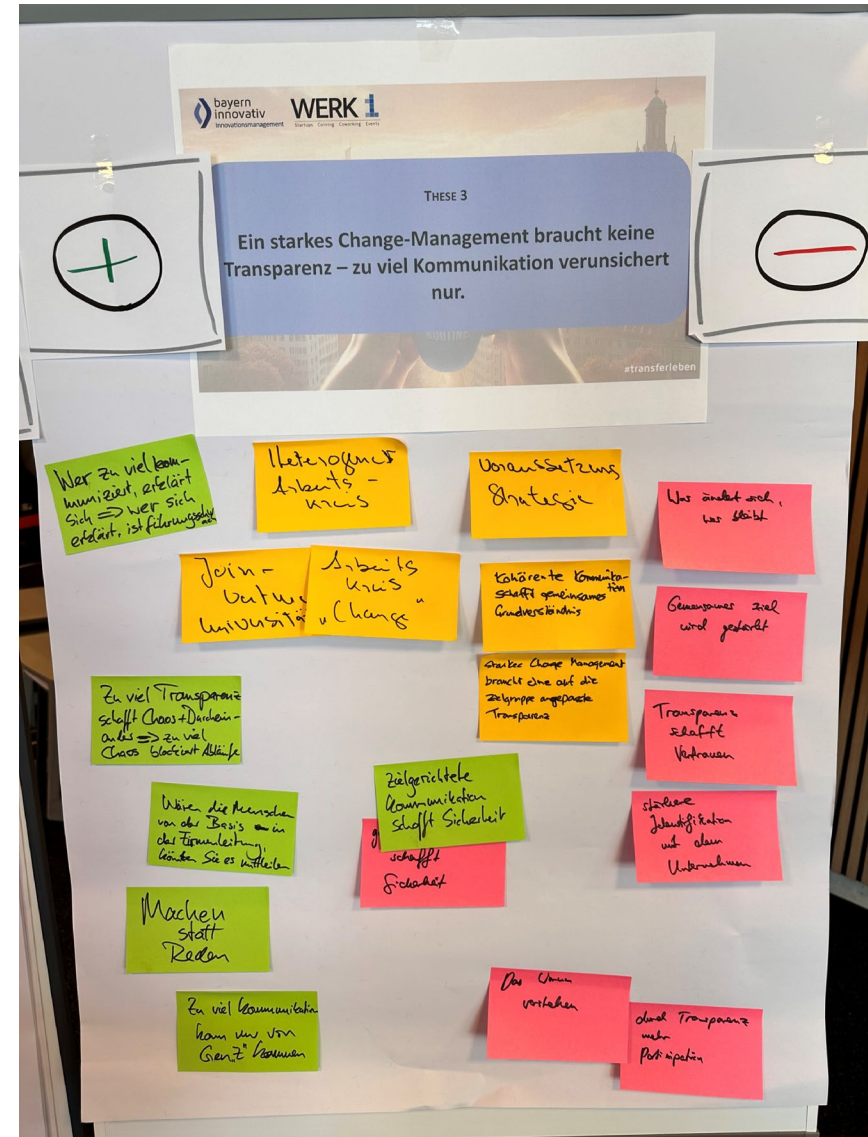
- Mehrheit (qualifiz.)
- Def. Zeitrahmen
- Zukunftsgremium (divers/gemischt)
 $\Rightarrow$ Taskforce

bei Bedarf:
externe Unterstützung

TASKFORCE

- ☆ Status-Quo / SWOT
- ☆ Marktanalyse* & Verständnis Ziel
- ☆ Zielbild
- ☆ Umsetzung und Kommunikation

* Kundenbeirat / ext. Sicht!
USP



THESE 4

Schnelle Veränderungen sind wichtiger als perfekt geplante Transformationen – Geschwindigkeit schlägt Gründlichkeit.

#transferleben

Handlung gibt Sicherheit für HT und HT

Geschwindigkeit hat ist oft nicht nachhaltig

Zukunft - Sprung hilft nicht der Qualität

Möglichkeit in Ruhe mit Lieferanten zu sprechen

Produktion analysieren gibt neue Maschinen anschaffen

Strategische Voraussicht bewahrt Zeit!

Bahnbaul. & Ressourcen umwandeln schnelle Umsetzung

Weniger Volumen mit schneller Ware

Fragebogen für Manager formuliert, Bsp. → oft nicht beantwortet

Hintergrund d. Geschäfts-führung → Transparenz mit dem Top-Management

falsche Entscheidung in Geschwindigkeit mit dem Top-Management

Flourung & WISSEN & Überzeugung

Wachstum müssen wir sein? - Rahmen - Ideen

Wie kann man ablesen eines "Kosten" - Rahmen - Ideen

Resourcen sind begrenzt Zeit & Geld können ausgehen

Schafft einen Zeitvorsprung

Langsamer ins Boot holen → Motivation ist höher

apides Vorgehen ausprobieren, durchlaufen, anpassen

Schnellere Verkaufszeit

Schlechte Verträge müssen mit einem Anwalt eifrig geprüft werden

Zeitverluste für Kleinverträge vermeiden

Org. muß können

- schneller Betrieb

- Risiko minimieren

THESE 5

Innovative Kooperationen mit Startups und Technologieunternehmen sind für die 'Textilen Helden' wichtiger als die interne Entwicklung von Innovationen.

#transferleben

Wir kennen unsere Markt besser & haben mehr Erfahrung

Scouting & Einwerbung

Von außen aufgedrückt bringt mehr als eigene Support

Entwicklungs-kooperationen mit Unis & Instituten → Transfer ist vorhanden

Stabilität & Flexibilität → Druck → Markt → Impulse geben

Kooperationen kosten Aufwand

IP & Rechtliche Schwierigkeiten individuelle Kostenhöhe

Kooperationen müssen von internen gesteuert werden

NEUE INSPIRATION NEUE SCOUTING

geht schneller

ANDERE PERSPEKTIVE

Neue Ideen ins Unternehmen

Transfer neuer (oder) Arbeitsweisen

Inspiration & Motivation

→ Zeitpuffer / Priorisierung

IMPRESSIONEN

FÜR
MORGEN,
GEGEN
ROUTINE.





