



AGILER CHANGE MANAGER (IHK)

MODUL 2.2

Agile Zusammenarbeit | New Work

Transparenz | Überprüfung | Anpassung



Agiler Change-Manager

Übersicht 5.5 Teilnahme | 10.5 Facharbeit



Einführung (28.01.25) Aufgaben 28.01.25 - 02.02.25

Modul 1: Grundlagen Agiles Mindset / Agile Methoden / Agile Organisation / Rollen & Führung in Agilen Organisationen

- **Modul 1.1 (04.02.25):** Mit Agilem Mindset Veränderungen aktiv gestalten (Aufgaben 04.02.25 - 09.02.25)
- **Modul 1.2 (11.02.25):** Agile Methoden kennenlernen (Aufgaben 11.02.24 - 16.02.25)
- **Modul 1.3 (18.02.25):** Agile Unternehmensorganisation, -kultur | Führen in Agilen Organisationen (Aufgaben 18.02.25 - 02.03.25)

Modul 2: Agile Journey für den eigenen Gestaltungsbereich entwickeln

- **Modul 2.1 (04.03.25):** Agiles Change-Management – wie Veränderung im Arbeitsalltag gelingen kann (Aufgaben 04.03.25 - 16.03.25)
- **Modul 2.2 (18.03.25):** Agile Zusammenarbeit | Transparenz – Messen – Anpassen (Aufgaben 18.03.25 - 30.03.25)
- **Modul 2.3 (01.04.25):** (Online)Moderation (Aufgaben 01.04.25 - 27.04.25)
 - **Freiwillig: Gruppenarbeit 2 Stunden Agile Journey – 6 Hüte** (01.04.25 – 16.4.25)

Modul 3 Projektarbeit: Agile Journey | Abschluss

- **Modul 3.1 (29.04.25):** Praxistag
- **Abschluss (23.05.25 – 14.30 Uhr)**
 - **Bewertung Teilnahme 80% am (5.5.25)**
 - **Facharbeit Kapitel 7 | Präsentation der Facharbeit Meine Agile Journey (29.04.25 - 10.05.25)**

Agiler Change-Manager



Übersicht über den Zertifikatskurs

1. Veränderung - die Normalität in der komplexen, digitalen Welt
2. Für die aktive Bewältigung der Veränderung gewinnen & begeistern
3. Ausflug in die Kommunikation
4. Agile Meetingformate (Auswahl)
5. Meine Rolle als Moderator & Coach
6. Neues Denken
7. Agile Methoden
8. Agile Organisations-Modelle
9. Praktiken | Werkzeuge
10. Handlungsfelder der Agilität im Arbeitsalltag
11. Agiles Change-Management | Agile Journey
12. Impulse & Experimente
13. Was ist Agilität | Agiler Mindset
14. Digitale Zusammenarbeit
15. Messbarkeit
16. Meine Agile Journey

OKR
User Story
Value Proposition Canvas
Role Model Canvas

New Work
Digitale Collaboration

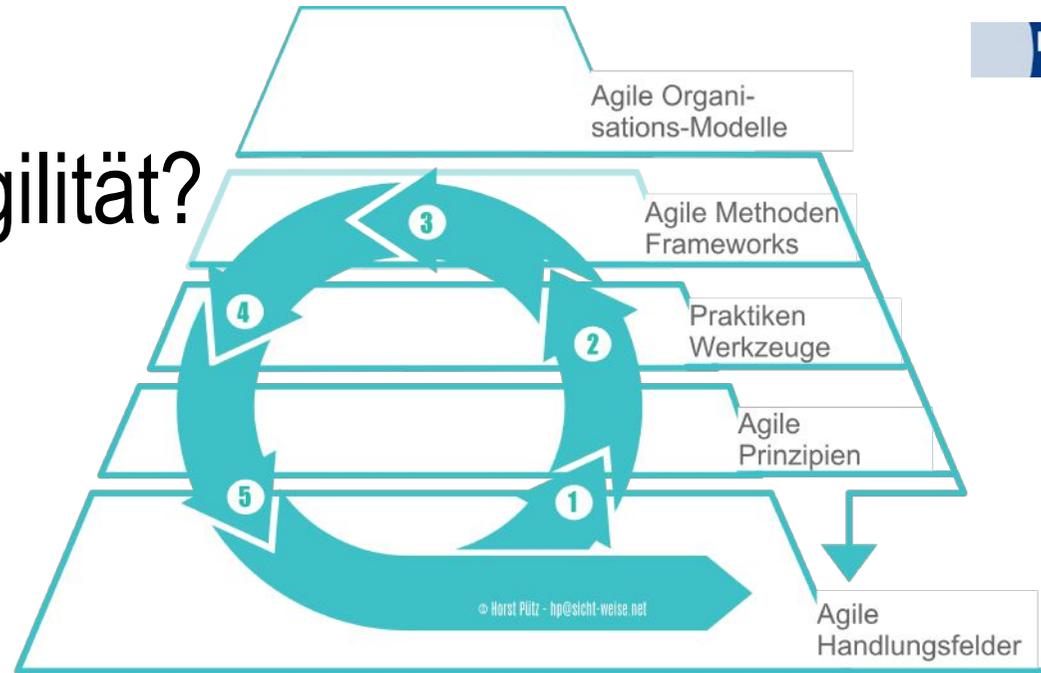


Komplex | Chaotisch | Digital

Was ist der Kern der Anpassungsfähigkeit | Agilität?



Experimentieren & aus Fehlern Lernen

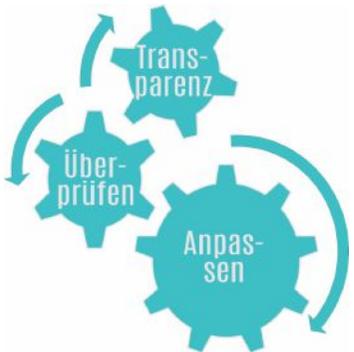


Veränderungen annehmen & mutig gestalten





Agilität im Arbeitsalltag



Wertschöpfung
durch

Selbstwirk-
samkeit



Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit

Einstellung
Mindset



- Fairness
- Vertrauen
- Wertschätzung
- Kommunikation
- Feedback



Bedürfnis Pyramide



Intrinsische Motivation



Resilienz



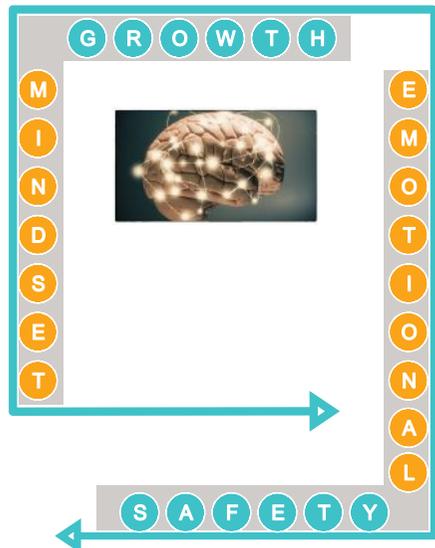
Growth Mindset



Emotional Safety



Intrinsische Motivation stimulieren



Autonomie
 Selbst gestalten können | Verantwortung übertragen | Verantwortung annehmen | Nicht nach Schuld suchen, sondern eigenverantwortlich handeln |

Persönliche Entfaltung
 (Beherrschung | Mastery) Fähigkeiten nutzen und entwickeln: Fördern und Fordern | Stärken stärken |



Sicherheit
 Eine Kultur der Zusammenarbeit leben, die von Emotional Safety geprägt ist

Sinn
 mit dem eigenen Handeln zu einem höheren Ziel beitragen, das persönlich wichtig ist | Optimismus, Lösungsorientierung, Zukunftsplanung

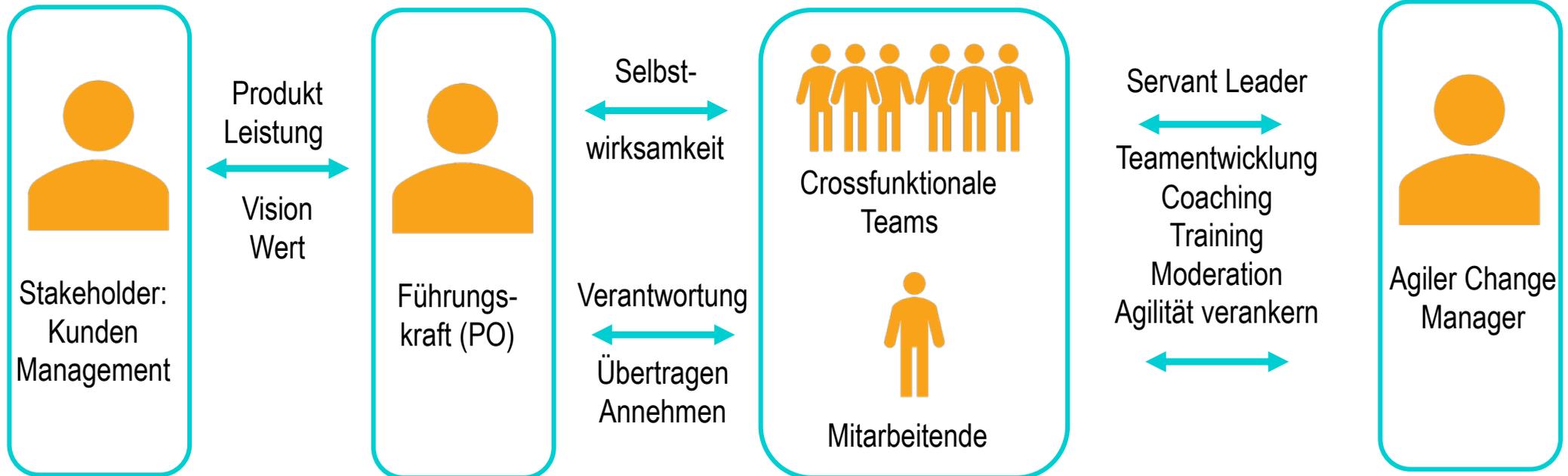


Veränderung
Neue
Normalität

Anpassung
Flexibilität
Agilität



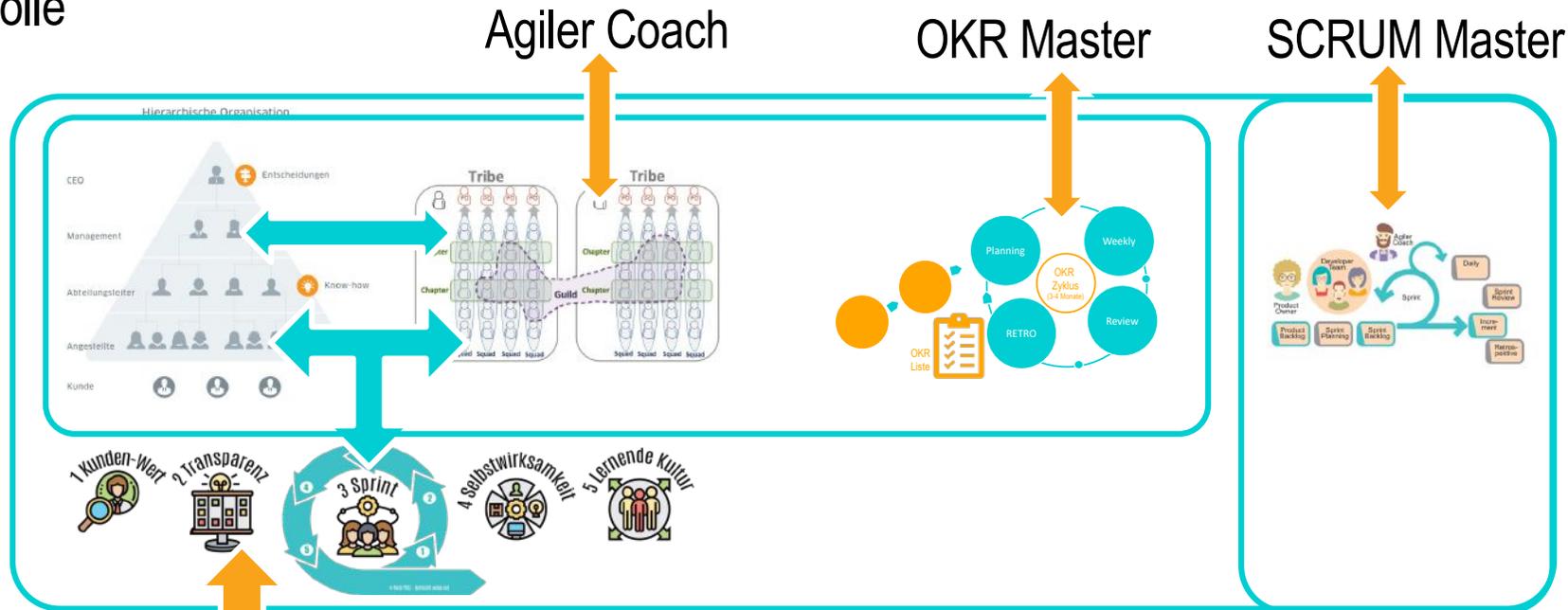
- Blockaden und Bürokratie reduzieren
- Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit
- Aus Fehlern lernen (Sprint | Retro)
- Digitalisierung
- Transparenz





Agiler Change-Manager

Rolle



Agiler Change-Manager

... spielt eine entscheidende Rolle in der Entwicklung der unternehmensweiten Anpassungsfähigkeit | Agilität in tradierten Organisationen und in strategischen Change Projekten

- Einführung und Verankerung der Agilität im Arbeitsalltag in jeder Abteilung
- Förderung der Selbstwirksamkeit und des Agilen Mindset
- Etablierung einer lernenden Kultur

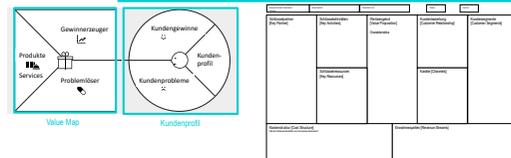
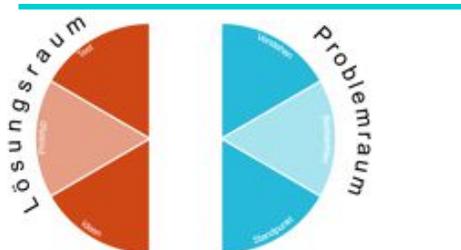
Agile Journey

Agile Handlungsfelder [HOW | RETRO]
Check | WHY

Agile Methoden (Auswahl)



Agile Methoden, um in der komplexen, digitalen Welt die Wettbewerbs-, und Zukunftsfähigkeit zu sichern



Agiles Manifest

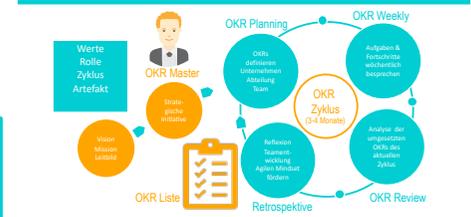
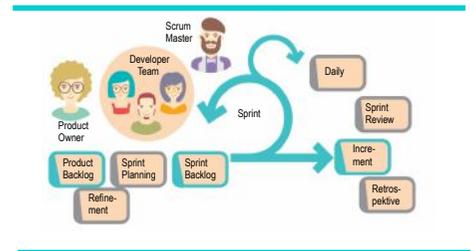
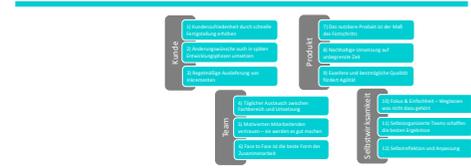
Design Thinking
Produktentwicklung

SCRUM
Agile Projekt Entwicklung

Kanban
Prozesssteuerung

OKR
Strategische Steuerung

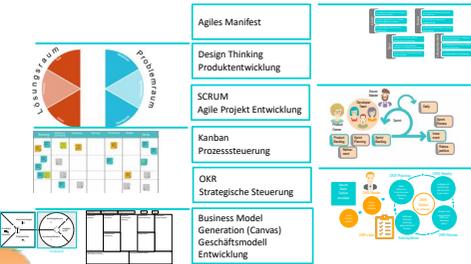
Business Model
Generation (Canvas)
Geschäftsmodell
Entwicklung





Fünf Handlungsfelder

Agilität im Arbeitsalltag

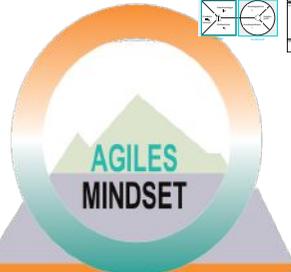
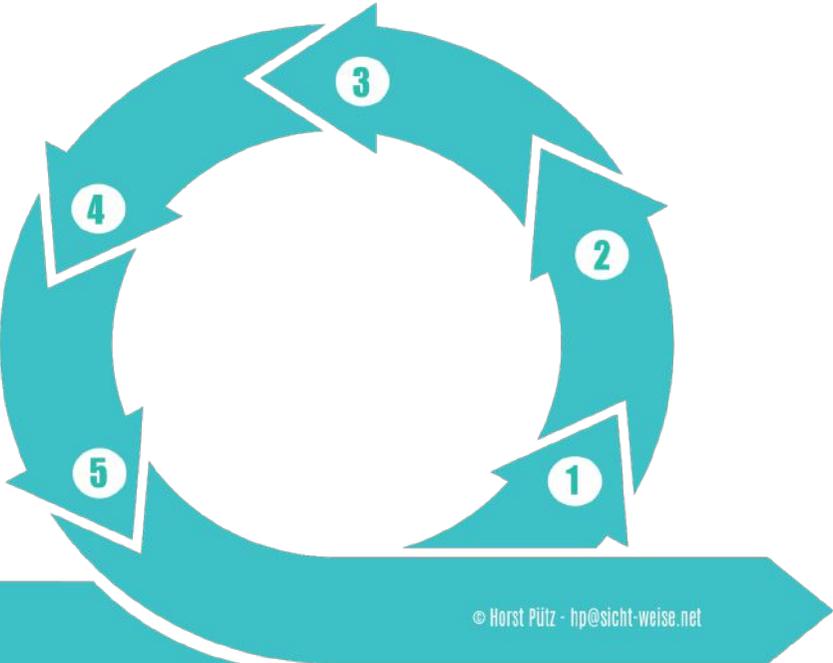


Agile
Praktiken
Werkzeuge

Agile
Methoden

Agile
Prinzipien

Agile
Werte



Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit

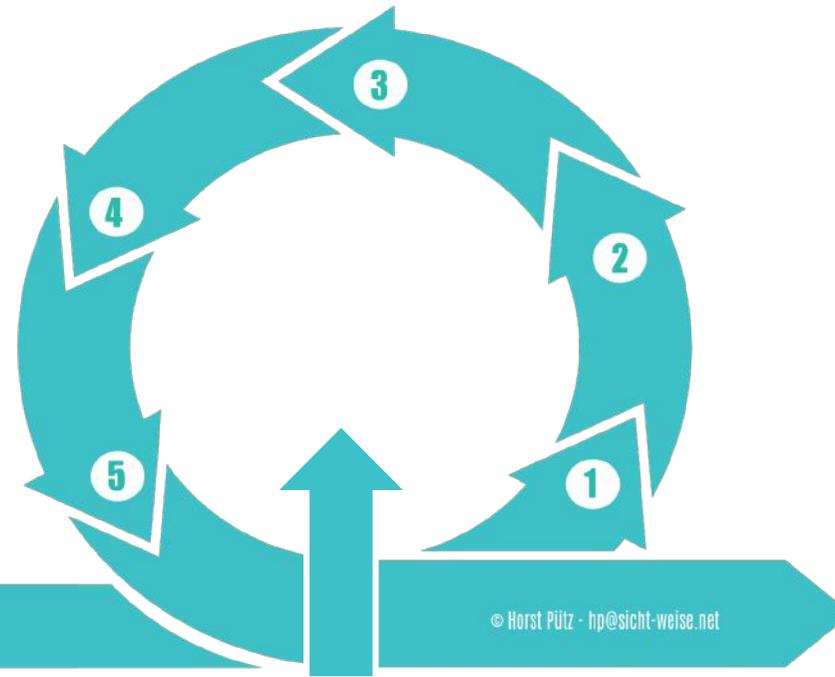
© Horst Pütz - hp@sicht-weise.net





Fünf Handlungsfelder

Agilität im Arbeitsalltag





Was Agilität im Arbeitsalltag anders macht

Führungskraft als Treiber

Führungskraft 

Crossfunktionales Team
Abteilung
Team 

Fokus Vision 



Coaching
Mitarbeiter
fördern & fordern

Commitment |
Selbstwirksamkeit

Kurze, messbare,
iterative, autonome
Umsetzung



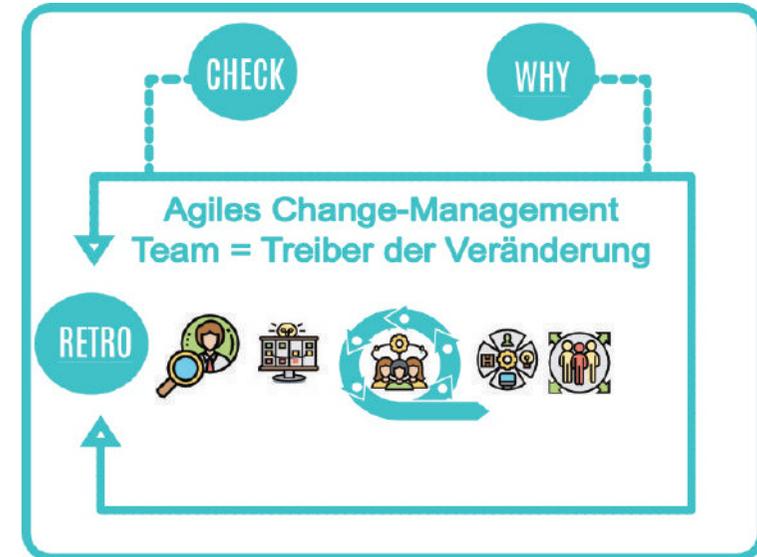
Transparenz 

 Agiler Change-Manager  Lernende Kultur | Emotional Safety

Agiles Change-Management | Agile Journey



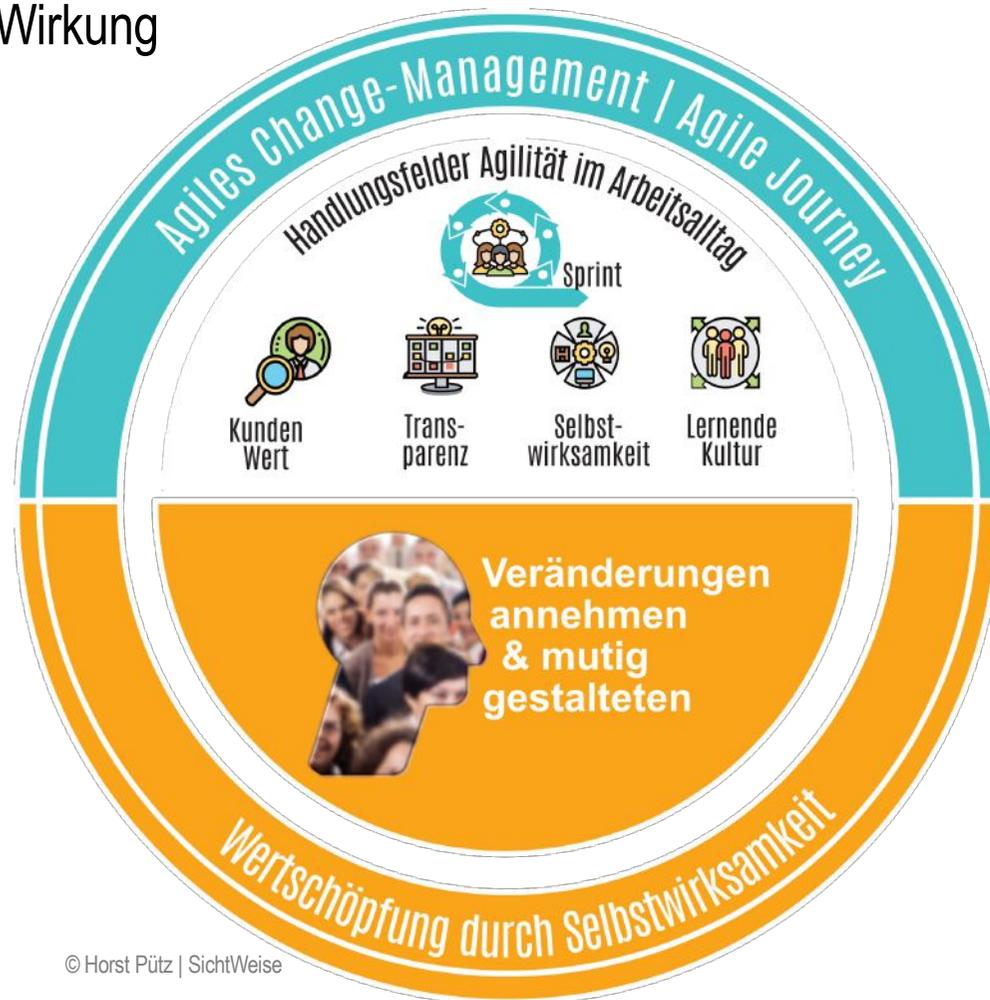
Übersicht



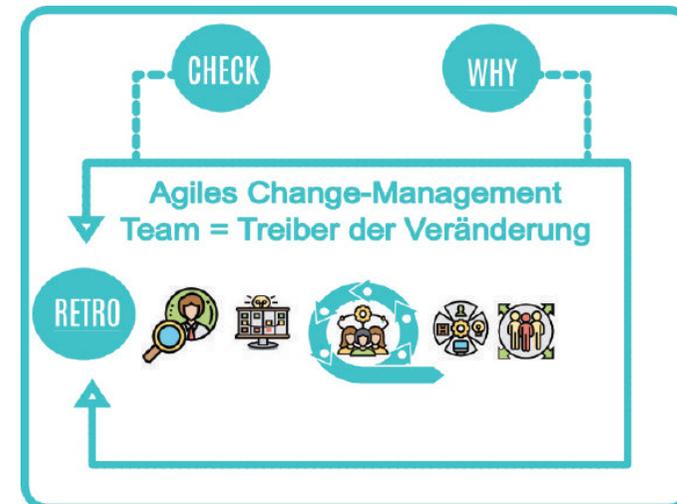
Dies bedeutet autonome und selbstwirksame Mitarbeitende zu Treibern der Veränderung in ihren jeweiligen Kompetenzbereichen zu ermächtigen, umso die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Agiles Change-Management

Wirkung



Ermächtigung Team Agiler Change Manager



- Ich, als Person mit meinen Fähigkeiten und meinen Beiträgen, werde wertgeschätzt
- Wir tun die richtigen Dinge, die mir wichtig sind und die ich gestalte
- Ich strenge mich an und das lohnt sich
- Ich bin stolz auf das, was wir tun

CHECK

Zuhören - Vorgehensweise



Auftrag
vereinbaren

Umsetzungsrahmen abstecken
Commitment des Auftraggebers sicherstellen

Strukturierter
Fragebogen
(*)

Fragebogen erstellen | Ca. 2 quantitative Fragen
Leitfaden, der je nach Gesprächsverlauf genutzt wird

Interviews
vereinbaren,
durchführen

- Persönliches Versprechen:
Es wird nichts Persönliches an die Führungskraft weitergegeben – nur neutralisierte Erkenntnisse, die nicht auf einzelne Personen zurückzuführen sind
- Prozess und Zielsetzung beschreiben

Kommuni-
kation

Kommunikation an das gesamte Team vor & nach den Interviews



WHY | Warum [Leistung - Wirkung]

WHY für eine Rolle im Personal, die die digitale Transformation voranbringt

- **Zukunftsorientiert & strategisch:**
Arbeit neu gestalten, indem wir Menschen und Technologie zusammenbringen, damit Mitarbeitende effizient, vernetzt und motiviert arbeiten können.
- **Mitarbeiterzentriert & entwicklungsorientiert:**
Förderung einer digitalen Arbeitskultur, in der Technologie nicht ersetzt, sondern Menschen befähigt, um Potenziale voll zu entfalten.“
- **Effizienz & Innovation im Fokus:**
HR-Prozesse durch digitale Lösungen effizienter, transparenter und skalierbarer zu machen, damit wir schneller und smarter auf Veränderungen reagieren können.





Agile
Journey

Wie kann Anpassungsfähigkeit und
Flexibilität im eigenen
Gestaltungsbereich in jeder Abteilung
eingeführt und verankert werden?

Experimente &
Impulse

Agiles
Change-Management

Was Agiles Change-Management anders macht



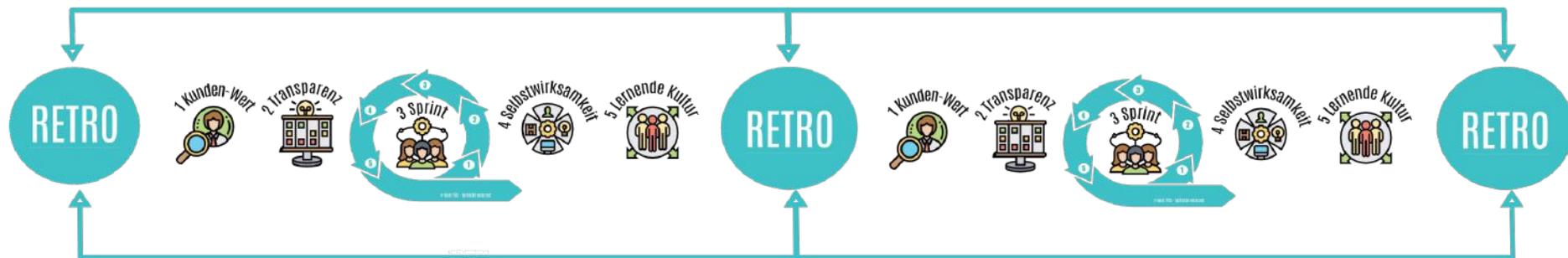
Team als Treiber



Agiles Change-Management



Idealtypischer, möglicher Start



1 Auftrag

- Auftrag
- Handlungsspielraum



2 Check

- Stimmungsbild
- Durchführung Check



3 RETRO

- Retro (Star Fish)
- Retro ohne FK
- Moderation: Agiler Change-Manager
- Transparente, messbare Zielsetzungen
- Respektvolle Rückkopplung mit FK



4

Konsequent Umsetzen





Ausgewählte Themenschwerpunkte

Agile Journey

Wartezeiten | Doppelarbeit | unklare Prozesse

Selbstwirksamkeit | Rollen | Aufgaben | Prozesse | Schnittstellen

Geringe Umsetzung | Meetings oder Digitale Zusammenarbeit ineffizient

Fokus | User Storys | Akzeptanzkriterien

Meeting | Moderation | Meetinglandkarte

Digital Workspace | Smart Collaboration

Unklarheit: Aufgaben | Arbeitsstände | Kanban Board

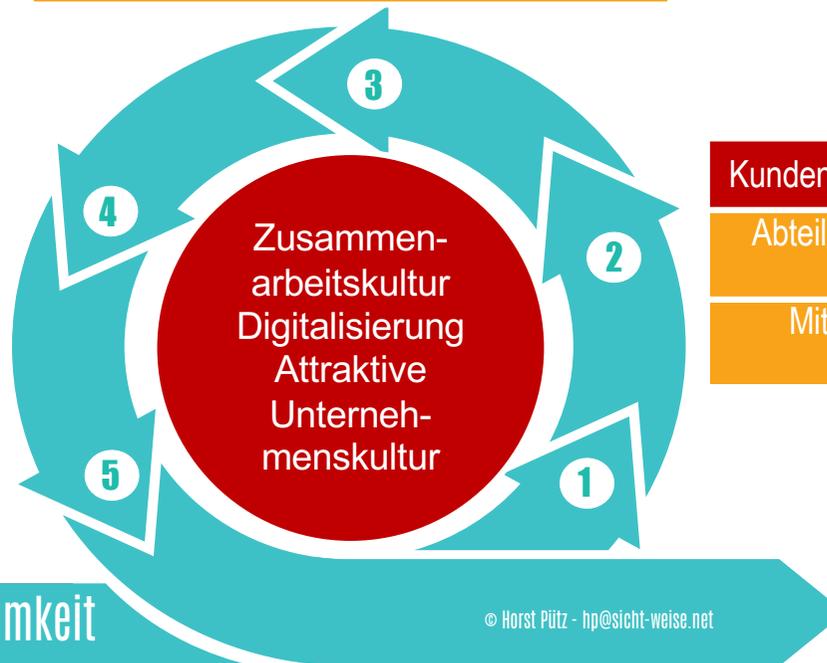
Angst | Innere Kündigung | Bestrafung

Emotional Safety

Konfliktbeladenen Themen über Hierarchiegrenzen hinweg bewegen

Verrückt klingende, neue Wege ausprobieren und Diversität Raum geben

Kommunikation auf Augenhöhe



Kundenbedürfnisse werden zu wenig erfüllt

Abteilung(en): interne oder übergreifende Lösungen entwickeln

Mit Kunden vernetzen | Bedürfnisse verstehen

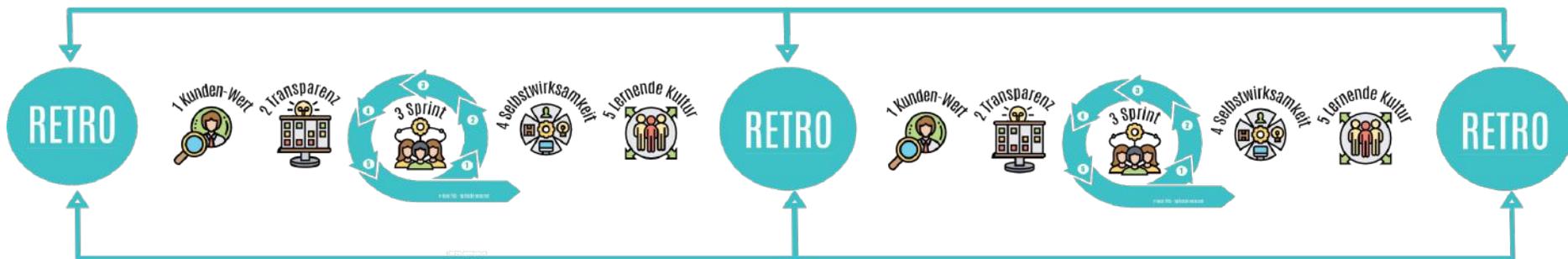
Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit

© Horst Pütz - hp@sicht-weise.net

Agiles Change-Management



Retro verankern



5 RETRO

- Retro (Spotify Health Check)
- Retro ohne FK
- Moderation: Agiler Change-Manager
- Transparente, messbare Zielsetzungen
- Respektvolle Rückkopplung mit FK



6

Konsequent Umsetzen



7 RETRO

- Retro (Spotify Health Check)
- Retro ohne FK
- Moderation: Agiler Change-Manager
- Transparente, messbare Zielsetzungen
- Respektvolle Rückkopplung mit FK



8

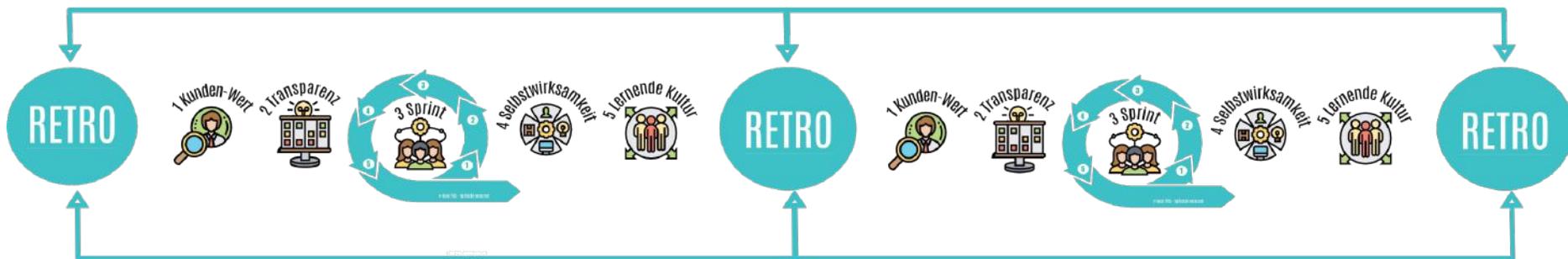
Konsequent Umsetzen



Agiles Change-Management



Beispiele Agile Journey [Ich in meiner Funktion als ... brauche möchte will ... Weil, aber, wegen, damit, dadurch]



- In meiner Rolle als Teammitglied des Kundenservice möchte ich mit meinen Teamkolleg*innen unsere Erfahrungen in eigener Verantwortung nutzen, um die Kundenbedürfnisse besser zu adressieren und Kundenzufriedenheit zu verbessern.
- Ich, in meiner Funktion als Agiler Change-Manager, möchte ich HR-Abteilungen und Mitarbeitende dabei unterstützen, mit agilen Methoden Ihre persönlichen Kompetenzen, ihre Leistungsfähigkeit und ihr psychologisches Empowerment zu stärken, um die Herausforderungen in der komplexen, digitalen Welt erfolgreich zu bewältigen.
- In meiner Rolle als Vertriebsleiter möchte ich Angebote innerhalb einer Woche erstellen, um gegenüber der Konkurrenz wettbewerbsfähig zu sein.



Business Model Generation

<https://blog.thedarkhorse.de/adaptive-strategie/das-strategie-hexagon/>



Schlüsselpartner
[Key Partner]

Wer sind unsere Schlüsselpartner?
Wer sind unsere Schlüssellieferanten?
Welche Schlüsselressourcen erhalten wir durch die Partner?
Welche Aktivitäten führen die Partner durch?

Motivation für Partnerschaften

Optimierung der Wirtschaftlichkeit
Minimierung von Risiken und Unsicherheiten
Erwerben von bestimmten Ressourcen und Aktivitäten

Schlüsselaktivitäten
[Key Activities]

Welche Schlüsselaktivitäten erfordern unser Wertangebot?
Unsere Vertriebskanäle?
Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Kriterien:

Produktion
Problemlösung
Plattformen | Netzwerke

Schlüsselressourcen
[Key Resources]

Welche Schlüsselressourcen erfordern unser Wertangebot?
Unsere Vertriebskanäle?
Kundenbeziehungen?
Einnahmequellen?

Ressourcenarten:

Physisch
Intellektuell (Marken, Patente, Urheberrechte, Daten)
Menschlich
Finanziell

Wertangebot
[Value Proposition]

Welche Werte bieten wir dem Kunden an?
Welches Kundenproblem lösen wir?
Welche Produkte oder welchen Service bieten wir jedem Kundensegment an?
Welche Kundenbedürfnisse befriedigen wir?

Charakteristika:

Neuheit
Leistung
Anpassung an Kundenwünsche
Arbeitserleichterung
Design
Marke | Status
Preis
Kostenreduktion
Risikominimierung
Verfügbarkeit
Nutzerfreundlichkeit

Kundenbeziehung
[Customer Relationship]

Welche Art von Beziehung erwartet jedes Kundensegment von uns?
Welche Beziehungen haben wir schon geschlossen?
Wie sind sie in den Rest unseres Geschäftsmodells integriert?
Wie kostenintensiv sind sie?

Beispiele:

Persönliche Betreuung
Selbst-Service
Communities | Mitwirkung

Kanäle [Channels]

Über welche Kanäle wollen unsere Kundensegmente erreicht werden?
Wie erreichen wir sie?
Wie sind die Kanäle integriert?
Welcher ist am effektivsten?
Welcher ist am kostengünstigsten?
Wie kostenintensiv sind sie?

Kanalphasen

1. Aufmerksamkeit
2. Bewertung
3. Vermittlung (unsere Wertigkeit)
4. After Sales

Kundensegmente
[Customer Segments]

Für wen schaffen wir Wert?
Wer sind unsere wichtigsten Kunden?

Massenmarkt
Nischenmärkte
Segmente
Diversifizierung
Mehrschichtige Plattformen

Kostenstruktur [Cost Structure]

Welches sind die wichtigsten mit unserem Geschäftsmodell verbundenen Kosten?
Welche Schlüsselressourcen sind am kostenintensivsten?
Welche Schlüsselaktivitäten sind am kostenintensivsten?

Ist das Geschäft überwiegend:

Kostenorientiert (Maximale Automatisierung | Niedrigpreissegmentierung | extensives Outsourcing)
Werteorientiert (Fokus auf Schaffen von Werten | Premiumwert Versprechen)

Beispielcharakteristika:

Festpreise | variable Kosten | Mengenvorteile | Verbundvorteil |

Einnahmequellen [Revenue Streams]

Wofür sind die Kunden gewillt zu zahlen?
Was bezahlen sie aktuell?
Wie würden sie vorzugsweise bezahlen?
Wie hoch ist der Anteil der Einnahmen am Gesamtumsatz?

Typen:

Verkauf
Nutzungsgebühr
Mitgliedsgebühr
Lizenzen

Festpreise:

Listenpreise
Abhängig von Produkteigenschaften
Abhängig vom Kundensegment
Abhängig von der Menge

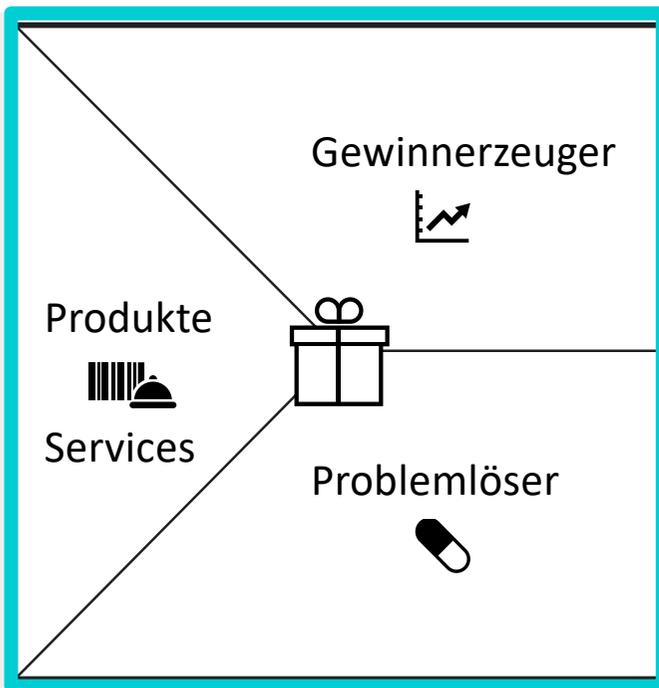
Variable Preise:

Preisverhandlungen
Ertragsmanagement
Echtzeitmarktwert

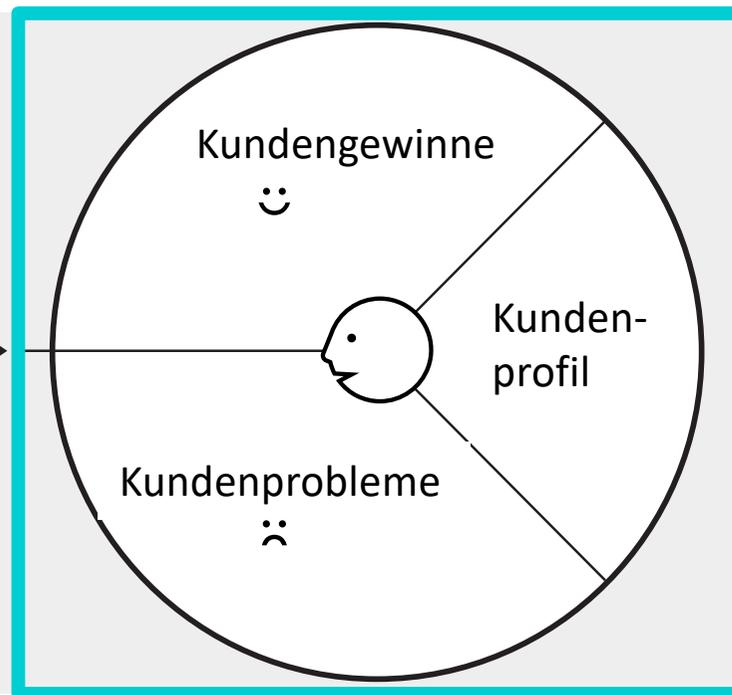


Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas



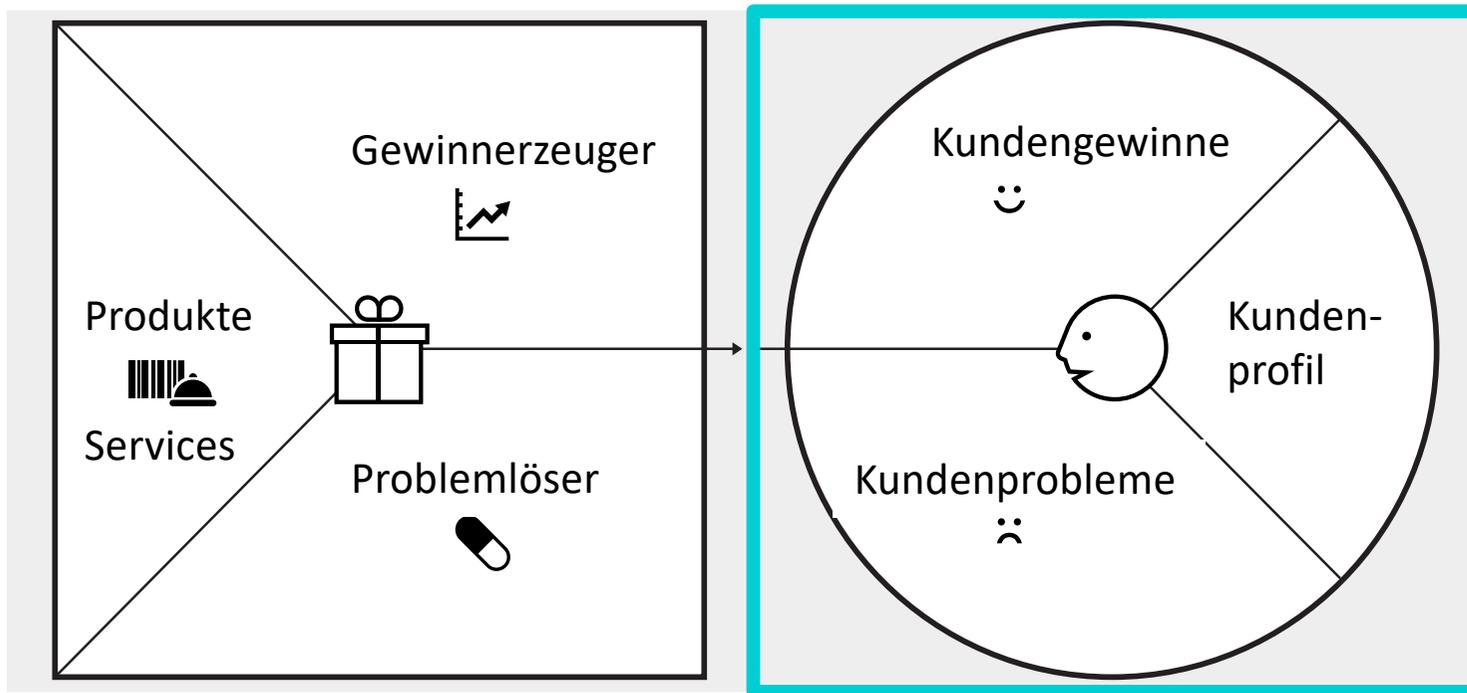
Value Map



Kundenprofil

- Leistungs- oder Wertversprechen ist das zentrale Element in Deinem Business Modell und wird mit dem Value Proposition Canvas in zwei Bereichen dargestellt
- Das VPC zeigt detailliert auf, wie Dein Leistungsversprechen die Bedürfnisse der Kunden adressiert

Value Proposition Canvas



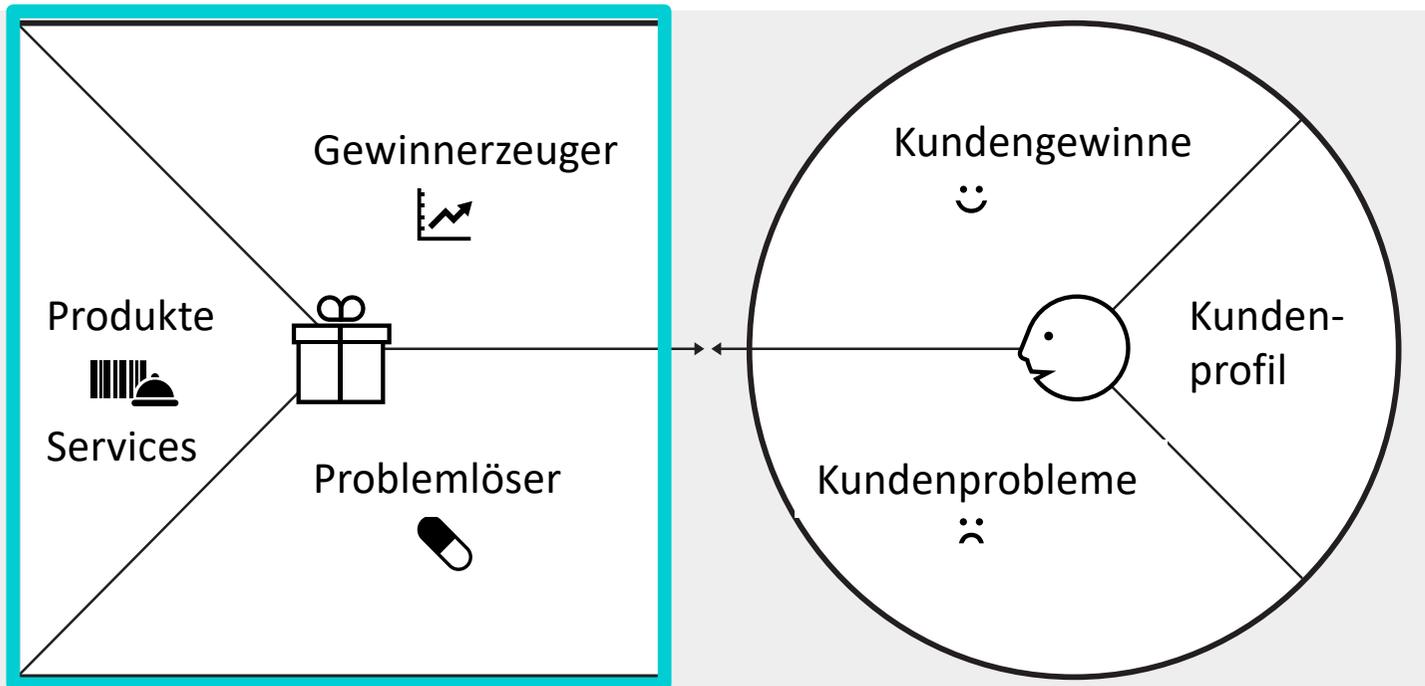
Kundenprofil

Kundenprofil

Das Kunden(segment)profil beschreibt ein spezielles Kundensegment im Geschäftsmodell, in den Aspekten:

- Kundenaufgabe
- Probleme
- Gewinne

Value Proposition Canvas



Value Map

Value Map

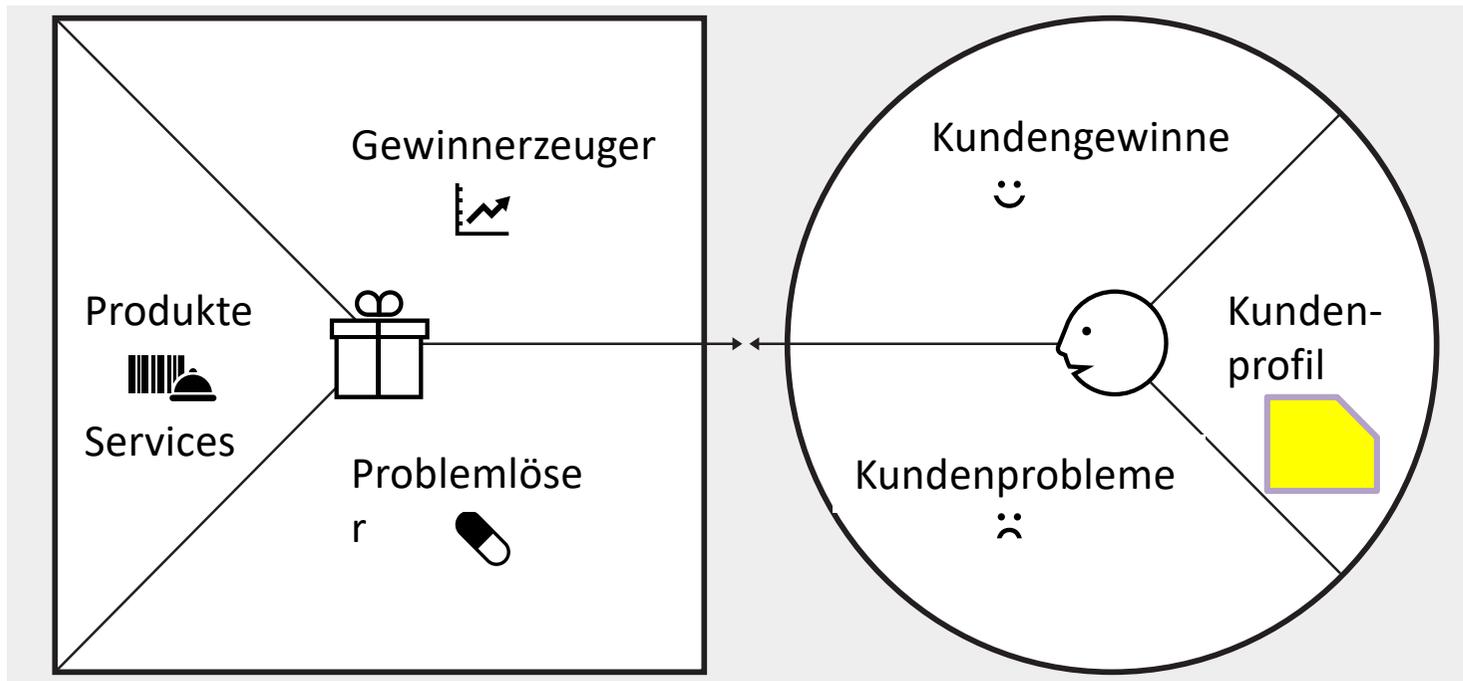
Die Value (Proposition) Map beschreibt die Merkmale eines spezifischen Wertangebots im Geschäftsmodell, in den Aspekten:

- Produkte | Service
- Problemlöser
- Gewinnerzeuger

Value Proposition Canvas



Kundenprofil | Aufgaben



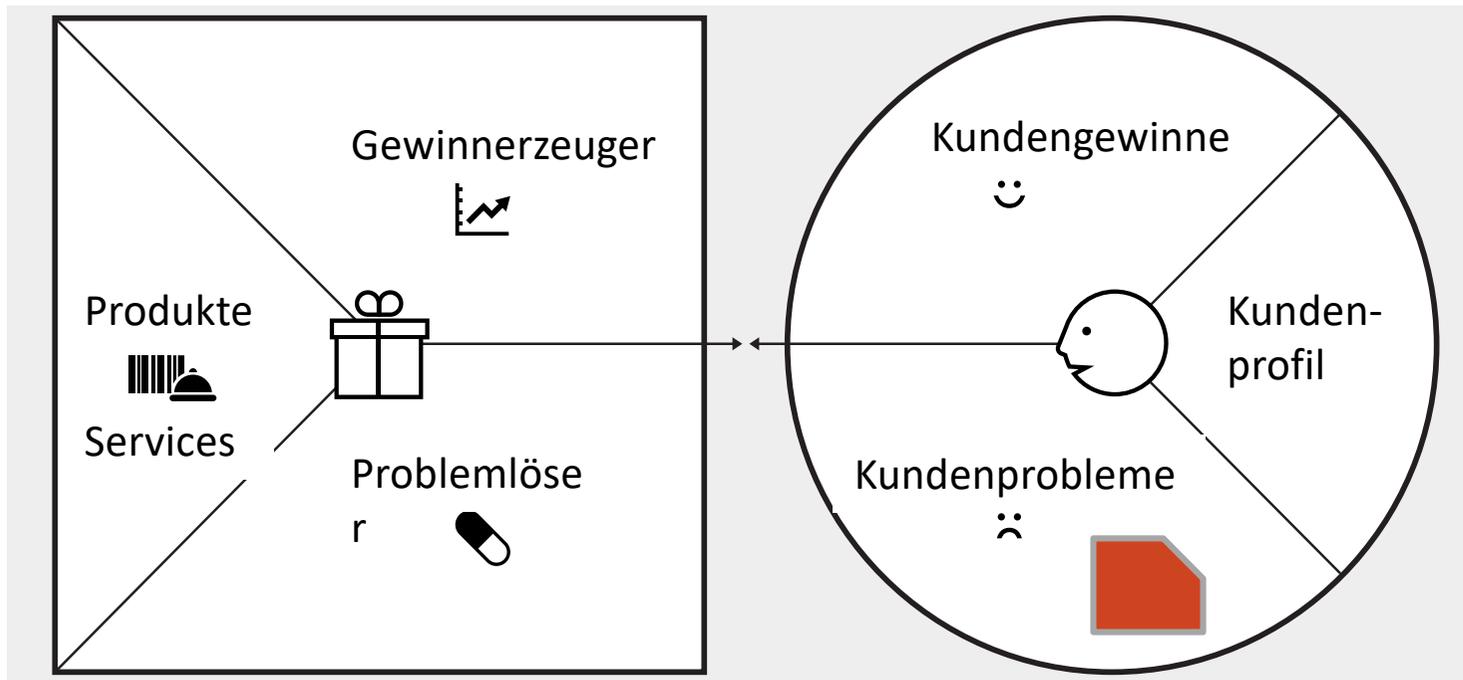
Beschreibe, was das Kundensegment zu erreichen versucht. Es können Aufgaben Probleme oder Bedürfnisse sein.

- Funktionale Aufgaben (z.B. eine bestimmte Aufgabe ausführen | erledigen; ein bestimmtes Problem lösen)
- Soziale Aufgaben (z.B. Versuch gut auszusehen, an Status, Macht oder Einfluss gewinnen)
- Emotionale Aufgaben (z.B. Ästhetik, sich gut fühlen, Sicherheit)
- Unterstützende Aufgaben (z.B. Wert durch Einkauf, Wert durch Entwicklung)

Value Proposition Canvas



Kundenprobleme



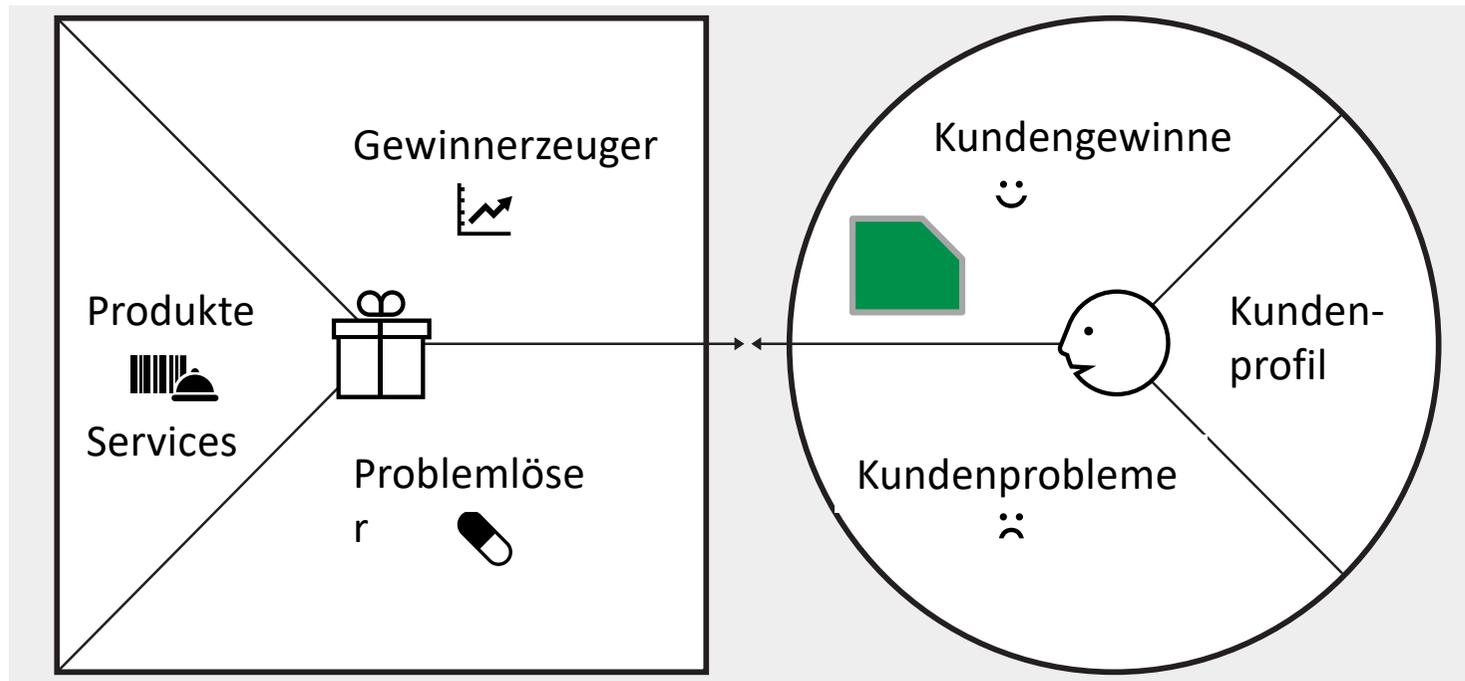
... beschreibt alles, was den Kunden behindert oder davon abhält eine Aufgabe zu erledigen.

- Unerwünschte Ergebnisse
Schwierigkeiten
- Hindernisse | Risiken
- Ergebnisse zu aufwendig,
zu spät, fehlerhaft
- Zu hohe Kosten
- Imageverlust

Value Proposition Canvas



Kundengewinne



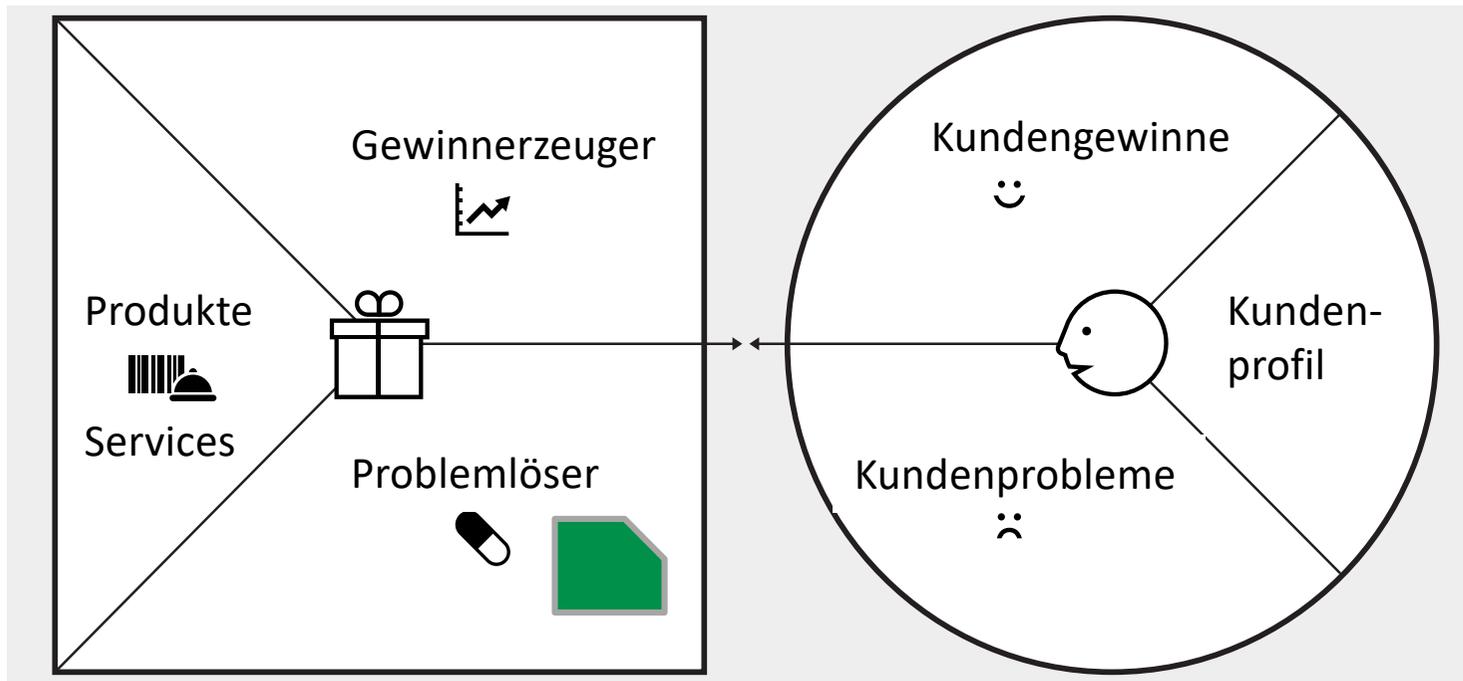
... beschreiben die Vorteile, die die Kunden wünschen.

- Ergebnisse, wie z.B. Qualität, mehr oder weniger von etwas
- Macht Spaß oder erleichtert das Leben
- Zentrale Themen
 - Welche Einsparungen werden erzielt?
 - Was erleichtert Aufgaben der Kunden?
 - Was will der Kunde wirklich?

Der Gewinn beschreibt den **erwünschten Zustand oder Mehrwert**, den der Kunde anstrebt und den das Produkt oder die Dienstleistung ihm bieten soll. Gewinne sind nicht nur das Fehlen der Probleme, sondern zusätzliche Vorteile, die das Erlebnis des Kunden verbessern, wie z. B. Komfort, Effizienz, Zufriedenheit oder höhere Qualität.

Value Proposition Canvas

Problemlöser



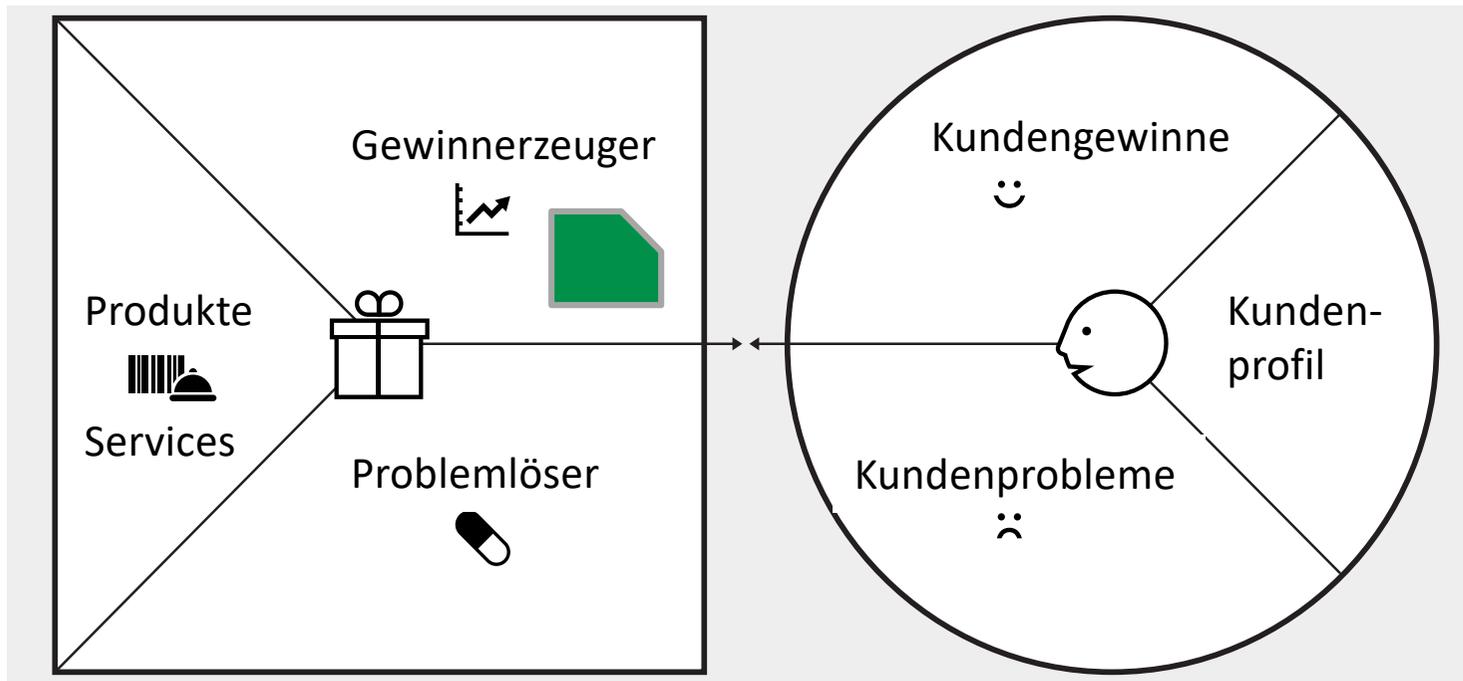
... beschreiben, wie Produkte, Services und Dienstleistungen, die spezifische Kundenprobleme lösen.

Zentrale Themen

- Wie können schlechte Leistungen verbessert werden?
 - Time to Market des Kunden verbessern
 - Arbeitssicherheit verbessern
 - Qualitätsmängel beseitigen
 - Arbeitsdruck reduzieren
 - Image verbessern

Value Proposition Canvas

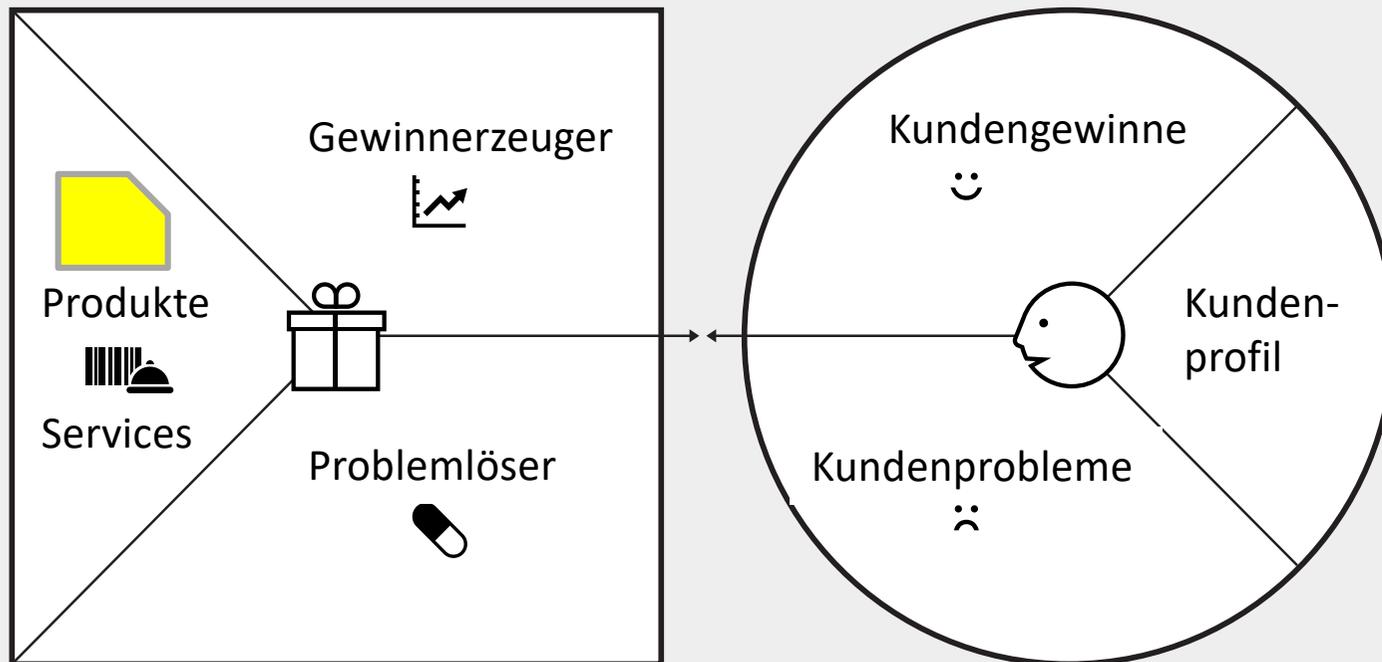
Gewinnerzeuger



- ... wie schaffen Deine Produkte und Leistungen für den Kunden Gewinn?
- Zentrale Themen
 - Einsparungen (Geld, Arbeitsaufwand, Zeit, etc.)
 - Hohe oder verbesserte Qualität
 - Erleichterungen oder bessere Ergebnisse im Arbeitsalltag
 - Einen Traum erfüllen
 - Kundenerfolg unterstützen

Value Proposition Canvas

Produkte und Dienstleistungen



... sind Leistungen, die Du erbringst oder anbietest um die Probleme zu lösen und die Gewinne zu verstärken.

- Waren, Produkte, Logistik
- Dienstleistungen, Services, Verwaltung
- Digitale Leistungen
- Priorisiere die Leistungen in Bezug auf die Relevanz von unverzichtbar bis „nice to have“

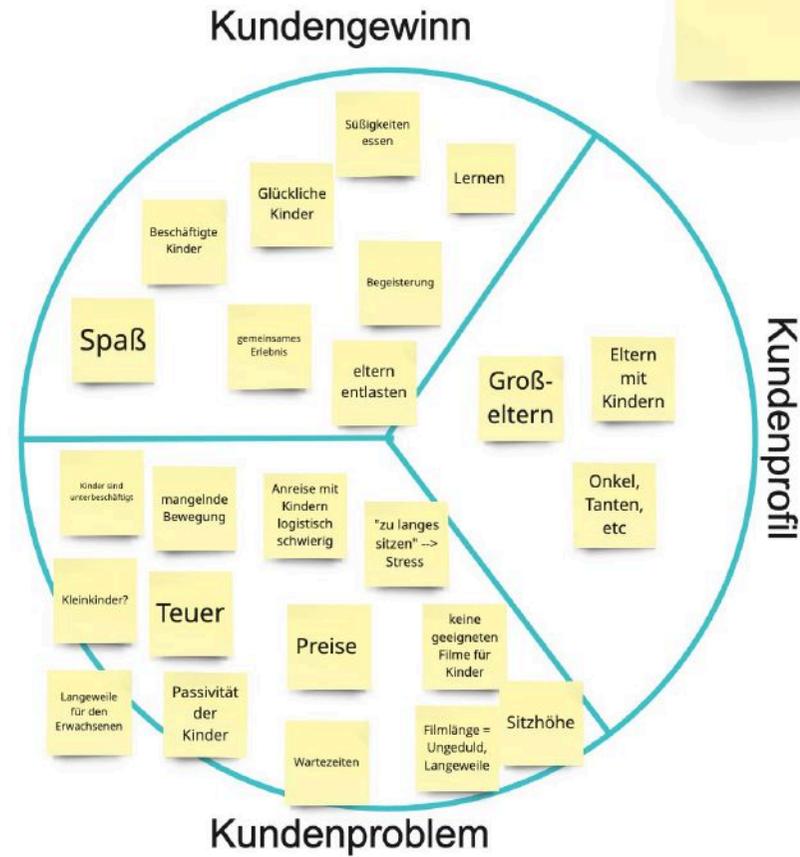
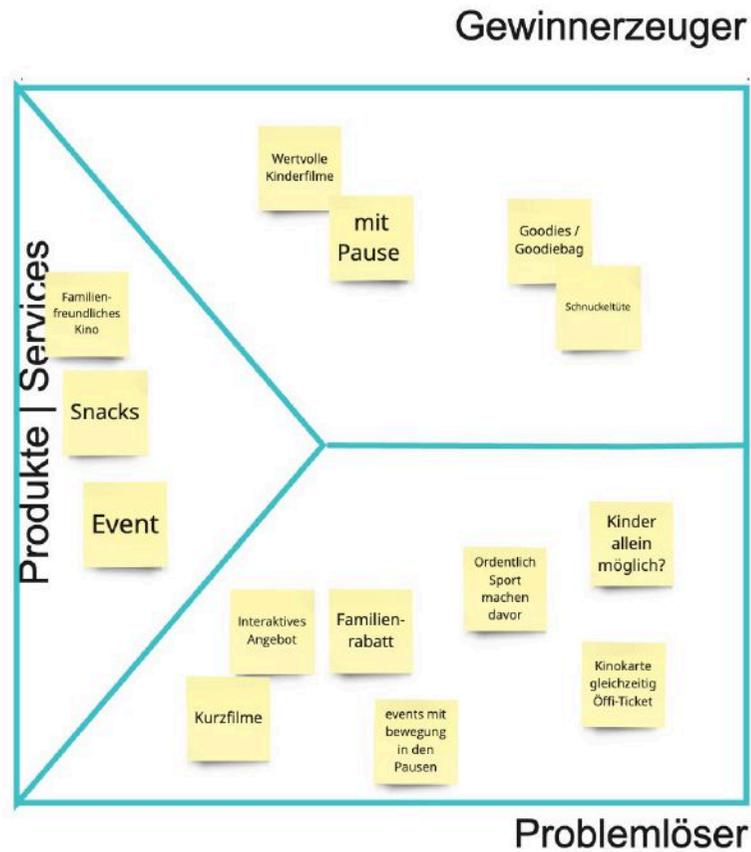
Value Proposition Canvas



Stell Dir vor, der Eigentümer einer
Kinokette möchte neue
Werteangebote für seine Kunden
erstellen

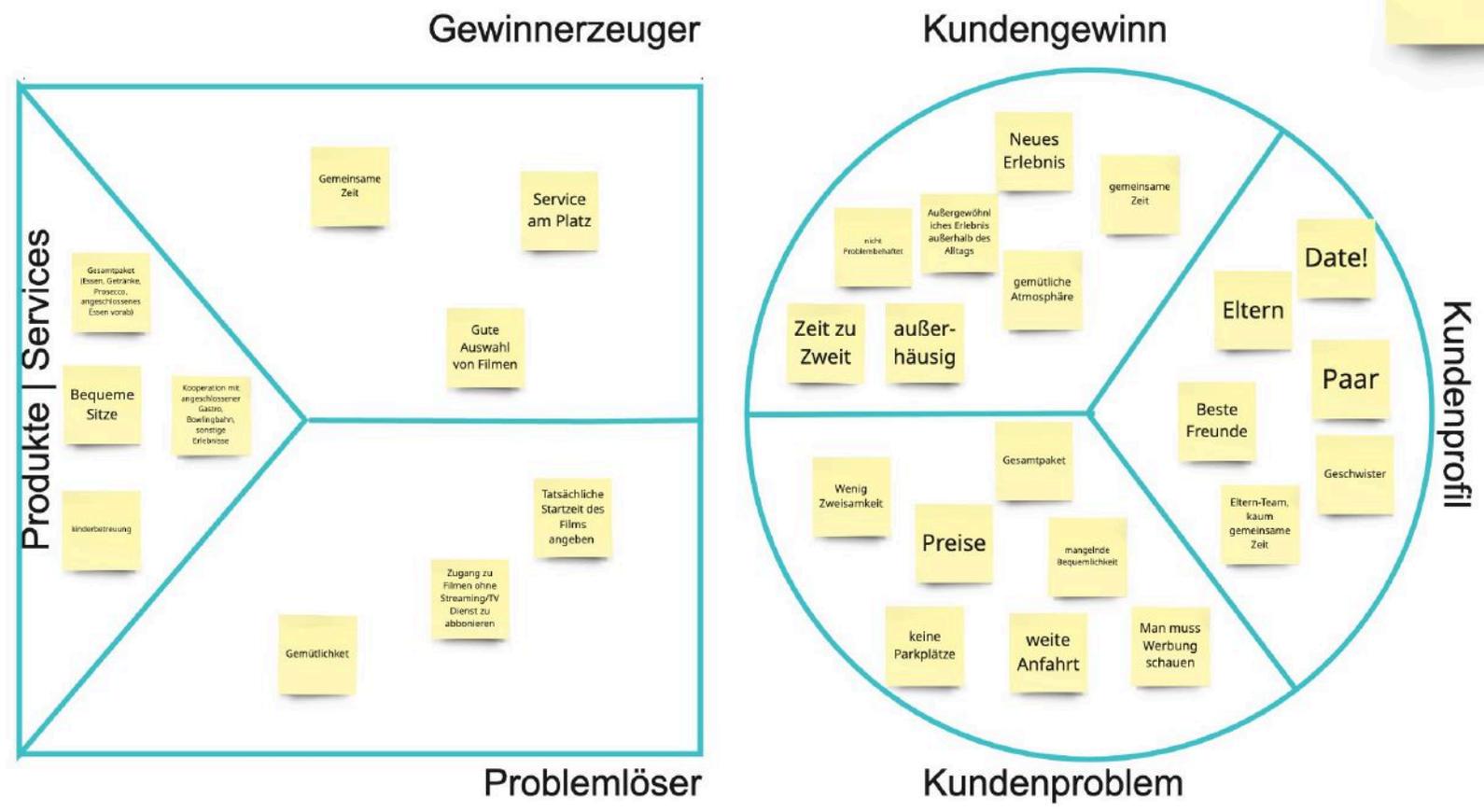
Value Proposition Canvas - Kino 1

Kinder



Value Proposition Canvas - Kino 1

Paare



Value Proposition Canvas - Kino 1



Paare

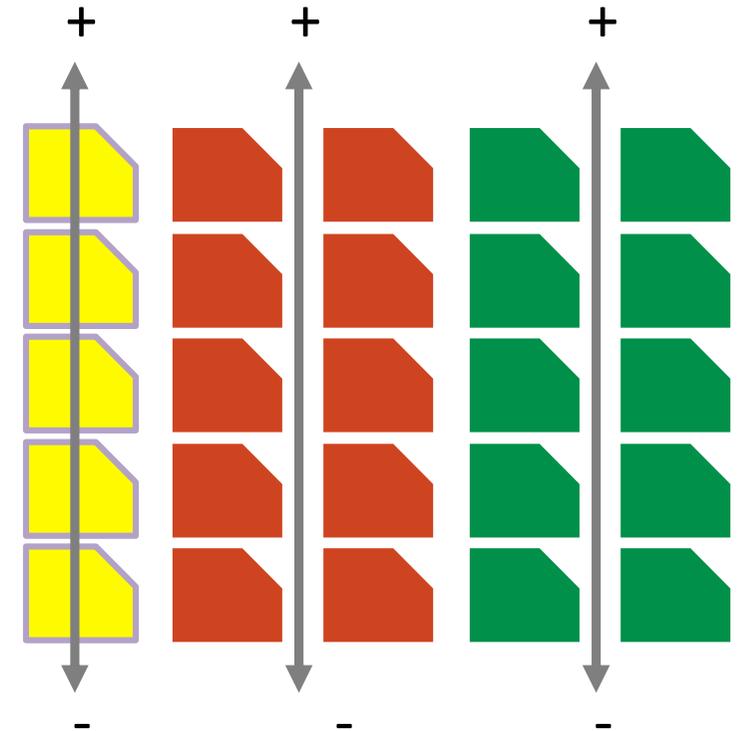


Kundenprofil



Schlüpfte in die Haut des Kunden

1. Kundensegment aussuchen
 - Wähle das Kundensegment aus, dessen Profil Du bearbeiten willst.
2. Die Aufgaben des Kunden identifizieren
 - Frage Dich, welche Aufträge Deine Kunden zu erfüllen versuchen.
3. Die Probleme des Kunden identifizieren
 - Welche Probleme hat der Kunde?
4. Die Gewinne des Kunden identifizieren
 - Welche Ergebnisse oder Vorteile wollen die Kunden identifizieren?
5. Aufgaben, Probleme und Gewinne priorisieren?
 - Sortiere die Aufgaben, Probleme und Gewinne in drei Spalten, wobei die wichtigsten Aufgaben, die gravierenden Probleme und die unverzichtbaren Gewinne jeweils oben stehen.

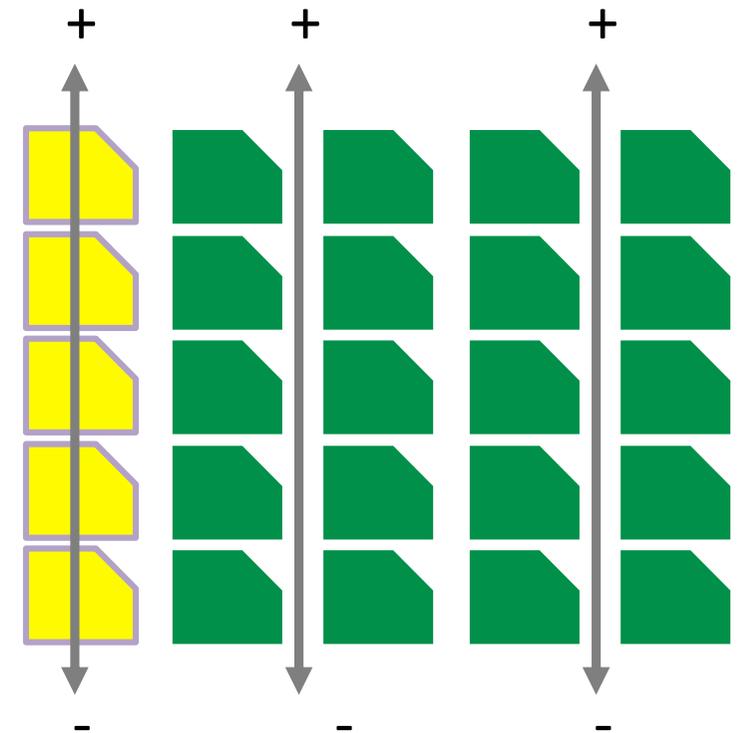


Value Map



Skizziere, wie Deine Produkte und Services Wert schaffen

1. Liste die Produkte, Services und Dienstleistungen auf
 - Erstelle eine Übersicht
2. Benenne die Problemlöser
 - Beschreibe wie Deine Produkte und Services dem Kunden helfen seine Probleme zu lösen
3. Benenne die Gewinnerzeuger
 - Beschreibe, wie Deine Produkte und Services die von den Kunden erwarteten und gewünschten Ergebnisse und Vorteile erzeugen
4. Priorisiere nach Wichtigkeit?
 - Priorisiere die Produkte und Services, die Problemlöser und die Gewinnerzeuger gemäß ihrer Bedeutsamkeit für den Kunden





Role Model Canvas

Role Model Canvas



Methode

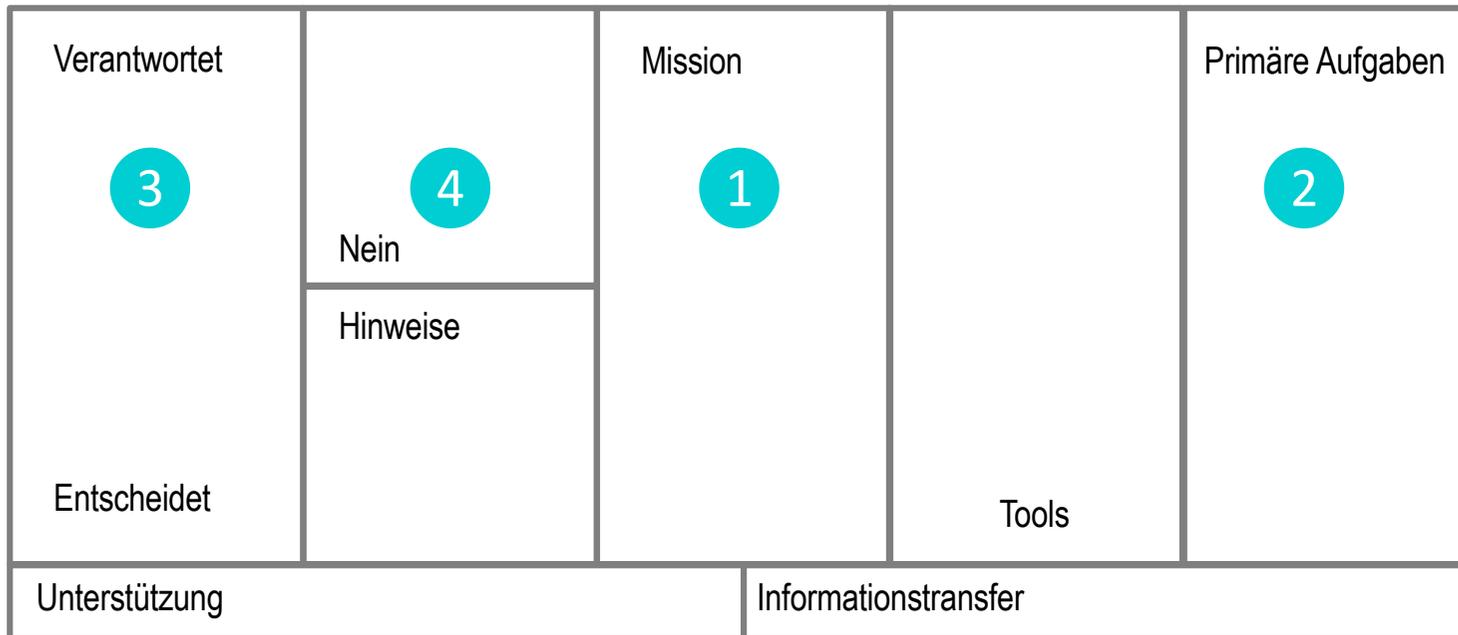
Die Role Model Canvas ist eine Methode, die eingesetzt wird, um die Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb eines Teams oder einer Organisation klar zu definieren und zu gestalten.

- Rolle
 - Diese Methode hilft, Klarheit über die Erwartungen, Verantwortlichkeiten und erforderlichen Fähigkeiten einer Rolle zu schaffen. Sie ist besonders nützlich, um Rollen neu zu definieren oder bei der Einführung neuer Rollen in einem agilen oder sich verändernden Umfeld.
- Transparenz
 - Die Role Model Canvas fördert Transparenz und ein gemeinsames Verständnis innerhalb des Teams, indem sie die Erwartungen an verschiedene Rollen explizit macht. Sie verbessert die Zusammenarbeit und ermöglicht es jedem Mitglied, seine Rolle besser zu verstehen und entsprechend zu handeln. Dies führt zu mehr Autonomie und Selbstwirksamkeit im Team, da jedes Mitglied klare Leitlinien hat, was von ihm erwartet wird und wie es zur Zielerreichung beitragen kann. Zudem ist die Methode hilfreich, um bestehende Rollen kritisch zu reflektieren und weiterzuentwickeln.

Role Model Canvas



Beschreibung 2



1. Was ist die Mission der Rolle?
2. Welche primären Aufgaben sind mit dieser Rolle verbunden?
3. Welche Themen verantwortet die Rolle?
4. Welche Aufgaben gehören nicht zur Rolle?

Mission

Beispiele

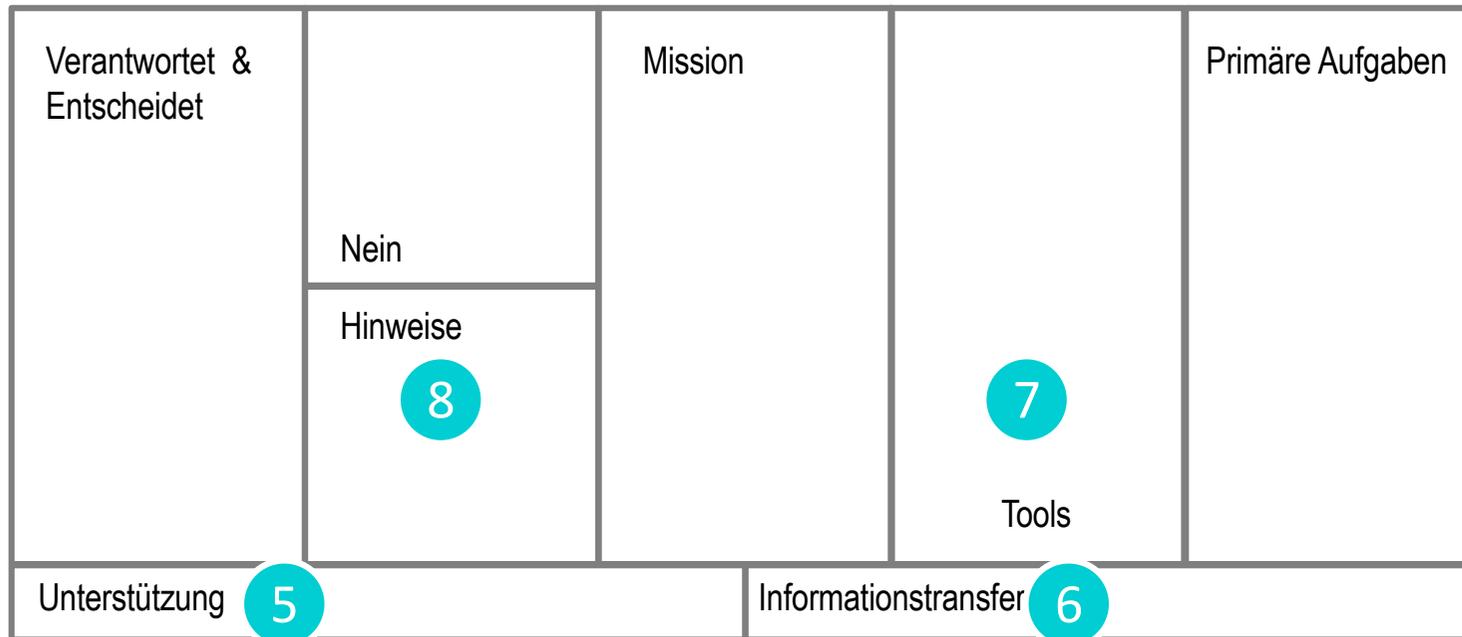


- **Buchhaltung:**
Finanzielle Transparenz und Effizienz maximieren, um fundierte Entscheidungen und nachhaltiges Wachstum zu ermöglichen.
- **Vertrieb:**
Kundenbedürfnisse vorausschauend erfüllen und den Markterfolg mit datengetriebenen Strategien und flexiblen Prozessen maximieren.
- **Marketing & Kommunikation:**
Inspirierende und transparente Kommunikation gestalten, um Vertrauen zu stärken, Innovation zu fördern und die Marke voranzubringen.
- **Einkauf:**
Smarte, nachhaltige Beschaffungsstrategien optimieren, um Effizienz, Resilienz und langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern
- **Personal:**
Digitale Transformation vorantreiben, um Mitarbeitende gezielt zu entwickeln, Prozesse zu erleichtern und Innovation zu fördern

Role Model Canvas



Beschreibung 2



5. Welche anderen Rollen unterstützt diese Rolle?
6. Welche Informationen gibt die Rolle weiter, welche muss sie erhalten?
7. Welche Werkzeuge benutzt und benötigt die Rolle?
8. Welche Besonderheiten sind mit dieser Rolle verbunden?

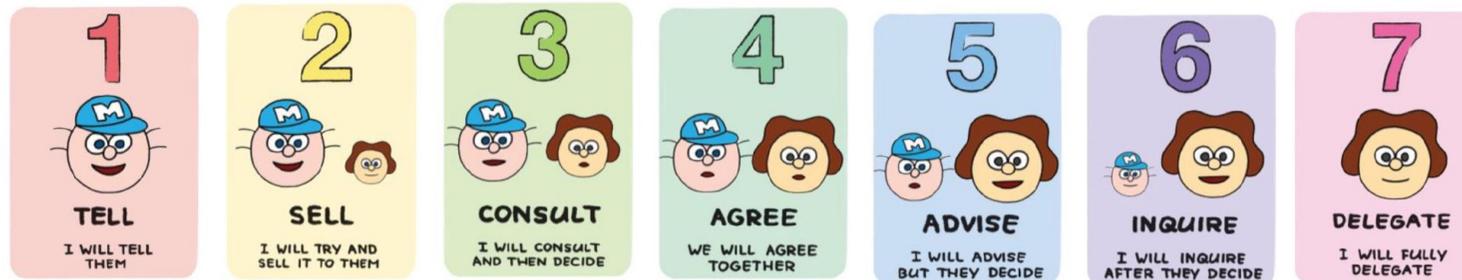


Delegation Poker



Management 3.0 – Jurgen Appelo

Delegation Poker mit einem Mitarbeiter oder der Führungskraft



1. Mitteilen: Treffe als Manager eine Entscheidung

2. Verkaufen: Für die Entscheidung werben

3. Beratung: Meinungen vor der Entscheidung einholen

4. Vereinbaren: Entscheidung mit dem Team treffen

5. Vorschlag: Team entscheidet über den Vorschlag

6. Nachfragen: Beeinflusse die Entscheidung des Teams

7. Delegieren: Team entscheidet selbstständig



1



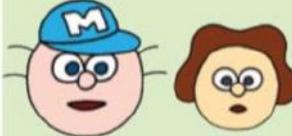
TELL
I WILL TELL THEM

2



SELL
I WILL TRY AND SELL IT TO THEM

3



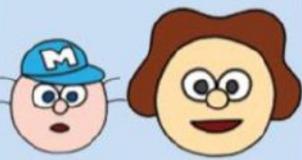
CONSULT
I WILL CONSULT AND THEN DECIDE

4



AGREE
WE WILL AGREE TOGETHER

5



ADVISE
I WILL ADVISE BUT THEY DECIDE

6



INQUIRE
I WILL INQUIRE AFTER THEY DECIDE

7



DELEGATE
I WILL FULLY DELEGATE



OKR – Strategische Unternehmenssteuerung

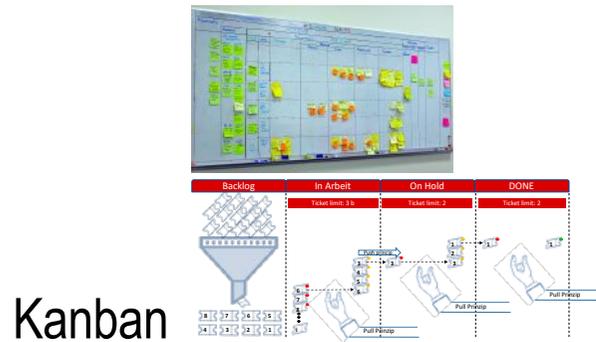
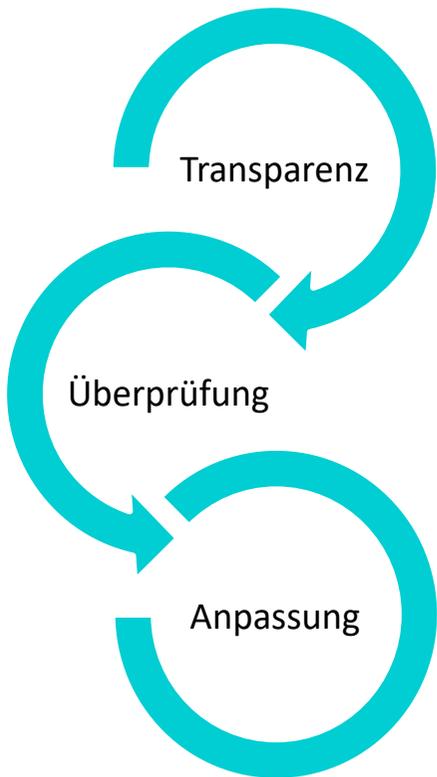
OKR (“Objectives & Key Results”) ist ein “Framework” für agile Zielvereinbarungen und “Digital Leadership” im Sinne agiler Mitarbeiterführung. Zentraler Bestandteil des Frameworks sind dabei die konkret, autonome Ausrichtung an strategischen Zielen.



Transparenz & Messbarkeit



Übersicht



Transparenz

Überprüfen

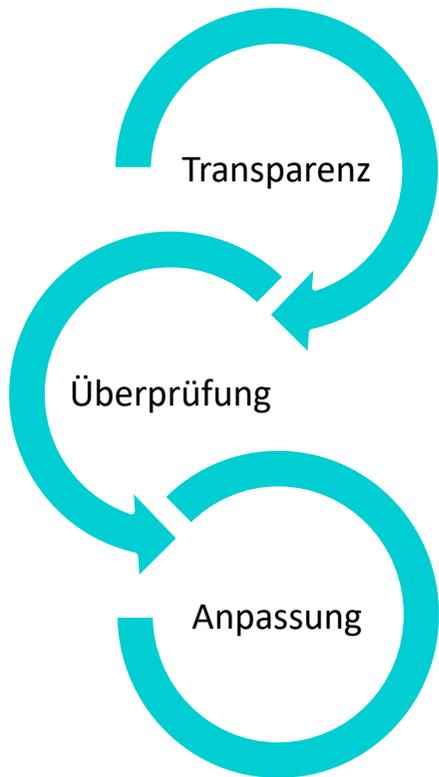
Anpassen

Ausprobieren und Lernen

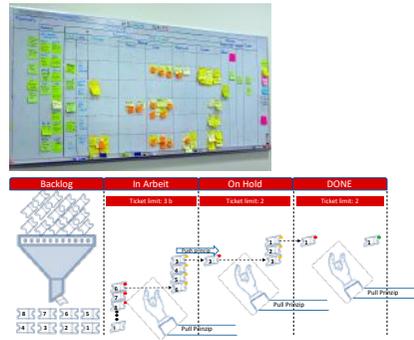
Transparenz & Messbarkeit



Übersicht



Kanban



Prinzipien

- Starte mit dem, was Du jetzt machst
- Verfolge inkrementelle, evolutionäre Veränderungen
- Respektiere initial Prozesse, Rollen, Verantwortlichkeiten, Job-Titel

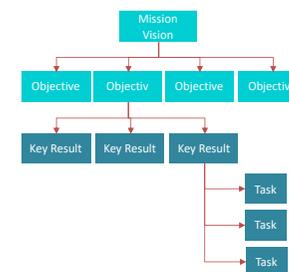
Praktiken

- Mache Arbeit sichtbar
- Limitiere die Arbeit WIP (=Work in Progress, parallele Arbeiten)
- Manage Flow (Pull Prinzip)
- Mach Prozessregeln explizit
- Implementiere Feedback-Mechanismen
- Führe gemeinsame Verbesserungen durch
- Nutze Schwimmbahnen, um Aktivitäten und Tasks zu organisieren

Scrum



OKR



Objective (Ziel)	Key Results (Metriken)
Qualitativ	Quantitativ
WHY	What
Ein Objective ist ein richtungweisendes Ziel mit einer emotionalen und motivierenden Funktion für Teams und Mitarbeiter.	Key Results sind beeinflussbare Erfolgstreiber des Objectives. Sie sind die Messlatte, um das Ziel zu erreichen.
→ Einfach und verständlich → Geben eine Richtung vor → Sind inspirierend, motivierend und fordern zur Handlung auf → Positiv formuliert ("Hin zu") → Selbsterklärend	→ "No number, no key results" → 2-5 KR pro Objective → Zeitlich gebunden → Eindeutig messbar → Abschließend bewertbar ("ja" oder "nein")

SMART



Spezifisch

1. Spezifisch (Specific)

- Ziele klar definieren. Wer ist involviert? Was möchte ich erreichen? Warum ist dieses Ziel wichtig?
- Beispiel: Statt zu sagen "Ich möchte mehr lesen", könnte ein spezifischeres Ziel sein: "Ich möchte die nächsten drei Monate jeden Abend vor dem Schlafengehen 20 Minuten ein Buch lesen."

Messbar

2. Messbar (Measurable)

- Ziel enthält messbare Kriterien und eine Zeit
Beispiel: "Erhöhe die Anzahl der monatlichen Neukunden um 20% bis Ende des Jahres."

Akzeptiert

3. Akzeptiert (Attraktiv | Achievable)

- Ziele sind realistisch & erreichbar. Fähigkeiten & Ressourcen sind vorhanden.
- Beispiel: Umsatzsteigerung von 300% in 3 Monaten wenn Infrastruktur / Kapital vorhanden

Relevant

4. Relevant (Relevant)

- Das Ziel sollte relevant für Ihre übergeordneten Ziele sein. Es sollte etwas sein, das sich lohnt.
- Beispiel: Papierverbrauch im Büro innerhalb eines Jahres um 50% zu reduzieren."

Terminiert

5. Terminiert (Time-bound)

- Jedes Ziel sollte einen Zeitrahmen haben, der angibt, wann das Ziel erreicht werden soll.
- Beispiel: "Abschluss des Projekts zur Erneuerung der Website bis zum 31. Dezember dieses Jahres."

SMART



Spezifisch

1. Spezifisch (Specific)

- Ziele klar definieren. Wer ist involviert? Was möchte ich erreichen? Warum ist dieses Ziel wichtig?
- Beispiel: Statt zu sagen "Ich möchte mehr lesen", könnte ein spezifischeres Ziel sein: "Ich möchte die nächsten drei Monate jeden Abend vor dem Schlafengehen 20 Minuten ein Buch lesen."

Messbar

2. Messbar (Measurable)

- Ziel enthält messbare Kriterien und eine Zeit
Beispiel: "Erhöhe die Anzahl der monatlichen Neukunden um 20% bis Ende des Jahres."

OKR (SM..T)

Messbar

Ergebnisorientiert

Herausfordernd, aber erreichbar

Zeitlich definiert

Terminiert

3. Terminiert (Time-bound)

- Jedes Ziel sollte einen Zeitrahmen haben, der angibt, wann das Ziel erreicht werden soll.
- Beispiel: "Abschluss des Projekts zur Erneuerung der Website bis zum 31. Dezember dieses Jahres."





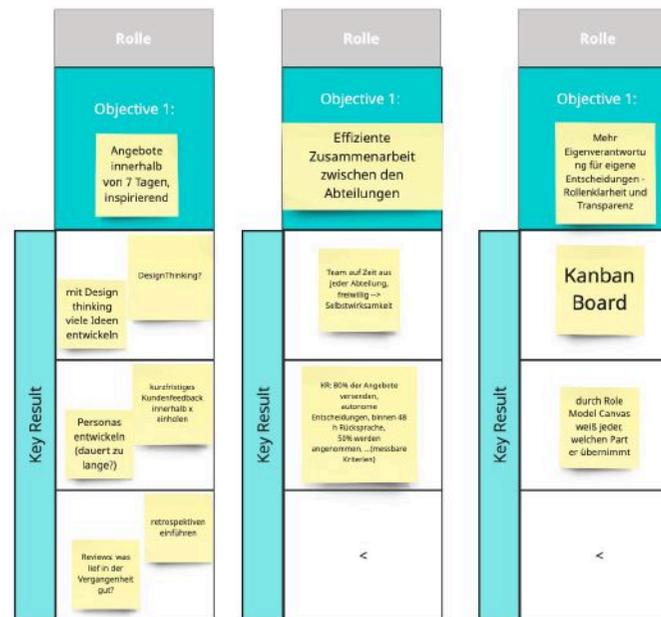
„Machen statt Warten“ – Angebote innerhalb einer Woche
 OKR-Zyklus Marketing-Agentur: SichtWeise



Entwickelt, Objektiv und Key Results, die mit agilen Handlungsweisen und Methoden diese strategische Initiative umsetzt.

Themenfelder:

Selbstwirksamkeit
 Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Kreation und Konzeption
 Angebote in maximal 7 Tagen





„Machen statt Warten“ – Angebote innerhalb einer Woche SichtWeise

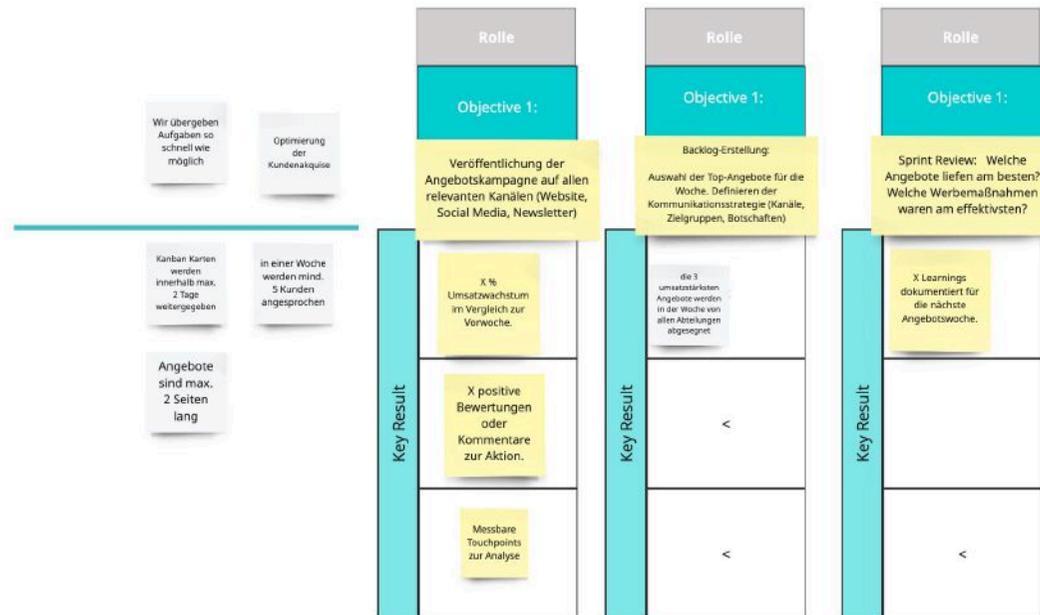
OKR-Zyklus Marketing-Agentur:



Entwickelt, Objektiv und Key Results, die mit agilen Handlungsweisen und Methoden diese strategische Initiative umsetzt.

Themenfelder:

Selbstwirksamkeit
Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Kreativ und Strategie
Angebote in maximal 7 Tagen





„Machen statt Warten“ – Angebote innerhalb einer Woche SichtWeise

OKR-Zyklus Marketing-Agentur:



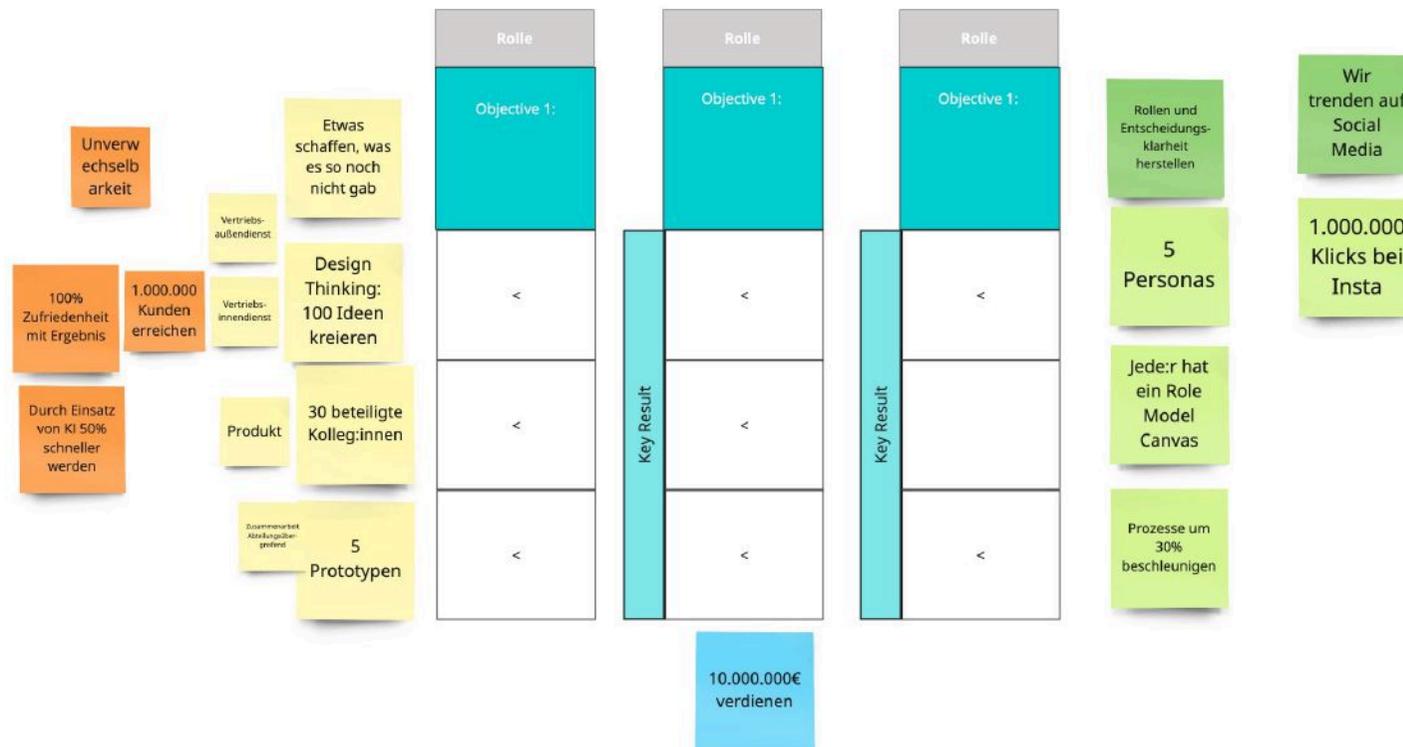
Entwickelt, Objektiv und Key Results, die mit agilen Handlungsweisen und Methoden diese strategische Initiative umsetzt.

Themenfelder:

Selbstwirksamkeit
Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Kreation und Strategie
Angebote in maximal 7 Tagen

Vertrieb/Content

...





Objectivs & Key Results
Unternehmensziele

Objectivs & Key Results
Unternehmensziele

Zielsetzung des Zyklus
Selbstwirksamkeit und Transparenz im Team einführen.

Zielsetzung des Zyklus
Selbstwirksamkeit und Transparenz im Team einführen.

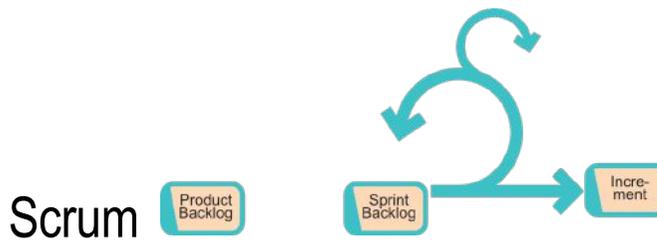
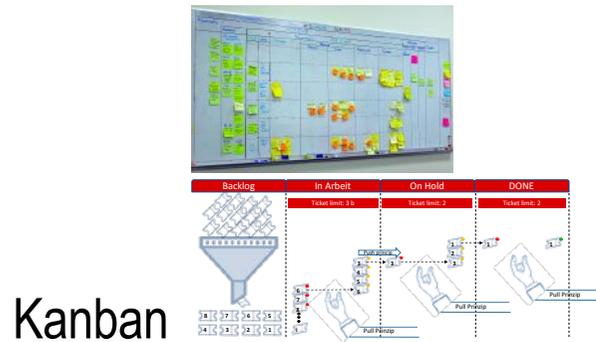
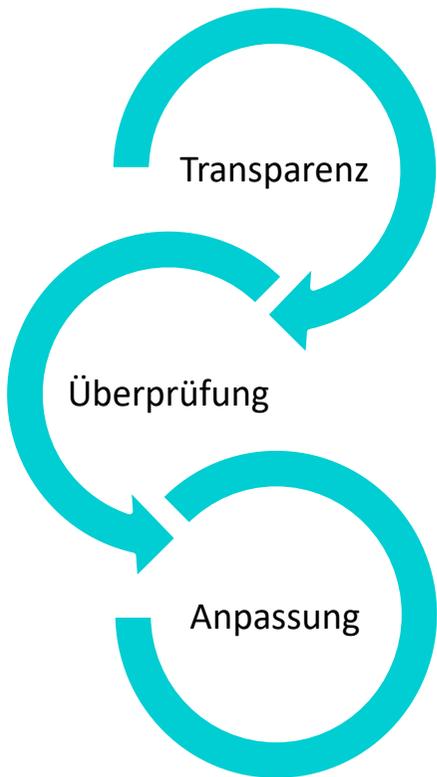
	Rolle	Rolle	Rolle
	Objective 1: Klarheit in Aufgaben und Verantwortungen lässt uns "Machen" anstatt zu "Warten"	Objective 1: Rollen kennen und respektieren, um uns kontinuierlich zu verbessern	Objective 1: den nächsten Schritt machen: Was können wir noch besser machen
Key Result	WS 1: Role Model Canvas Workshop mit dem Team durchführen	Im wöchentlichen Regelmeeting die Vereinbarungen jeweils berücksichtigen	WS 3: Erfahrungen reflektieren und Anpassungen vornehmen
	WS 2: Selbstwirksamkeit & Entscheidungen pro Rolle vereinbaren	"Radar" definieren und im wöchentlichen Meeting verankern	Selbstwirksamkeit stärken und weitere Verantwortung übertragen
	Alle Teammitglieder stimmen dem Ergebnis zu.		90% bewerten die Klarheit mit sehr gut

	Rolle	Rolle	Rolle
	Objective 1: Vertrauen und Verantwortung leben, um gemeinsam zu wachsen.	Objective 2: Mit Transparenz, Überprüfung und Anpassung Selbstwirksamkeit verankern.	Objective 3: Eine klare, inspirierende Vision schaffen, die alle begeistert
Key Result	Retrospektiven monatlich durchführen	Software Lösung mit der IT vereinbaren.	visionsworkshop mit dem golden Circle durchführen
	Role Model Canvas Workshop in den nächsten 4 Wochen	Kanban Prozess gestalten Pull einführen	Erfolge im Team feiern
	Entscheidungskompetenz durch FK erweitern	90% der Tickets sind aktuell	Vision / Warum mit 3 Stakeholder besprechen

Sprint | User Story



- Unter Epic ist eine übergeordnete User Story, die in User Stories aufgeteilt wird, um in einem Sprint ein Inkrement erstellen zu können
- User Stories beschreiben das Ergebnis aus Sicht des Users und ist in einem Sprint zu realisieren.
- Tasks sind Aufgaben zur Umsetzung der User Story

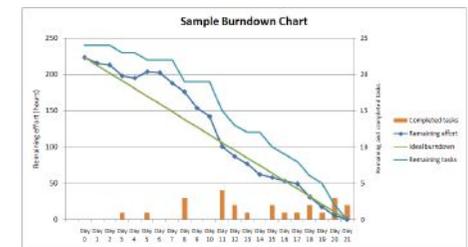


OKR



Sprint

- Fokus
- Ressourcen
- Zeit – kurzer Zyklus
- Inkrement – fertiges Teilergebnis
- Messbares Ergebnis



Sprint | User Story

„Als [Rolle] möchte ich [Bedürfnis/Ziel], damit [Nutzen].“



Rolle (Wer?)

- Die Definition der Rolle ermöglicht sich auf die Bedürfnisse der Rolle einzustellen

Wunsch oder Bedürfnis (Was?)

- Was möchte der Nutzer tun möchte oder welches Ziel will er erreichen?

Nutzen oder Zweck oder Begründung (Warum?)

- Nutzen oder Zweck erklärt, warum das beschriebene Bedürfnis wichtig ist.

Als **[Rolle]**:

Möchte ich **[Wunsch oder Bedürfnis]**

Um **[Zweck oder Begründung]**

Sprint | User Story | Akzeptanzkriterien



Akzeptanzkriterien beschreiben unter welchen Bedingungen die User Story als abgeschlossen gilt.

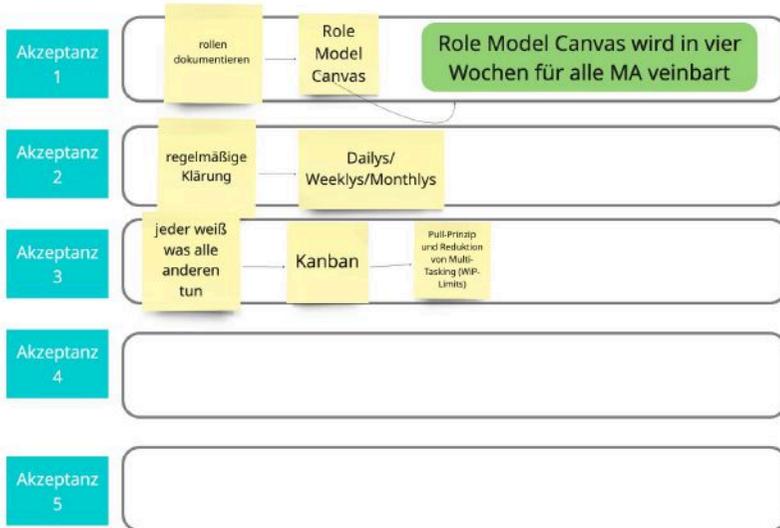
Beispiel für Formeln von Akzeptanzkriterien:

- „Gegeben sei [Kontext], wenn [Aktion], dann [Erwartetes Ergebnis].“
 - Gegeben sei ein neues Teammitglied, wenn es seine Rolle nachlesen möchte, dann findet es eine dokumentierte Rollen- und Verantwortungsmatrix in einem zentralen Tool.
- Bedingungs- und Ergebnisformel („Wenn..., dann...“)
 - Wenn ein Teammitglied seine Rolle nachlesen möchte, dann findet es eine aktuelle und vollständige Dokumentation im internen Wiki
- Szenario-basierte Formulierung („In folgendem Fall...“)
 - In folgendem Falle: Ein neues Teammitglied beginnt im Projekt. Erwartetes Ergebnis: Es findet eine klar definierte Beschreibung seiner Rolle innerhalb von 5 Minuten.

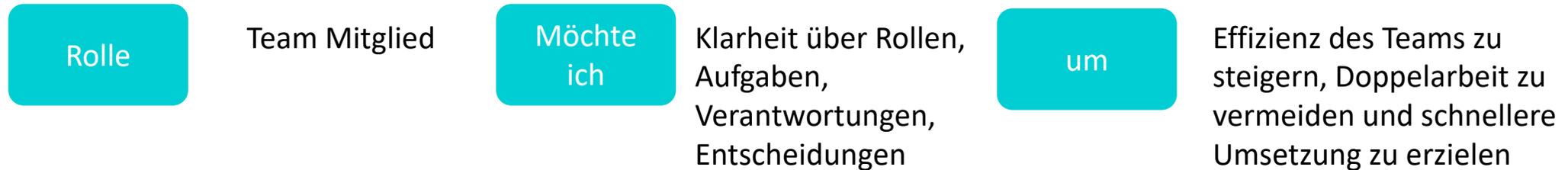
Rollen- & Verantwortungen



User Story
 Ich, in meiner Funktion als Teammitglied, möchte Klarheit über Rollen etc. erlangen, um Effizienz zu steigern, Doppelarbeit zu vermeiden und schnellere Umsetzung zu erzielen.



Rollen- & Verantwortungen



Ich in meiner Rolle als Team Mitglied möchte Klarheit über Rollen und Kompetenzen im Thema arbeiten und verankern, um die Effizienz des Teams weiterzuentwickeln

User Story

Akzeptanz Kriterium

- 1) Einführung eines digitalen Kanban Board (Jira, Trello, Planner, etc.) im laufenden Monat.
- 2) Role Model Canvas Workshop in den nächsten vier Wochen
- 3) Einführung, Verankerung von Retrospektive, die in den nächsten sechs Monaten monatlich, stattfinden und von einem agilen Coach moderiert werden
- 4) Durchführung eines Visionsworkshops innerhalb der ersten drei Monate. Warum gibt es uns?

Selbstwirksamkeit im Team stärken



User Story

Ich in meiner Rolle als FK möchte die Selbstwirksamkeit meines Teams stärken, um Veränderungen besser zu bewältigen.

Akzeptanz 1

44% mehr Mitarbeiterbeteiligung → erledigte Tasks Kanban

Akzeptanz 2

30% mehr Verantwortung an die MA geben → Durchlaufzeit Tasks / Kanban

Akzeptanz 3

Entscheidungen werden zweimal so schnell getroffen → im Vergleich zu vorheriger Messung

Akzeptanz 4

→ Selbstvertrauen als Teil der Selbstwirksamkeit → 360 Grad Feedback Prozess

Akzeptanz 5

Autonomie: Reduktion der Fragen / Entscheidungen → 20% Reduktion an die VG



Selbstwirksamkeit im Team stärken



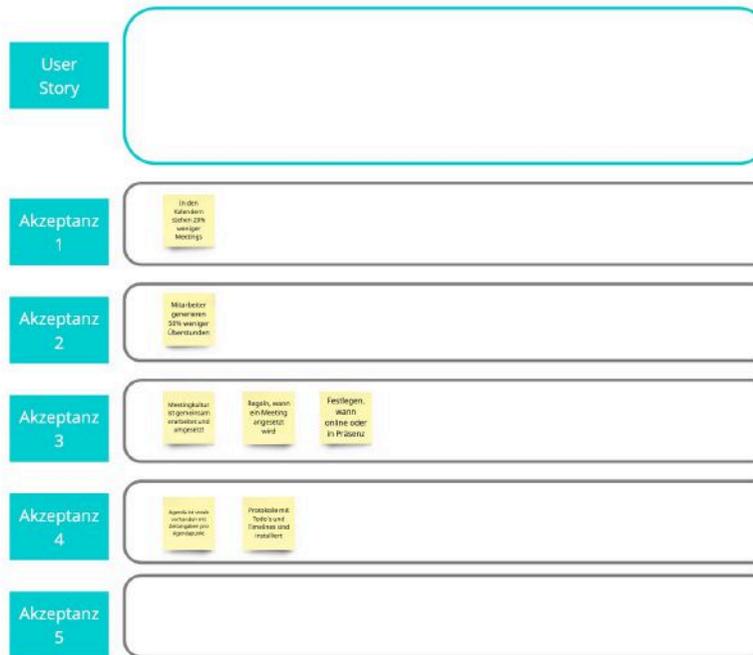
User Story

In meiner Rolle als Führungskraft möchte ich die Selbstwirksamkeit des Teams stärken und verankern, um Veränderungen besser zu bewältigen.

Akzeptanz Kriterium

- 1) Retrospektive mit Agilem Coach innerhalb von drei Wochen einführen
- 2) Einführung eines digitalen Kanban Boards (Jira, Trello, Planner, etc.), Pull Prinzip, WIP Limits innerhalb von drei Wochen.
- 3) Role Model Canvas Prozess zur Vereinbarung von Verantwortung, Zuständigkeiten sowie der Delegation von Verantwortung um 30 % innerhalb von sechs Wochen
- 4) Entwicklung des WHY durch das Team. Verankerung im Team innerhalb von zwei Monaten und Kommunikation des WHY mit den fünf wichtigsten Stakeholdern und den fünf wichtigsten Kunden.
- 5) Unterstützung durch einen agilen Coach für sechs Monate
- 6) Entwicklung eines lernenden Prozesses innerhalb von acht Wochen

Meetingkultur verbessern





Paul und Paula besuchen ein Konzert.
Plötzlich wird Paul unruhig und beginnt Paula
heftig zu treten.
Enttäuscht verlässt Paula das Konzert und geht
nach Hause.

Wie kann das sein?



Ein Einbrecher war in einem Gebäude.

Obwohl dieses gut bewacht war, gelang es ihm hineinzukommen ohne Alarm auszulösen. Er hielt sich lange in dem Gebäude auf und ging dann wieder. Auch dabei wurde kein Alarm ausgelöst.

Wäre er aber nicht so lange geblieben, so wäre er beim Verlassen des Gebäudes gescheitert.

Wo war dieser Einbrecher?



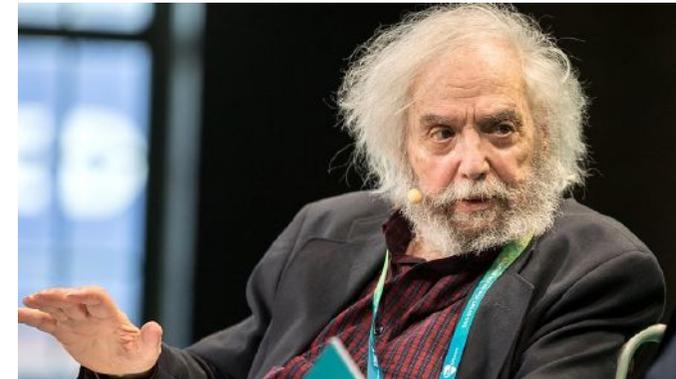
New Work Digital Workspace | Smart Collaboration

New Work



New-Work-Konzept wurde von Frithjof Bergmann in den 80er Jahren entwickelt (1930 – 2021)

"Arbeit kann etwas Wunderschönes sein, die Grundlage eines sehr erfüllten Lebens."



Credit: www.GordonWelters.com
Urheberrecht: www.GordonWelters.com

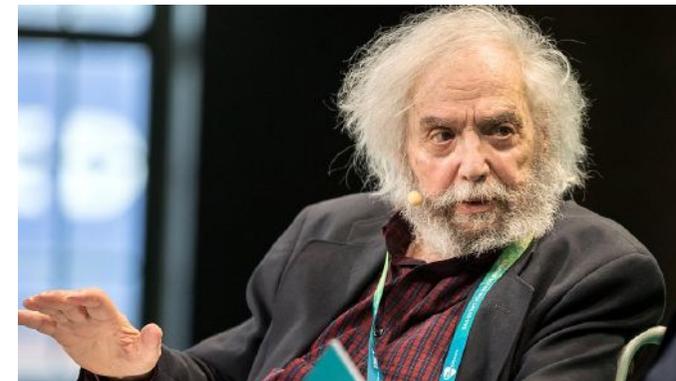
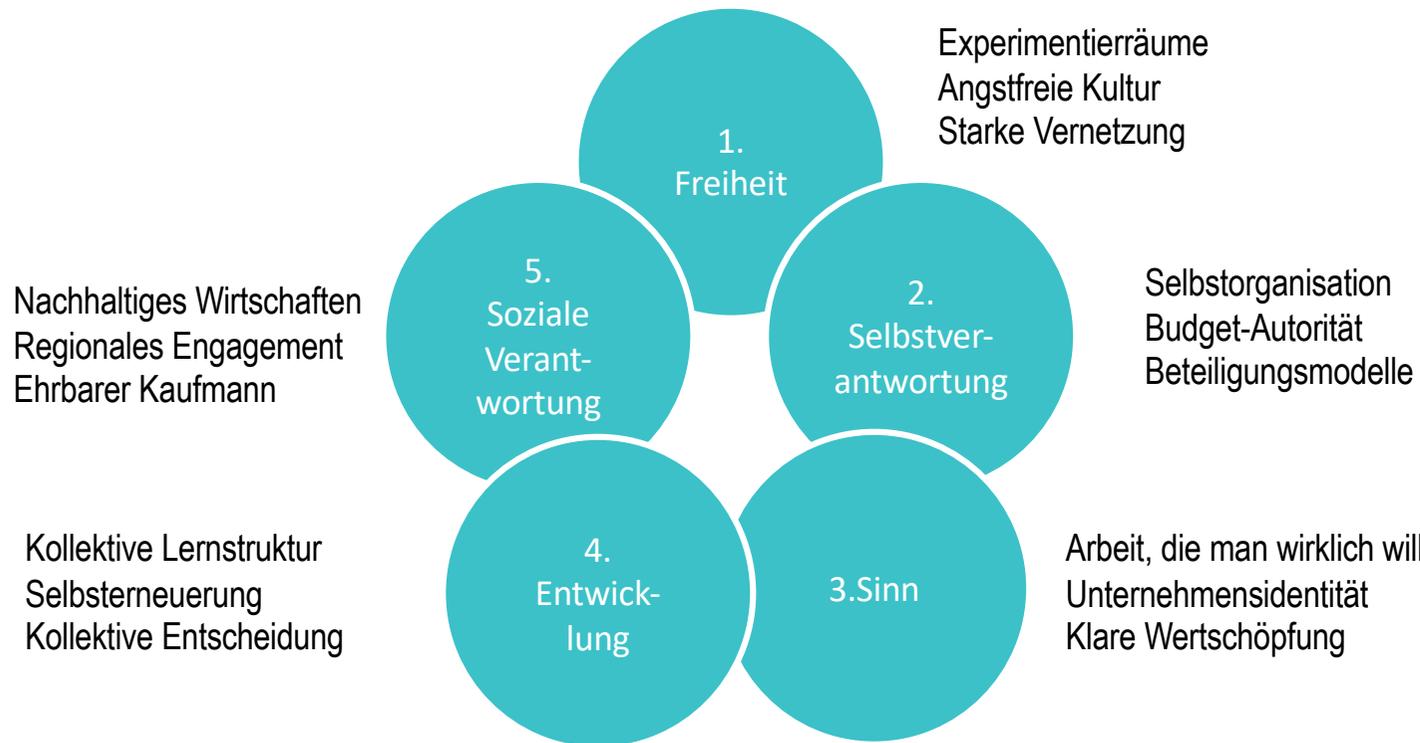
“Arbeit, die man wirklich will”

"Ohne Arbeit ist der Mensch unvollkommen"

New Work



New-Work-Konzept wurde von Frithjof Bergmann in den 80er Jahren entwickelt (1930 – 2021)



Credit: www.GordonWelters.com
Urheberrecht: www.GordonWelters.com

<https://humanfy.de/new-work-charta/>

New Work



New Work ist die Bezeichnung für ein neues Verständnis von Arbeit in Zeiten von Globalisierung und Digitalisierung



Zu New Work gehören neue Arbeitsformen wie agiles Arbeiten, Work-Life-Blending, Crowdfunding und der Knowledge Worker



Mit New Work liegt der Fokus somit nicht mehr nur auf Produktivität, sondern auf persönlicher Entfaltung.

Gestaltung der Arbeitsräume

Share & Discuss | Accomplish | Think Worspace | Converse workspace



Share & Discuss

Accomplish



Gestaltung der Arbeitsräume

Share & Discuss | Accomplish | Think Workspace | Converse workspace



Converse Workspace

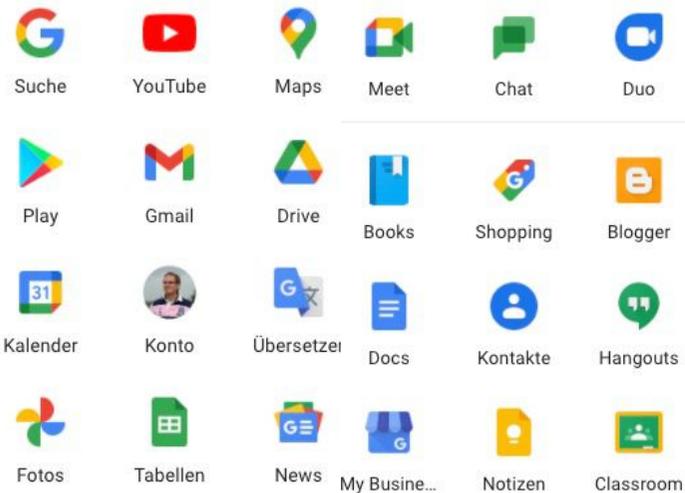
Think Workspace



Digital WorkSpace

Arbeiten in der Cloud | oder Zugriff per VPN auf Unternehmensserver

- Arbeiten in der Cloud oder Zugriff auf Unternehmensserver, beispielsweise per VPN
- Gleichzeitiges Arbeiten in Dokumenten
- Automatische Speicherung und Versionierung
- E-Mail reduzieren
- Nutzen von Videokonferenzsystemen
- Konfliktfeld Datenschutz | Betriebsrat





Wie arbeiten wir effektiver mit bestehender IT-Infrastruktur

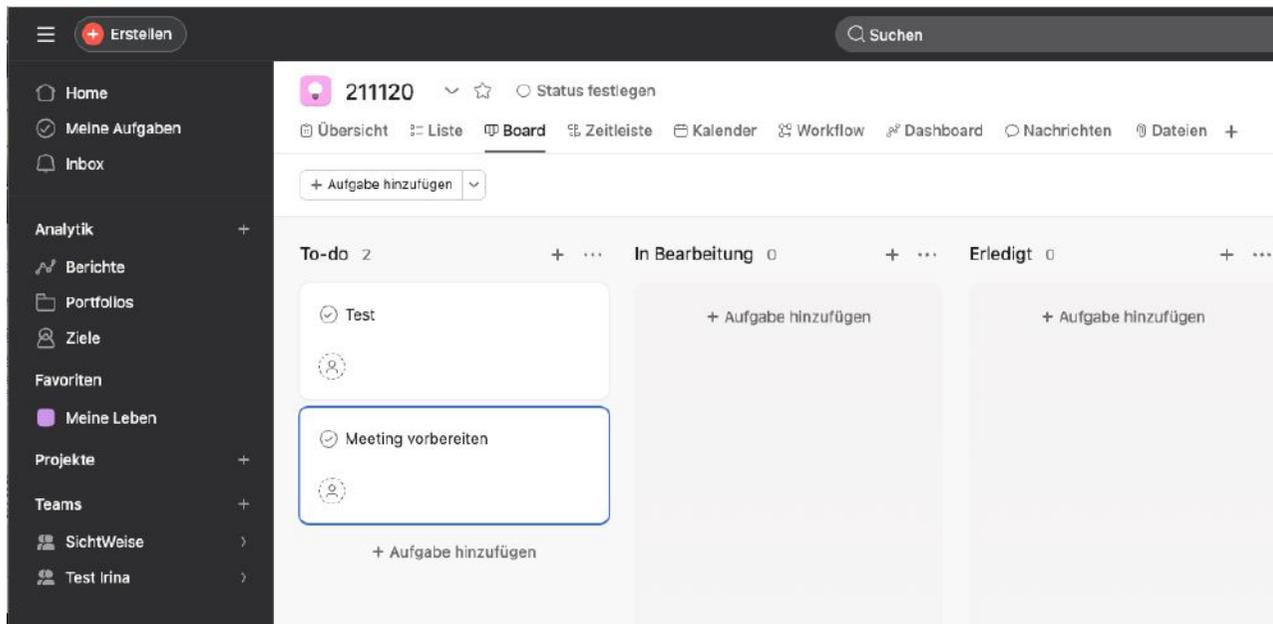
Digitale Zusammenarbeit ist Führungsaufgabe

- Fehlende digitale Kompetenz | Wieviel Schulung benötige ich?
- Lebenslanges Lernen | Wie kann ich selber ausprobieren, testen und lernen?
- Unzureichende technische Ausstattung
- Redundante Systeme vermeiden
- Reverse Coaching
- Kontinuierlicher Verbesserungsprozess in der digitalen Zusammenarbeit
- Zusammenarbeit eines Unternehmens mit seinen Kunden und Lieferanten unter Einsatz von modernen Informationstechnologien zur Integration von unternehmensinternen und unternehmens-übergreifenden Geschäftsprozessen



Aufgaben | Kanban

Transparenz und Prozesssicherheit - Tools

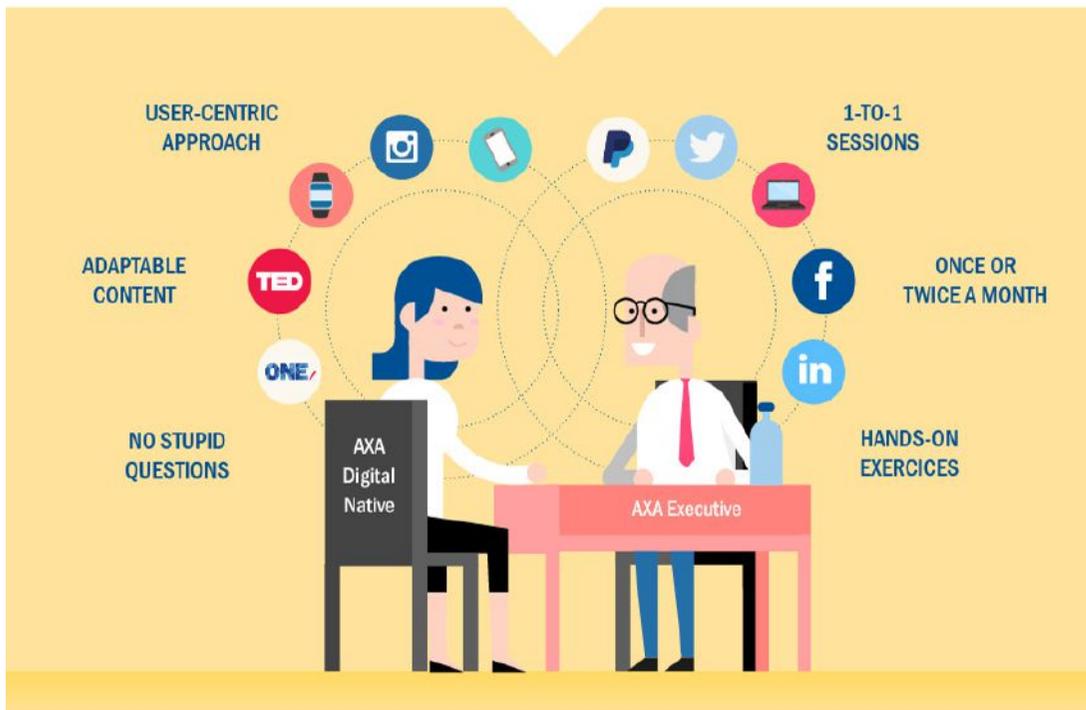


Reverse Coaching (Mentoring)

Rollentausch mit großer Wirkung – Beispiel AXA



A CONCRETE APPROACH TO IMPROVE EVERYONE'S DIGITAL USAGE



- One to One - Senior und digital Native
- Vertraulich im geschützten Umfeld
- Es gibt keine dumme Fragen – alles wird besprochen und geübt
- Solange wie notwendig – Initialisierung sinnvoll
- Sehr gute Bewertung von allen Beteiligten
- Initialisierung langfristiger Verbindungen

Digitale Kompetenzen

DigComps 5 Key Faktoren und 21 Kompetenzen



Europäische Kommission
<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1315&langId=de&furtherPubs=yes>

BMBF Information
<https://www.berufsorientungsprogramm.de/de/digitale-kompetenzen-erfassen-2545.html>

DigComps Test [Kostenpflichtig]
<https://testcenter.gepedu.de/?tid=1937&varizu=pla>

Digitale Kompetenz



DigComps 5 Key Faktoren und 21 Kompetenzen

Kompetenzfeld	Kompetenzen
Information und Daten Literacy	<p>Browsen, suchen, filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten</p> <p>Evaluieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten</p> <p>Managen, speichern und wiederfinden von Daten, Informationen und digitalen Inhalten</p>
Kommunikation und Kollaboration	<p>Interaktion mittels digitaler Technologien</p> <p>Teilen von Inhalten mittels digitaler Technologien</p> <p>Kooperation mittels digitaler Technologien</p> <p>Verhalten in Netzwerken (Netiquette)</p> <p>Managen digitaler Identität</p>
Erstellen digitaler Inhalte	<p>Entwickeln digitaler Inhalte (Texte, Bilder, Filme u.a. multimedialer Inhalte)</p> <p>Integrieren und Bearbeiten verschiedener digitaler Inhalte</p> <p>Beachtung von Copyright und Lizenzen</p> <p>Programmierung</p>
Sicherheit	<p>Schutz von Geräten</p> <p>Schutz von persönlichen Daten und Privatsphäre</p> <p>Schutz von Gesundheit und Wohlergehen</p>
Problemlösen	<p>Technische Probleme lösen</p> <p>Identifizieren von Bedarfen und technologischem Potentialen</p> <p>Kreative Nutzung von digitalen Technologien</p> <p>Identifizieren von digitalen Kompetenzlücken</p>

Digitale Kompetenz

DigComps 5 Key Faktoren und 21 Kompetenzen – Selbsteinschätzung



<https://questionnaire.dilab.co/s>

Digitale Kompetenz



Information und Datenmanagement (Literacy – Alphabetisierung)

- Elementare Verwendung
 - Ich kann mithilfe einer Suchmaschine online nach Informationen suchen. Ich weiß, dass nicht alle Informationen im Internet zuverlässig sind. Ich kann Inhalte oder Dateien (z.B. Texte, Bilder, Musik, Videos, Internetseiten) abspeichern und wieder abrufen
- Selbstständige Verwendung
 - Ich kann verschiedene Suchmaschinen nutzen, um nach Informationen zu suchen. Ich benutze Filter bei der Suche (z.B. nur Bilder, Videos oder Karten suchen). Ich vergleiche mehrere Quellen miteinander, um die Zuverlässigkeit von gefundenen Informationen zu überprüfen. Ich ordne die Informationen systematisch, indem ich Dokumente und Ordner nutze, um die Daten einfacher abrufen zu können. Ich mache regelmäßig Backups der abgespeicherten Informationen
- Kompetente Verwendung
 - Ich kann fortgeschrittene Suchstrategien anwenden (z.B. Suchoperatoren) um die Suchanfrage im Internet einzugrenzen. Ich kann Web-Feeds (z.B. RSS) folgen, um regelmäßig Informationen zu erhalten, die mich interessieren. Ich kann durch bestimmte Kriterien die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit von Informationen einschätzen. Ich bin über Fortschritte in der Datensuche, -speicherung, und -rückgewinnung auf dem Laufenden. Ich kann im Internet gefundene Informationen in verschiedenen Formaten abspeichern. Ich kann Cloud-Dienste zur Datenspeicherung nutzen

Digitale Kompetenz



Kommunikation und Kollaboration (1)

- Elementare Verwendung
 - Ich kann mit anderen mittels Mobiltelefonen, Voice Over IP (z.B. Skype), E-Mail oder Chat unter Verwendung grundlegender Funktionen (z.B. Sprachnachrichten, SMS, Senden und Empfangen von E-Mails) kommunizieren. Ich kann Dateien und Inhalte mittels einfacher Programme (aus)tauschen. Ich weiß, dass ich digitale Technologien benutzen kann, um mit Dienstleistungsbetreibern (wie Regierungen, Banken, Krankenhäuser) zu interagieren. Ich kenne Soziale Netzwerke und E-Collaboration-Tools. Ich weiß, dass beim Benutzen digitaler Tools bestimmte Kommunikationsregeln eingehalten werden müssen (z.B. wenn man kommentiert, persönliche Informationen teilt)
- Selbstständige Verwendung
 - Ich kann erweiterte Funktionen verschiedener Kommunikations-Tools verwenden (z.B. Verwenden von Voice Over IP und File-Sharing). Ich kann E-Collaboration-Tools verwenden und z.B. von jemand anderem erstellten, geteilten Dokumenten/Dateien etwas hinzufügen. Ich kann einige Funktionen von Online Services verwenden (z.B. E-Government, Online-Banking, Online-Shopping). Ich gebe mein Wissen online an andere weiter (z.B. über Soziale Netzwerke oder in Online Communities). Ich kenne und achte die Regeln der Online-Kommunikation ("Netiquette")

Digitale Kompetenz

Kommunikation und Kollaboration (2)



- Kompetente Verwendung
 - Ich kann eine Vielzahl an Kommunikations-Tool aktiv nutzen (E-mail, Chat, SMS, Instant Messaging, Blogs, Micro-Blogs, Soziale Netzwerke). Ich kann Inhalte mittels E-Collaboration-Tools erstellen und verwalten (z.B. Elektronische Kalender, Projektmanagement-Systeme, Online-Tabellen). Ich kann mich aktiv in virtuellen Räumen beteiligen und verschiedene Online-Services nutzen (z.B. E-Government, Online-Banking, Online-Shopping). Ich kann erweiterte Funktionen von Kommunikations-Tools verwenden (z.B. Videokonferenz, Datenaustausch, Application-Sharing)

Digitale Kompetenz



Erstellung von digitalen Inhalten (1)

- Elementare Verwendung
 - Ich kann einfache digitale Inhalte (z.B. Texte, Tabellen, Bilder, Audiodateien) in mindestens einem Format mittels digitaler Tools produzieren. Ich kann Inhalte, die von anderen produziert wurden, leicht editieren. Ich weiß, dass Inhalte Copyright-geschützt sein können. Ich kann einfache Funktionen und Einstellungen von Softwares und Applikationen, die ich benutze, anwenden und modifizieren (z.B. Änderung von Standardeinstellungen)
- Selbstständige Verwendung
 - Ich kann komplexe digitale Inhalte (z.B. Texte, Tabellen, Bilder, Audiodateien) in unterschiedlichen Formaten mittels digitaler Tools produzieren. Ich kann Tools/Editorprogramme für die Erstellung von Webseiten oder Blogs mittels Templates (z.B. Wordpress) benutzen. Ich kann einfache Formatierungen (z.B. Einfügung von Fußnoten, Diagramme, Tabellen) zu Inhalten, die von mir oder anderen produziert wurden, anwenden. Ich weiß, wie man Copyright-geschützten Inhalt referenziert und weiterverwendet. Ich kenne die Grundlagen von einer Programmiersprache

Digitale Kompetenz

Erstellung von digitalen Inhalten (2)



- Kompetente Verwendung
 - Ich kann komplexe multimediale Inhalte in unterschiedlichen Formaten mittels einer Vielfalt von digitalen Plattformen, Tools und Umgebungen produzieren und modifizieren. Ich kann eine Webseite mit Hilfe einer Programmiersprache erstellen. Ich beherrsche fortgeschrittene Formatierungsfunktionen von unterschiedlichen Tools (z.B. Serienbriefe, Zusammenfügen von Dokumenten aus unterschiedlichen Formaten, Benutzung von fortgeschrittenen Formeln, Makros, usw.). Ich weiß, wie man Lizenzen und Copyrights anwendet. Ich kann mehrere Programmiersprachen benutzen. Ich weiß, wie man Datenbanken mittels eines Computertools konzipiert, gestaltet und modifiziert

Digitale Kompetenz



Sicherheit (1)

- Elementare Verwendung
 - Ich kann einfache Maßnahmen ergreifen, um meine Geräte zu schützen (z.B. indem ich Anti-Virus-Programme und Passwörter benutze). Mir ist bewusst, dass nicht alle Informationen im Internet verlässlich sind. Mir ist bewusst, dass meine Anmeldedaten (Nutzername und Passwort) gestohlen werden können. Ich weiß, dass ich keine privaten Daten online preisgeben sollte. Ich weiß, dass eine zu extensive Nutzung digitaler Technologien meiner Gesundheit schaden kann. Ich kann einfache Maßnahmen ergreifen, um Energie zu sparen
- Selbstständige Verwendung
 - Ich habe Sicherheitsprogramme auf den Geräten installiert, die ich benutze, um im Internet zu surfen (z.B. Anti-Virus, Firewall). Ich lasse diese Programme regelmäßig laufen und bringe sie regelmäßig auf den neuesten Stand. Ich benutze verschiedene Passwörter als Zugang zu meinen Geräten, Zubehör und digitalen Anwendungen und ich ändere diese Passwörter regelmäßig. Ich kann Webseiten oder E-mails erkennen, die möglicherweise betrügerische Absichten verfolgen. Ich kann eine Phishing-E-mail erkennen. Ich kann meine online digitale Identität gestalten und meinen digitalen Fußabdruck im Auge behalten. Ich verstehe die Gesundheitsrisiken, die mit der Nutzung digitaler Technologie einhergehen können (z.B. Ergonomie, Suchtrisiko). Ich verstehe die positive und negative Wirkung der Technologie auf die Umwelt

Digitale Kompetenz

Sicherheit (2)



- Kompetente Verwendung
 - Ich kontrolliere regelmäßig die Sicherheitseinstellungen und Sicherheitssysteme meiner Geräte und/oder der Anwendungen, die ich benutze. Ich weiß, was ich tun muss, wenn mein Computer von einem Virus befallen ist. Ich kann die Sicherheitseinstellungen und die Firewall meiner digitalen Geräte konfigurieren oder ändern. Ich weiß, wie ich E-mails oder Dateien verschlüssele. Ich kann Filter anwenden, um unerwünschte E-mails (spam) abzuwenden. Um Gesundheitsprobleme (physisch und psychisch) zu vermeiden, habe ich einen angemessenen Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien. Ich bin informiert über die Wirkung von digitalen Technologien auf den Alltag, die Onlinenutzung und die Umwelt

Digitale Kompetenz



Problemlösung (1)

- Elementare Verwendung
 - Ich kann Unterstützung und Hilfestellung finden, wenn ein technisches Problem auftritt oder wenn ich ein neues Gerät, Programm oder eine neue Anwendung benutze. Ich weiß, wie ich alltägliche Probleme löse (z.B. ein Programm schließen, den Computer neu starten, Programme neu installieren oder auf den neuesten Stand bringen, Internetverbindung überprüfen). Ich weiß, dass mir digitale Anwendungen helfen können, Probleme zu lösen. Ich weiß auch, dass ihre Möglichkeiten begrenzt sind. Wenn ich mit einem technologischen oder nicht technologischen Problem konfrontiert bin, kann ich mir bekannte digitale Anwendungen benutzen, um das Problem zu lösen. Mir ist bewusst, dass ich meine digitalen Fähigkeiten regelmäßig aktualisieren muss
- Selbstständige Verwendung
 - Ich kann die regelmäßig auftretenden Probleme, die bei der Nutzung digitaler Technologien auftreten, lösen. Ich kann digitale Technologien nutzen, um (nicht technologische) Probleme zu lösen. Ich kann eine digitale Anwendung auswählen, die meinen Bedürfnissen entspricht und ihre Effektivität beurteilen. Ich kann technische Probleme lösen, indem ich die Einstellungen und Optionen von Programmen oder Anwendungen erkunde. Ich bringe meine digitalen Fähigkeiten regelmäßig auf den neuesten Stand. Ich kenne die Grenzen meiner Fähigkeiten und versuche, Wissenslücken zu schließen

Digitale Kompetenz



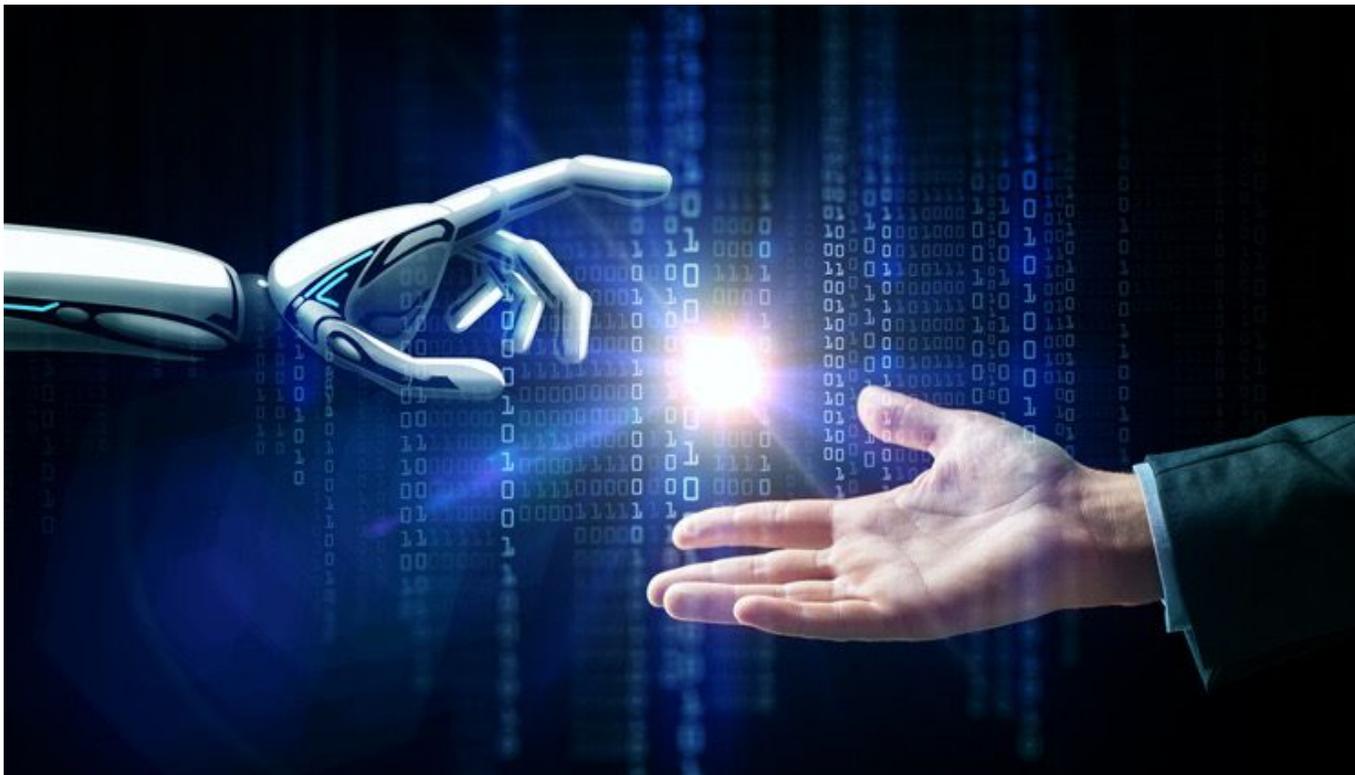
Problemlösung (2)

- Kompetente Verwendung
 - Ich kann fast alle Probleme, die bei der Nutzung digitaler Technologien entstehen, lösen. Ich kann die richtige Anwendung, Gerät, Programm, Software oder Service aussuchen, um (nicht-)technische Probleme zu lösen. Mir sind neue technologische Entwicklungen bekannt. Ich verstehe, wie neue Anwendungen funktionieren. Ich bringe meine digitalen Fähigkeiten regelmäßig auf den neuesten Stand

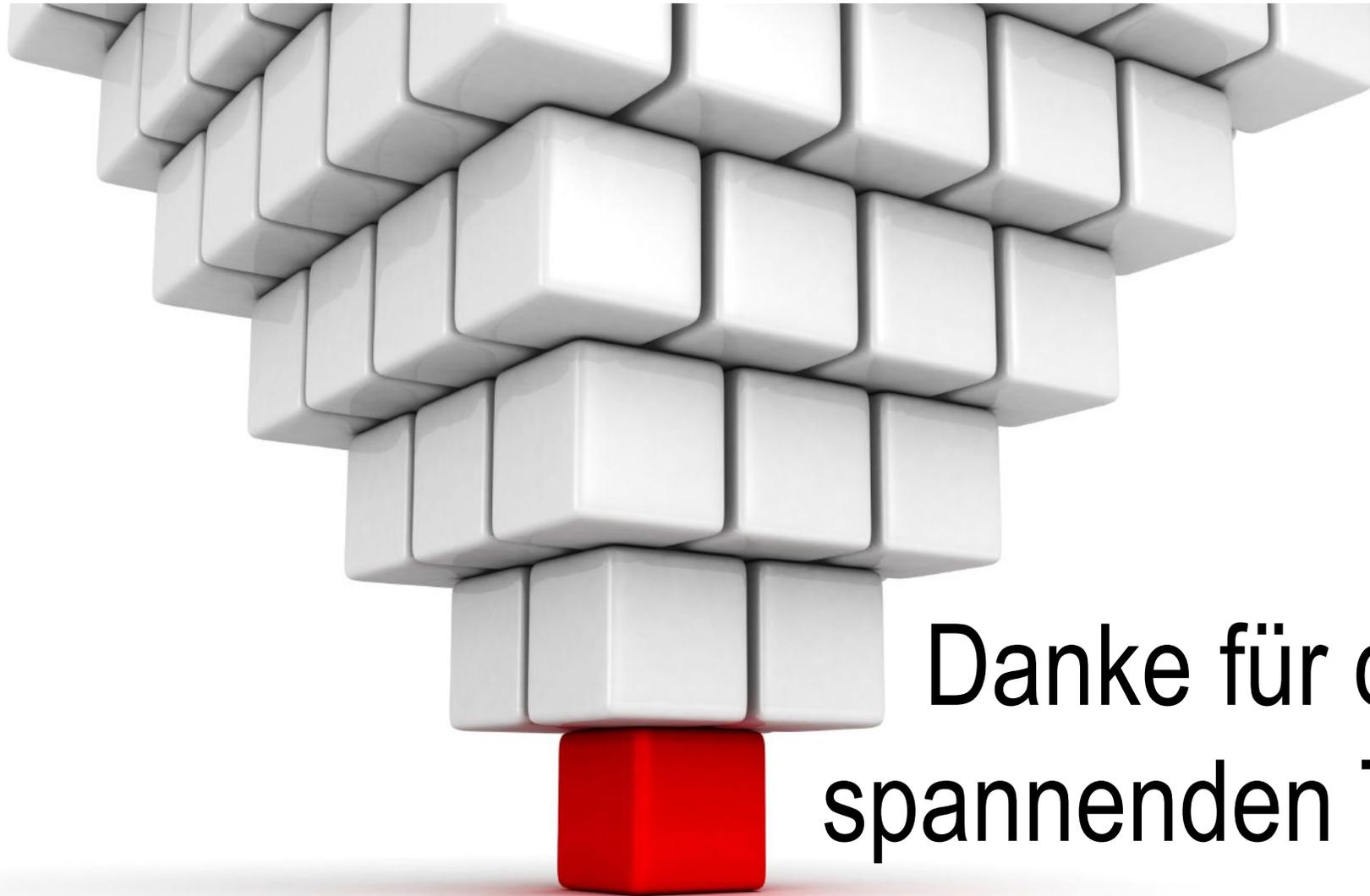
Digitale Kompetenz | Mensch Maschine Interaktion



Was macht der Mensch besser als der Rechner?



Wer seine digitalen Kompetenzen nicht lebenslang weiterentwickelt, wird in der Arbeitswelt sehr geringe Chancen haben.



Danke für den spannenden Tag