

Freitag, 23.08.2013

12:00 **gemeinsames Mittagessen auf der Terrasse**

13:00 **5-Minuten-Runde**

jeder berichtete, meist mit PPT, über die Erfahrungen des letzten halben Jahres

15:20 **Vorstellung Frank Ahlrichs**

wohnhaft RadevormWald

Berufserfahrungen: Daimler, Treuhand, dann kfm. Leiter im Mittelstand
seit 1997 selbständig: Prozessmanagement, Geschäftsprozess-Steuerung,
Innovationsmanagement

eigenes Unternehmen: konsequent management services seit 2011

15:30 **Info von Bettina**

Bericht von der TOC-Konferenz in Bad Nauheim, Juni 2013

300 Teilnehmer aus 46 Ländern, davon 20% deutschsprachig

Goldratt: wie werde ich zufrieden...

Mazda-Entwicklungsprogramm mit TOC --> Komplexität einfach machen

litauische Regierung mit TOC --> happy people --> Arbeitsplätze, Bildung, Gesundheit

15:45 **AG Kultur (Heidi (aus familiären Gründen nicht anwesend), Michael, Walter)**

PPT

Ausgangsfrage: wie kann man Kultur in einem Unternehmen managen?

Bettina liefert ein Fallbeispiel

Demo-Unternehmen:

Hersteller von xxx Geräten, Neuausstattung und Ersatzgeschäft

20% Standard-Produkte, 80% Anpassung, weltweiter Vertrieb

Nischenanbieter, seit 2005 auf dem Markt

Inhaber = Gründer, 30 Mitarbeiter + 4 Azubis

Gründer hat die Unternehmenskultur geprägt

neue Mitarbeiter, neue Abläufe haben es schwer, sich gegen das Alte durchzusetzen



- 17:30 Themenbereiche:
- **Kundenorientierung**
 - Arbeiten mit Zielen
 - Effizienz
 - Training und Entwicklung
 - Zusammenarbeit in der Führung (**Marion**, Bettina, Frank, Frieder)
 - Integration neuer Mitarbeiter (**Katrin**, Matthias, Jutta)
 - Change und Kultur
 - Nachfolge
 - Zusammenführen zweier Unternehmen
 - wie soll uns der Kunde wahrnehmen ? (**Jürg**, Herwig, Werner)
 - wir brauchen ein neues Leitbild

18:00 **AG Methoden (Katrin, Katrin, Herwig, Jürg, Rainer)**
Kennenlernen der "Pizzabacken"-Methode



18:15 **AG Kultur (Heidi (aus familiären Gründen nicht anwesend), Michael, Walter)**

Kundenorientierung

- key-account werden vom Inhaber / Gründer angesprochen
- regional strukturierter Vertrieb
- Standard-Produkte über den Vertrieb
- Kunden stehen nach jeder Messe Schlange
- Kunden initiieren die strukturierte Produktentwicklung

explizite Unternehmenskultur

Ideen/Inventionen --> Kundengewinnung ist wenig strukturiert

Innovationen werden recht zielgerichtet erarbeitet
(wenig strukturiert - zusammen 4 von 5 - stark strukturiert)

wird

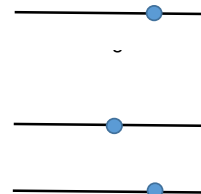
Gründer, teilweise auch der Vertrieb ist Eskalationsinstanz

Beziehungen im Unternehmen sich eher starr

(flexibel - 3 von 5 Punkten - starr)

Prozesse sind klar definiert und werden zumeist eingehalten


(undiszipliniert - 4 von 5 Punkten - diszipliniert)





Protokoll Strategie-Netzwerk

Fr. 23.08.2013 und
Sbd., 24.08.2013


implizite kulturelle Praktiken


Symbole: schicker Messestand, gehobene Dienstwagen in einheitlicher, frischer Farbe
(desorientierend - 5 von 5 Punkten - orientierend) 


Helden: wer sind die "Guten" im Umgang mit den Kunden: der Chef ist der Held, danach seine Assistentin, weil er rundum mitdenkt und erfolgreich ist
(tüchtig - 5 von 5 Punkten - erfolgreich) 

Rituale: regelmäßige interne Treffen, regelmäßige Messeausstellung
(anpassungsfähig - 2 von 5 Punkten - fixiert, tradiert) 

kultureller Kern

Werte, Grundhaltung: "anständig" ist nur eine technisch einwandfreie Lösung; Fehler gibt es nicht. Tendenz zum Overengineering - eher unbewusst!
(tolerant - 3 von 5 Punkten - intolerant) 

Bewusstseinsstrukturen: Gründer ist entwicklungs-mässig weiter als die Mitarbeiter - innere Bilder der Mitarbeiter
(gegensätzliches Verständnis - 2 von 5 Punkten - gemeinsames Verständnis) 

Denkstrukturen: Gründer erwartet unternehmerisches Denken
(Missklang - 1 von 5 Punkten - Einklang) 

Grafik: Kultur-Schichten

Diskussion:

Werner: Ist Kultur mit (diesen) "Kästchen" zu fassen?

Katrin: aus Aussagen verschiedener Mitarbeiter kommen unterschiedliche Wertungen und das ist dann interessant

Walter: Wie kann Kultur visualisiert werden? Was sind wichtige Aspekte und wie kommt man in einen Dialog?

Walter: Kommunikation läuft von innen nach aussen, Lernen von aussen nach innen.

Wo ein Wille ist, ist ein Weg; wo es keinen Willen gibt, gibt es Gründe

Achte auf Deine Gedanken, denn sie werden zu Worten. Achte auf Deine Worte, denn sie werden zu Handlungen. Achte auf Deine Handlungen, denn sie werden zu Gewohnheiten. Achte auf Deine Gewohnheiten, denn sie werden Dein Charakter. Achte auf Deinen Charakter, denn er wird Dein Schicksal.

Gruppenarbeit: Fragen zur Unternehmenskultur für die drei Themenbereiche:

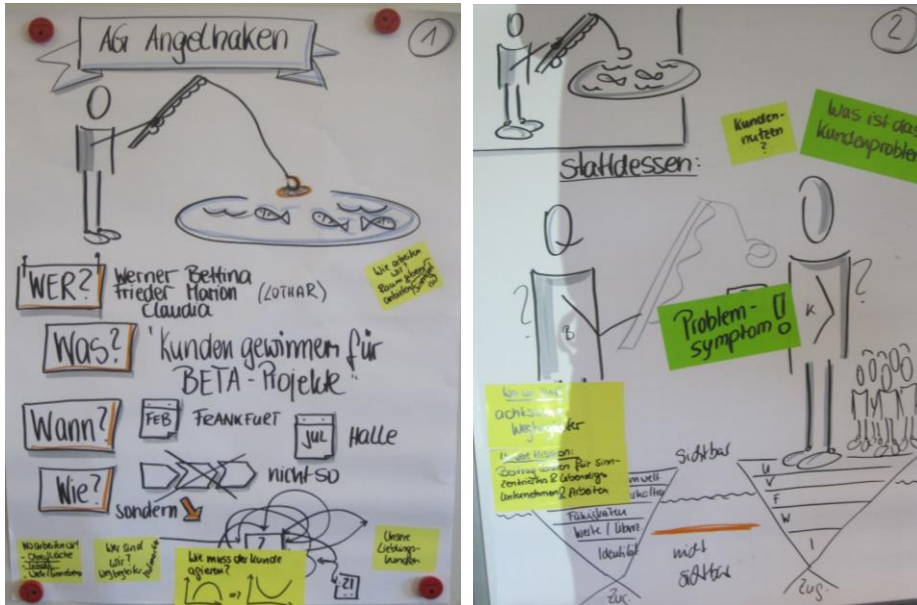
- Zusammenarbeit in der Führung (**Marion**, Bettina, Frank, Frieder)
- Integration neuer Mitarbeiter (**Katrin**, Matthias, Jutta)
- wie möchte ich wahrgenommen werden, wie soll uns der Kunde wahrnehmen ? (**Jürg**, Herwig, Werner)

19:50 **AG Methoden (Katrin, Katrin, Herwig, Jürg, Rainer)**
Stimmungsbarometer

Sonnabend, 24.08.2013

09:00 AG Methoden (Katrin, Katrin, Herwig, Jürg, Rainer)
Kennenlernen mit der "Schlüsselbund"-Methode

09:30 AG Angelhaken (Bettina, Claudia, Marion, Frieder, Werner)



Marion: Sinnorientierung zur Lösung von Problemen im Unternehmen, deren Ursache wohl im Menschenbild liegen. Zur Zusammenarbeit kommt es über ähnliche / gleiche Werte und Identität. Deswegen sollten wir immer authentisch, identisch sein und uns nicht verstellen.

Katrin: dies gilt auch für das Thema Mediation - fast alle Aufträge kommen über Konfliktauslöser und führen zur Mediation.

Frieder: wir haben die Ordnungsprinzipien Gemeinschaft, Markt, Chaos, Hierarchie, Netzwerk
Marion: Kunden sollten - wie ich - immer bereit sein, Dinge zu hinterfragen.

Werner: Hilfreich zu diesem Thema ist:

Stefan Merath: Die Kunst seine Kunden zu lieben, Neurostrategie © für Unternehmer.

Werner: wir hatten uns auf "sinnergetisch" statt "Beta" geeinigt.

10:15 Übung: Wirkung von Textbausteinen

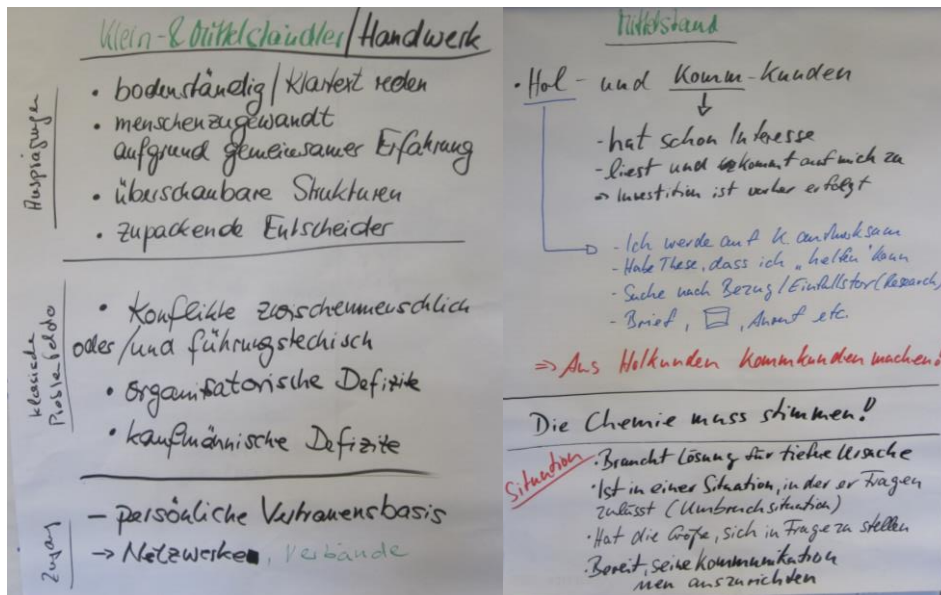
Marion: Demut zeigen, nicht Berater sein, sondern Inspirator --> Sinnspirator

11:30 Gruppenarbeit zum Akquisitions-/Angebotsprozess:

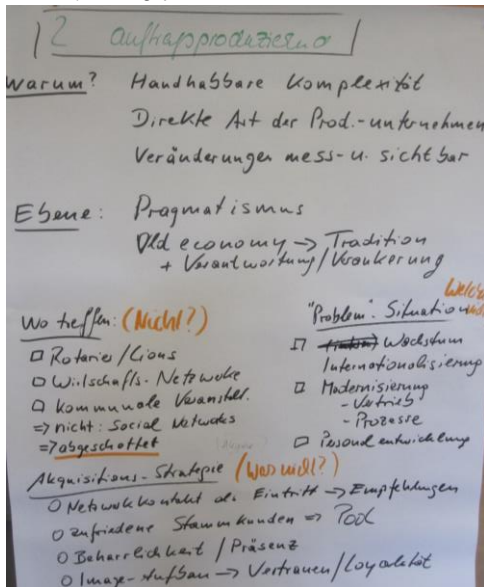
1. Was sind unsere Lieblingskunden ?
2. was macht den Lieblingskunden aus ?
3. in welcher Situation, soll er unsere Unterstützung anfragen ?

für

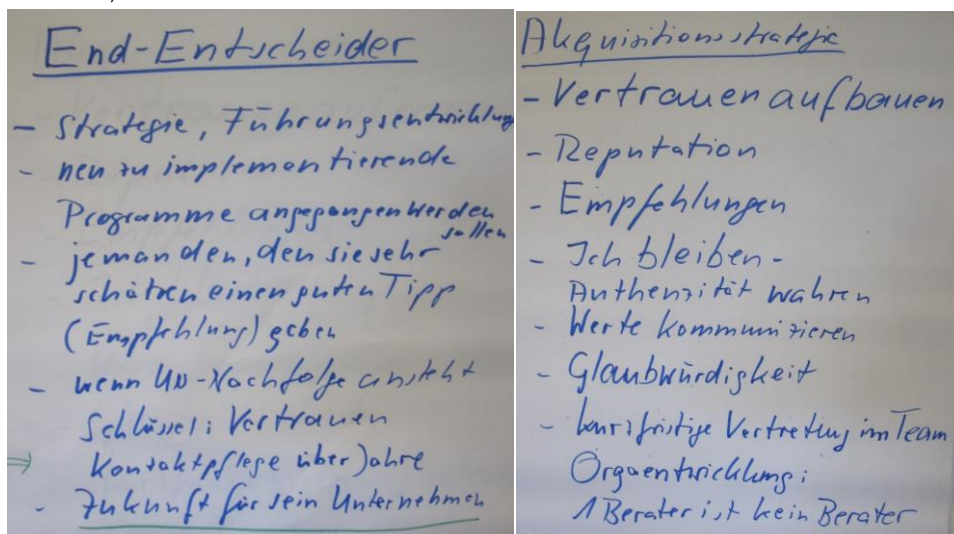
a) mittelständisch geprägte Unternehmen 200 - 2.000 MA



b) auftragsproduzierende Unternehmen ab 500 MA



c) Klein- und mittelständisches Handwerk
d) End-Entscheider



12:45 Mittagessen

13:30 AG Methoden (Katrin, Katrin, Herwig, Jürg, Rainer)

Katrin: Vortrag zu den Ergebnissen der Methoden AG

PPT

Kennenlernen des "Bambusstock"-Spiels

Kennenlernen der "meine Ecke"-Methode

Kennenlernen der "Walt-Disney-Strategie"

Was erwarten wir vom nächsten Treffen im Januar zum Thema Geschäftsmodell

Position Träumer, Optimist

Position Realist

Position konstruktiver Skeptiker

Kennenlernen der "ABD-Darium"-Methode

14:45 Vorbereitung des Termins am 10./11.01.2014 zum Thema "Geschäftsmodell"

1 AG zu den eigenen Geschäftsmodellen inkl. Methoden --> je 30 Min.

2 eine AG Methoden zur Vorbereitung des Treffens

3 AG Geschäftsmodell

AG Marketing

AG Vertrieb

4 AG zur Vorbereitung des Treffens --> je 30 Min.

Marion, Bettina, Herwig, Walter, Frieder, Michael, Katrin, Werner

15:10 Dank an Marion für die Organisation / Moderation

nächste Treffen, jeweils Freitag ab 12:00 bis Sonnabend, 15:00

10.+11.01.2014 - ohne Gäste !!

22.+23.08.2014

09.+10.01.2015

28.+29.08.2015