



AGILER CHANGE MANAGER (IHK)

Modul 5

Messbarkeit der Agilen Transformation



BUSINESS ACADEMY RUHR



ZIELSETZUNG

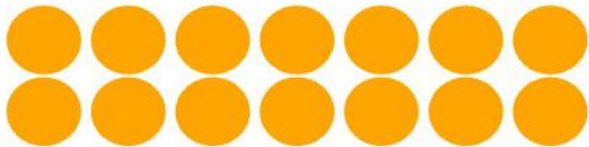
Erstelle die Visualisierung deiner iterativen Vorgehensweise. Jetzt geht es darum, zu entwickeln, wie du den Erfolg messbar und bewertbar machst. Dazu setzt du dich zunächst mit agilen Metriken wie OKR, User Stories und Werkzeugen auseinander, entscheidest dich für deine Vorgehensweise und entwickelst dazu die konkreten messbaren Faktoren.

Mit der Skizze deiner Agilen Journey hast du im vorherigen Modul den Grundstein gelegt.

Jetzt geht es darum, diese Journey aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten, zu reflektieren und gezielt weiterzuentwickeln.

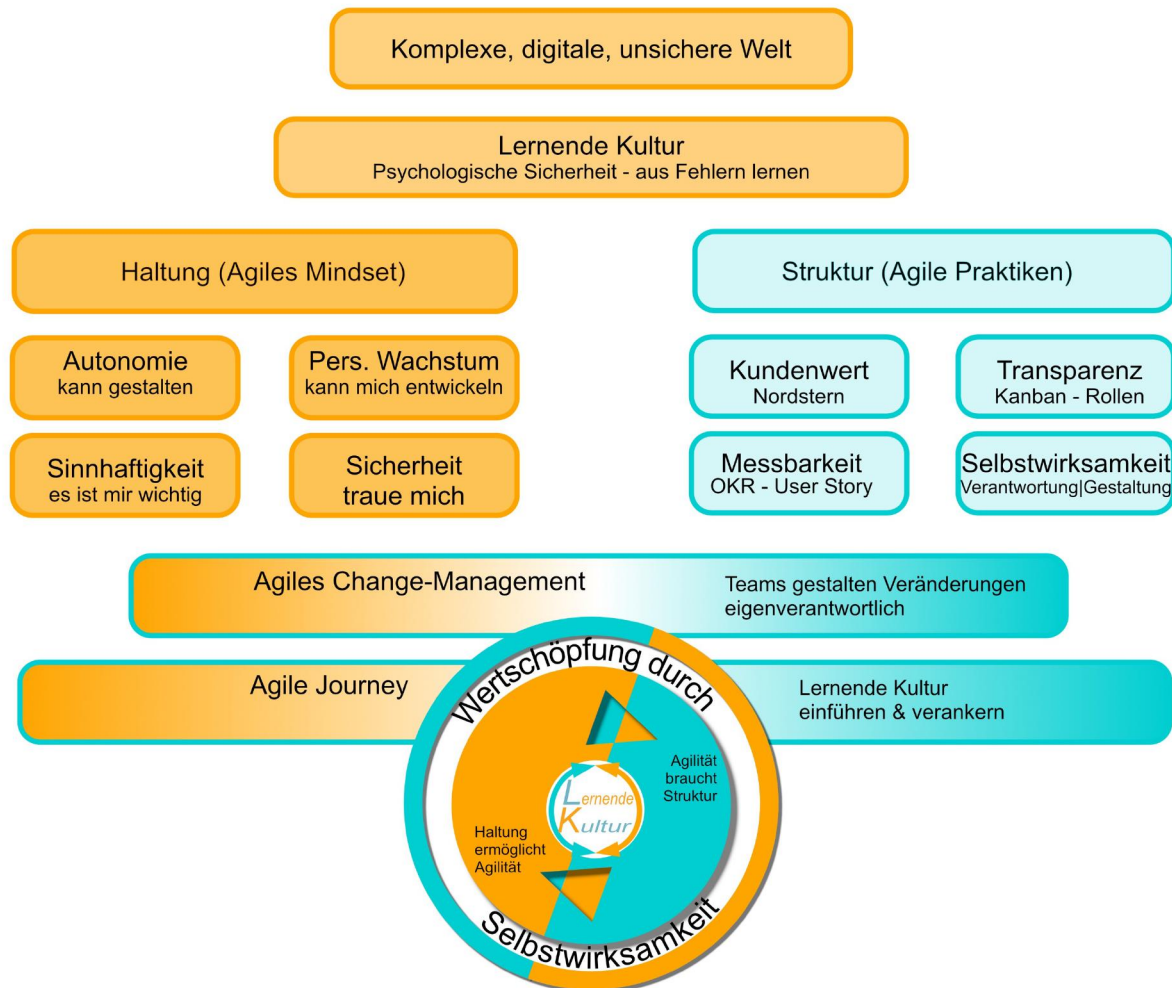
Dazu visualisierst du (a) deine iterative Vorgehensweise und beschäftigst dich (b) mit der Messbarkeit und Erfolgsbewertung deiner Agilen Journey.

Wie geht es dir heute



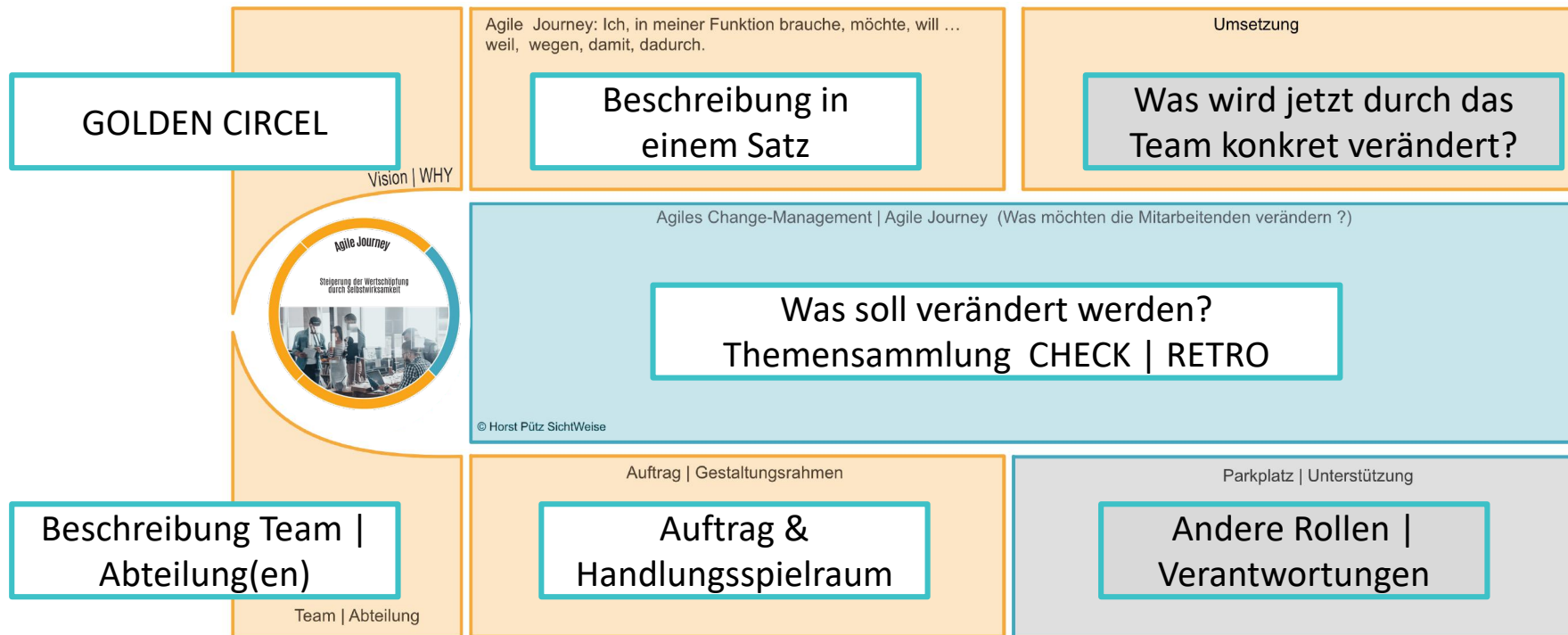


Lernende Kultur – Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit



Agile Journey Canvas

Inhalte

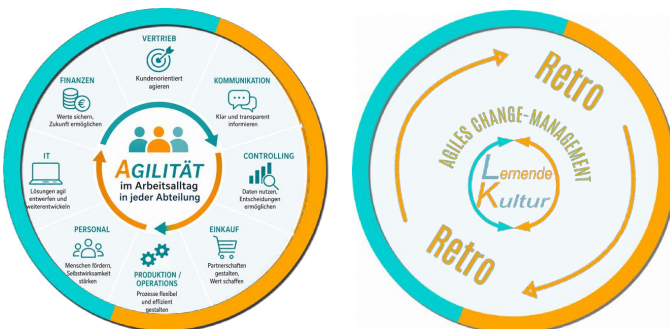


„Agile Journey“



Agiles Change-Management Mitarbeitende ermächtigen, Veränderungen selbstwirksam zu gestalten & umzusetzen

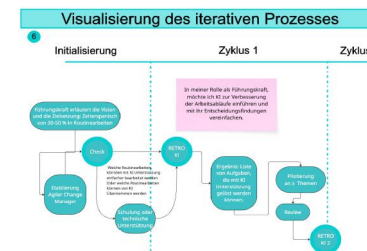
WER Das Team ermächtigen



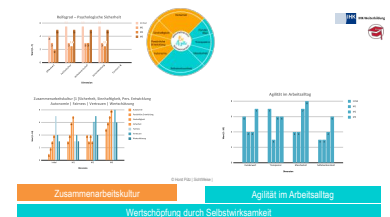
WAS Wollen wir verändern?



WIE Machen wir es konkret?



Bewertung & Entwicklung Wie messen wir?



Agiles Change-Management fördert intrinsische Motivation und die Bereitschaft Veränderungen aktiv zu gestalten



CHECK

WHY



Autonomie

Ich erlebe, dass ich gestalten kann

Persönliche Entfaltung

Ich kann meine Potenziale entwickeln



Sicherheit

Wir lernen durch experimentieren

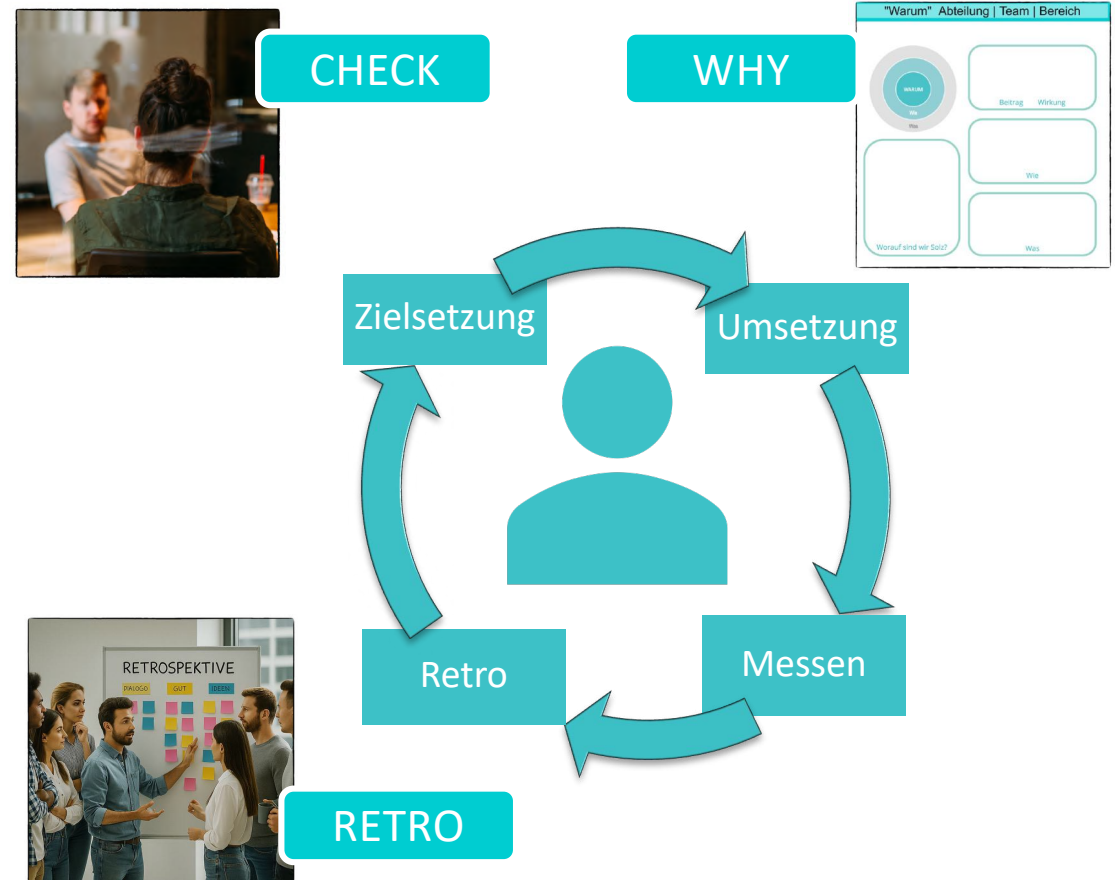
Sinn | Purpose

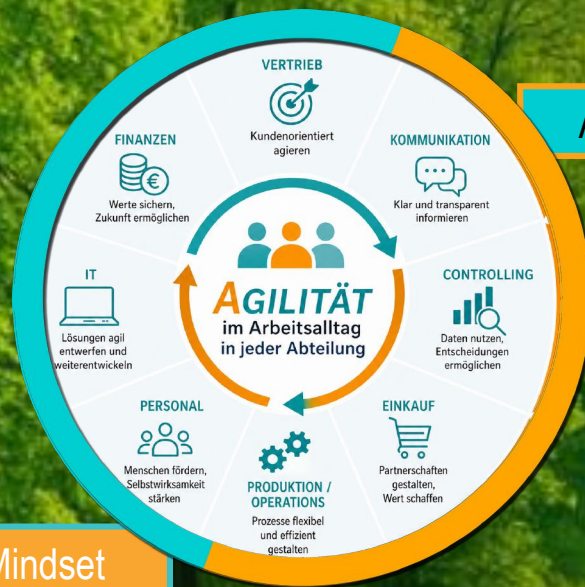
Was ich tue, ist mir persönlich wichtig



RETRO

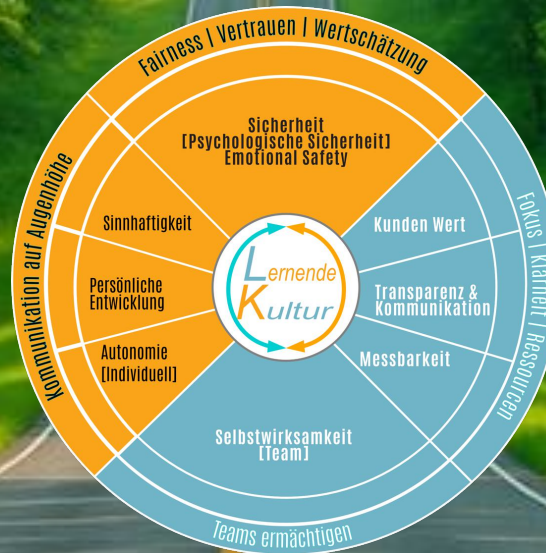
Agiles Change-Management verfolgt einen klaren Fokus, ist transparent messbar und basiert auf Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden





Agile Praktiken

Agiler Mindset



Agiles Change-Management

Mitarbeitende ermächtigen, Veränderungen selbstwirksam zu gestalten und nachhaltig umzusetzen.



Lernen – Anpassen – Weiterentwickeln



Rolle der Agilen Change-Managerin

- schafft Klarheit und Transparenz
- moderiert Dialog und Zusammenarbeit
- sorgt für einen sicheren Rahmen
- stärkt Selbstwirksamkeit und Eigenverantwortung
- verbindet Lernen mit konkreten Ergebnissen



Kerngedanken

Mitarbeitende erleben, dass ihr selbstverantwortliches Handeln Wirkung zeigt. Ergebnisse und Lösungen werden umgesetzt und schaffen echten Nutzen. So tragen sie aktiv zum Erfolg des Unternehmens bei.

Pause

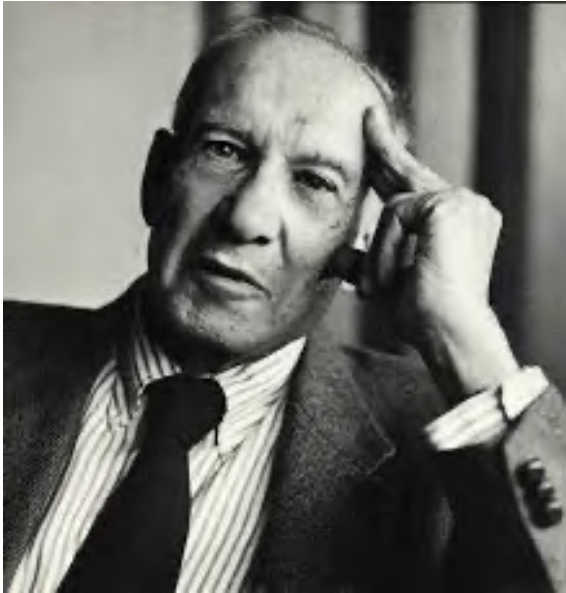




OKR – Strategische Unternehmenssteuerung

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.





„Culture eats
strategy for
breakfast

OKR versteht sich selbst als „*Werteorientierte Führung*“



Werte

- Alignment
- Transparenz
- Commitment
- (Intrinsische) Motivation

- OKR verbindet das strategische Leitbild mit der operativen Umsetzung
- OKR ermöglicht allen Mitarbeitern Orientierung für die Ausgestaltung Ihrer Arbeit
- OKR basiert auf Agilem Mindset
- OKR ist zyklisch und messbar



OKR



OKR Master



Vision
Mission
Leitbild

Strate-
gische
Initiative

OKR Liste



Werte
Rolle
Zyklus
Artefakt

Ziel
(Objective)

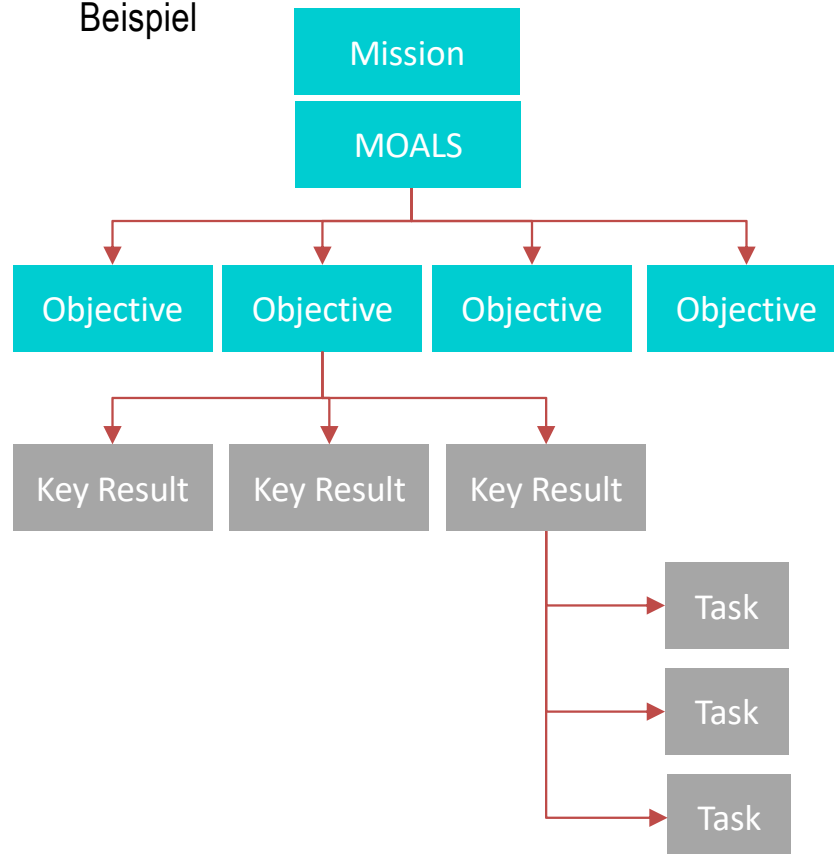
Wirkung
(Key Result)

Konkrete Handlung
(Initiative)

OKR



Beispiel



Objective

Build the best web browser in the world.

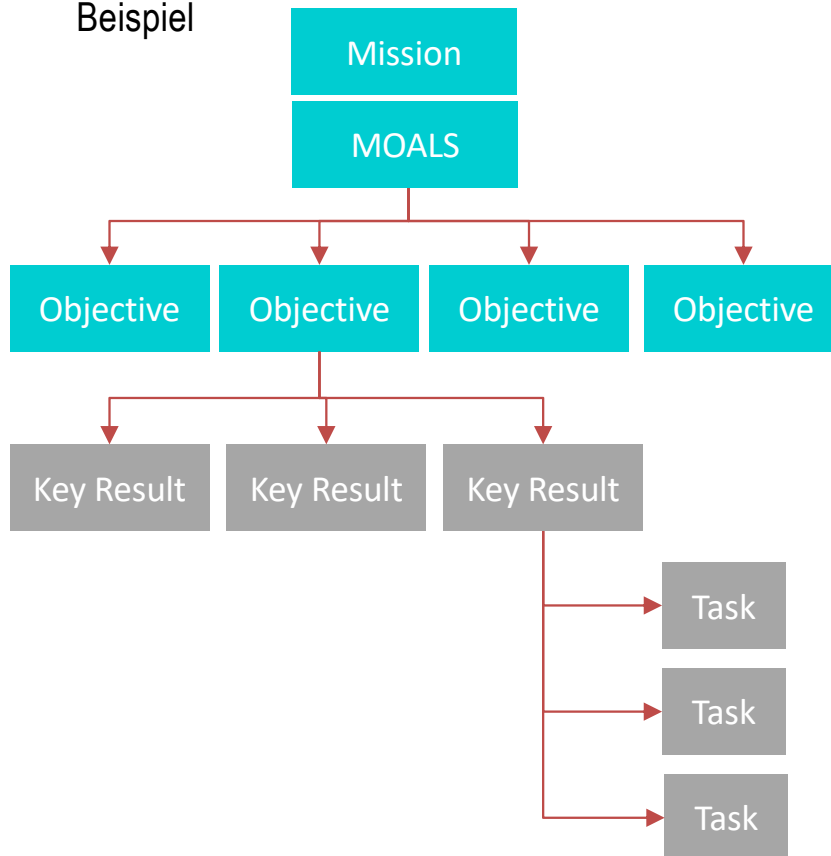
Key Result

20 million users by the end of 2008.

OKR



Beispiel



Objective

Build the best web browser in the world.

Key Result

20 million users by the end of 2008.

→ Richtungsweisend
→ Selbsterklärend
→ Inspirierend / Aktivierend

→ Eindeutig messbar
→ Zeitlich gebunden
→ Erreicht ja / nein

Beispiel: Büro in der Objekteinrichtung

Objectives | Key Results | Initiativen | User Story | Akzeptanzkriterien

Ausgangspunkt ist ein mittelständisches Unternehmen, das hochwertige Büro- und Objekteinrichtungen entwickelt, produziert und montiert. Die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Produktionsplanung, Logistik und Montage soll verbessert werden, weil es immer wieder zu Rückfragen, Verzögerungen und unklaren Verantwortlichkeiten kommt.

Objectives - Key Results – Initiativen

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

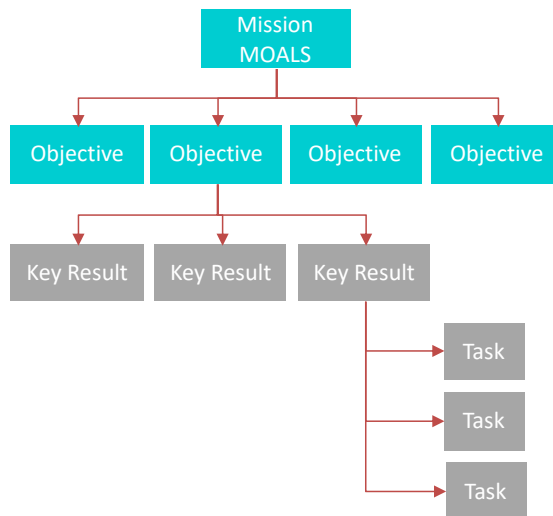
Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

OKR | Objectives



- Wir stärken Selbstwirksamkeit in unserer Abteilung, damit jede und jeder den eigenen Beitrag als wirksam erlebt und Verantwortung mutig übernimmt.
- Transparenz über Rollen und Verantwortlichkeiten schafft Klarheit, Vertrauen und effiziente Zusammenarbeit

Objective (Ziel)	
Qualitativ	
WHY	
Ein Objective ist ein richtungsweisendes Ziel mit einer emotionalen und motivierenden Funktion für Teams und Mitarbeiter.	
→ Einfach und verständlich → Geben eine Richtung vor → Sind inspirierend, motivierend und fordern zur Handlung auf → Positiv formuliert ("Hin zu") → Selbsterklärend	



Ausgangspunkt ist ein mittelständisches Unternehmen, das hochwertige Büro- und Objekteinrichtungen entwickelt, produziert und montiert. Die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Produktionsplanung, Logistik und Montage soll verbessert werden, weil es immer wieder zu Rückfragen, Verzögerungen und unklaren Verantwortlichkeiten kommt.

Beschreibe das Objective.



Beschreibe das Objektive.

Wir wollen die Zukunft unseres Arbeitsplatzes sichern, unsere Kunden zufriedenstellen und wollen die effiziente Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen verbessern um unnötige Rückfragen, Verzögerungen zu vermeiden, dazu sind Verantwortlichkeiten neu zu definieren. Wir werden alle erleichtert und mit Freude diese neue Herangehensweise genießen.

Wir etablieren die beste Zusammenarbeit für das max. Kundenerlebnis in unserer Branche.

Abteilungs übergreifende Zusammenarbeit um natlose Übergänge im Kundensinn zu etablieren.

Optimierung der Abläufe und Kommunikation der internen Schnittstellen innerhalb des Geschäftsprozesses um effektiver, effizienter

Wir optimieren die Zusammenarbeit einzelner Teams, damit sich Rückfragen und Unklarheiten minimieren.

Wir möchten eine agile übergreifende Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen erreichen.

Wir übergeben den Auftrag von Abteilung zu Abteilung mit sauberen Transfermeetings, um Verzögerungen zu vermeiden und zufriedene Kunden zu haben.

Wir möchten die Bottlenecks, in dem wir Verantwortlichkeiten neu bewerten.

Verbesserung der internen Zusammenarbeit für einen optimalen Geschäftsablauf zur schnelleren und besseren Befriedigung der Kundenbedürfnisse.

Wir wollen die Zusammenarbeit im Unternehmen effizienter gestalten um den bestmöglichen Kundenservice zu ermöglichen

Wir möchten die beste Kommunikation und Zusammenarbeit im Unternehmen haben und dies gemeinsam erarbeiten.

Objectives - Key Results – Initiativen

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir verbessern die bereichsübergreifende Zusammenarbeit so, dass Mitarbeitende eigenverantwortlicher handeln, Kundenprojekte verlässlicher umgesetzt werden und die Teams ihre Arbeit als wirksamer erleben.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

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. Für wen?
- Beispiel: Umsatzsteigerung von 300%

Relevant

4. Relevant (Relevant)

- Das Ziel sollte relevant für Ihre übergeordnete Aufgabe sein
- Beispiel: Papierverbrauch im Büro innerhalb eines Monats

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."

OKR (SM..T)

Messbar

Ergebnisorientiert

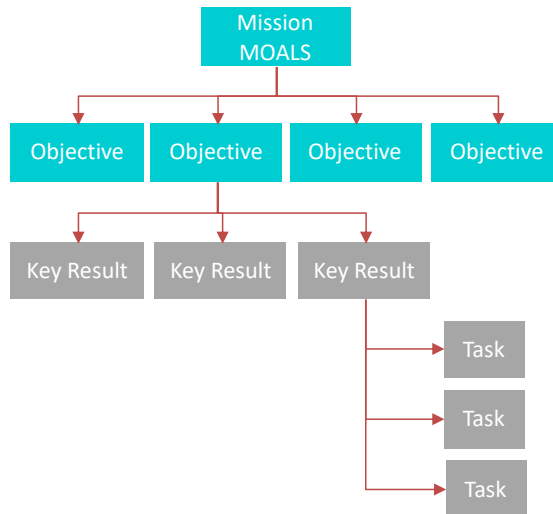
Herausfordernd, aber erreichbar

Zeitlich definiert

OKR | Key Results



Objectives & Key Results



- Agilen Change Manager innerhalb von drei Wochen im Team vorstellen und etablieren, der das Team mindestens 12 Monate begleiten wird.
- Regel Meetings um 20 % kürzen bei einer Umsetzung von 95 %

	Key Results (Metriken)
	Quantitativ
	What
	Key Results sind beeinflussbare Erfolgstreiber des Objectives. Sie sind die Messlatte, um das Ziel zu erreichen.
	→ "No number, no key results" → 2-5 KR pro Objective → Zeitlich gebunden → Eindeutig messbar → Abschließend bewertbar ("ja" oder "nein")



Ausgangspunkt ist ein mittelständisches Unternehmen, das hochwertige Büro- und Objekteinrichtungen entwickelt, produziert und montiert. Die Zusammenarbeit zwischen Vertrieb, Produktionsplanung, Logistik und Montage soll verbessert werden, weil es immer wieder zu Rückfragen, Verzögerungen und unklaren Verantwortlichkeiten kommt.

Beschreibe die Key Results



Objectives - Key Results – Initiativen

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir verbessern die bereichsübergreifende Zusammenarbeit so, dass Mitarbeitende eigenverantwortlicher handeln, Kundenprojekte verlässlicher umgesetzt werden und die Teams ihre Arbeit als wirksamer erleben.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

KR 1: Rückfragen wegen unvollständiger, unklarer Auftragsinformationen >30 %. (Q1)

KR 2: 80 % der Mitarbeitenden bewerten Sie die Aussage. „Ich weiß, wofür ich verantwortlich bin und welche Entscheidungen ich eigenständig treffen kann“ mit mindestens 8 von 10 Punkten.

KR 3: Der Anteil der Kundenprojekte, die ohne ungeplante ohne interne Eskalation steigt von 60 auf 80 %.

KR 4: 80 % der Ergebnisse bereichsübergreifenden Retrospektiven werden innerhalb von vier Wochen umgesetzt.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

- monatliche Retrospektiven einführen
- Entscheidungsspielräume im Team klären
- Kanban -Bord nutzen, um Blockaden sichtbar zu machen
- Agilen Change-Manager etablieren

Objectives - Key Results – Initiativen – User Story - Akzeptanzkriterien

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir verbessern die bereichsübergreifende Zusammenarbeit so, dass Mitarbeitende eigenverantwortlicher handeln, Kundenprojekte verlässlicher umgesetzt werden und die Teams ihre Arbeit als wirksamer erleben.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

KR 1: Rückfragen wegen unvollständiger, unklarer Auftragsinformationen >30 %. (Q1)

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

User Story

Die User Story übersetzt das Objective in den konkreten Arbeitsalltag einer Rolle.

Als Produktionsplanerin möchte ich vor der Übergabe die Vollständigkeit eines Kundenauftrags, damit ich den Auftrag ohne unnötige Rückfragen einplanen und die Fertigung verlässlich vorbereiten kann

Akzeptanzkriterien

Ist die konkrete User-Story fertig und brauchbar umgesetzt ist.

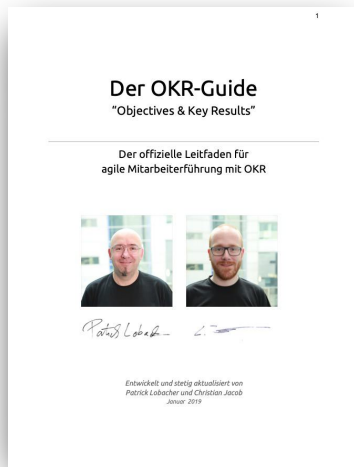
- Vor der Übergabe sind alle Pflichtinformationen zum Kundenauftrag sichtbar und vollständig.
- Offene Punkte sind markiert und Person zugeordnet.
- Entscheidungen zu Sonderanfertigungen, Lieferterminen, Materialabweichungen sind dokumentiert.
- Die Produktionsplanung kann innerhalb eines Arbeitstags erkennen, ob der Auftrag eingeplant werden kann oder ob Klärungsbedarf besteht.

OKR



OKR

OKR ist das Rahmenwerk für die strategische Steuerung von Organisationen.



Werkzeuge & Praktiken



Methoden Frameworks

Werte Prinzipien



Zyklus  IHK-Weiterbildung

- OKR Planning 
- OKR Weekly
- OKR Review
- OKR Retrospektive

Rollen

- OKR Master

Artefakte

- OKR Liste

Werte sind

- zentrale Bestandteil der Unternehmenskultur
- sind bedeutend wichtiger als Regeln und Verhaltensweisen.

- Alignment
- Transparenz
- Commitment
- Intrinsische Motivation

SCRUM und OKR



Gegenüberstellung

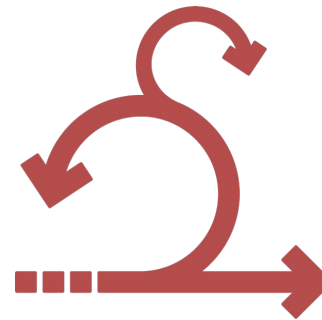
ZYKLUS

OKR
OKR Zyklus
ca. 3-4- Monate

SCRUM
Sprint
ca. 1 – 4 Wochen

Verfolgt strategische Ziele

Orientierung
für alle Beteiligten
für autonome &
Selbstverpflichtende,
messbare Arbeit



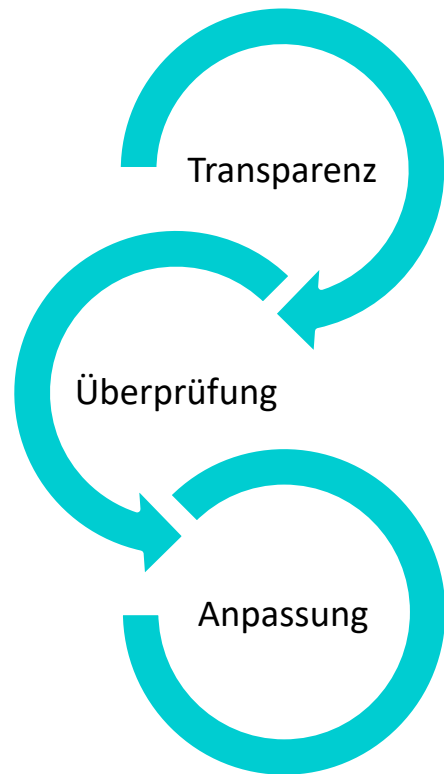
Agile Projektumsetzung

Setzt konkrete
Projekte mit
dezidierten,
crossfunktionalen
Teams um

Transparenz & Messbarkeit



Übersicht

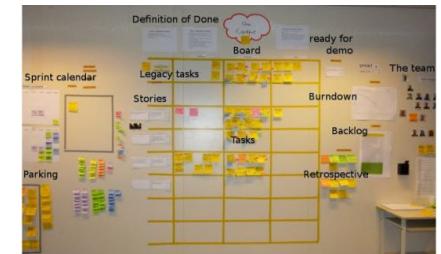


© Horst Pütz | SichtWeise |

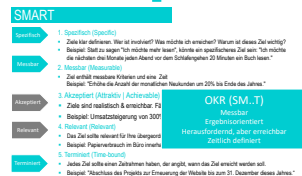
Kanban

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



User Story



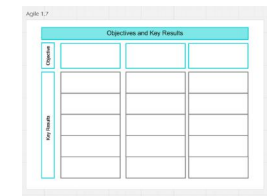
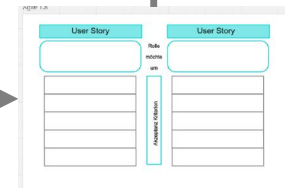
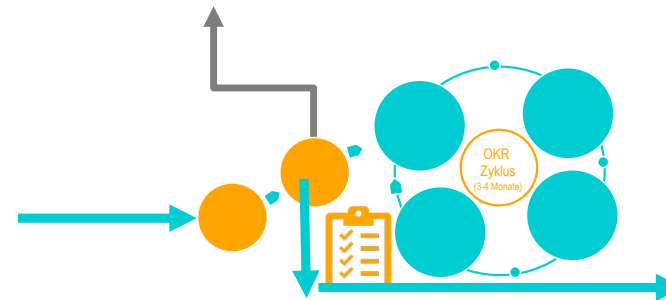
OKR



User-Story
beschreibt eine
möglichst kleine,
werthaltige
Kundenanforderung

- Rolle (Wer?)**
- Die Rolle definiert die Bedürfnisse
- Wunsch oder Bedürfnis (Was)**
- Was möchte der Nutzer tun oder welches Ziel will er erreichen
- Zweck oder Begründung (Warum?)**
- Der Zweck erklärt, warum das beschriebene Bedürfnis wichtig ist.
- Akzeptanzkriterien**
- Unter welchen Bedingungen ist die User Story als abgeschlossen
- Die User Stories werden im Backlog priorisiert**

„Als [Rolle | Persona] erwarte ich
[(Software)ziel | Zielsetzung],
damit [Ergebnis].“



A wide-angle photograph of a large, modern conference hall. In the center, a speaker stands on a circular stage, addressing an audience seated at round tables. The stage is illuminated with blue and white lights, and a large screen behind the speaker displays abstract, flowing blue lines. The audience is seated at round tables covered with white cloths, each with water bottles and papers. The room has high ceilings and large windows on the sides, some of which are illuminated from within.

Beispiel: Führungskräftetagung

Objectives | Key Results | Initiativen | User Story | Akzeptanzkriterien

Ausgangspunkt ist ein Unternehmen mit 4.000 Mitarbeitern aus dem dass sich aufgrund von veränderter Marktsituation, neuen Marktteilnehmern und weiteren gesetzlichen Auflagen neu ausrichten muss

Objectives - Key Results – Initiativen

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir richten unsere Unternehmenskultur so aus, dass Führungskräfte Verantwortung für eine agile Unternehmensorganisation übernehmen, Selbstwirksamkeit in ihren Teams stärken und Veränderung verbindlich im Führungsalltag verankern.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

Objectives - Key Results – Initiativen

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir richten unsere Unternehmenskultur so aus, dass Führungskräfte Verantwortung für eine agile Unternehmensorganisation übernehmen, Selbstwirksamkeit in ihren Teams stärken und Veränderung verbindlich im Führungsalltag verankern.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

KR 1: 90 % der Führungskräfte beschreiben Beschreiben Sie im Intranet Ihren konkreten Beitrag und Ihre Vorstellung .(2 Wochen)

KR 2: 80 % Die Führungskräfte verpflichten sich, die Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden engagiert voranzutreiben.

KR 4: Agilität Check innerhalb von vier Wochen eingeführt

KR 5: Mindestens vier Agile Change-Manager (4 Wochen)

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

- Führungskräfte tagung
- Vor der Tagung beschreiben alle Führungskräfte ihren persönlichen Beitrag
- Entwicklung der zentralen Prinzipien der
- Selbstverpflichtung der Führungskräfte
- Agilitäts-Check einführen
- Vier agiler Change-Manager begleiten den Prozess.

Objectives - Key Results – Initiativen – User Story - Akzeptanzkriterien

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir richten unsere Unternehmenskultur so aus, dass Führungskräfte Verantwortung für eine agile Unternehmensorganisation übernehmen, Selbstwirksamkeit in ihren Teams stärken und Veränderung verbindlich im Führungsalltag verankern.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

KR 1: 90 % der Führungskräfte beschreiben Beschreiben Sie im Intranet Ihren konkreten Beitrag und Ihre Vorstellung .(2 Wochen)
KR 2: 80 % Die Führungskräfte verpflichten sich, die Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden engagiert voranzutreiben.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

User Story Führungskraft

Die User Story übersetzt das Objective in den konkreten Arbeitsalltag einer Rolle.

Als Führungskraft möchte ich verstehen, was die agile Unternehmensorganisation konkret für meinen Verantwortungsbereich bedeutet, damit ich mein Team wirksam begleiten, Verantwortung gezielt übertragen und Veränderung glaubwürdig vorleben kann

Akzeptanzkriterien

Ist die konkrete User-Story fertig und brauchbar umgesetzt ist.

- Ich kann die neue Unternehmenskultur in eigenen Worten beschreiben.
- Ich benenne mindestens drei konkrete Verhaltensweisen, die die Selbstwirksamkeit im Team stärken.
- Ich übertrage Verantwortung ins Team für eigene Entscheidungen.
- Nach drei Monaten überprüfen wir mit dem Agilitäts-Check die Entwicklung der Selbstwirksamkeit im Team

Objectives - Key Results – Initiativen – User Story - Akzeptanzkriterien

Objectives

Beschreiben die gewünschte Veränderung.

Wir richten unsere Unternehmenskultur so aus, dass Führungskräfte Verantwortung für eine agile Unternehmensorganisation übernehmen, Selbstwirksamkeit in ihren Teams stärken und Veränderung verbindlich im Führungsalltag verankern.

Key Results

Beschreiben die messbare Wirkung.

KR 1: 90 % der Führungskräfte beschreiben Beschreiben Sie im Intranet Ihren konkreten Beitrag und Ihre Vorstellung .(2 Wochen)
KR 2: 80 % Die Führungskräfte verpflichten sich, die Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden engagiert voranzutreiben.

Initiativen

Beschreiben die konkreten Maßnahmen.

User Story Mitarbeitende

Die User Story übersetzt das Objective in den konkreten Arbeitsalltag einer Rolle.

Als Mitarbeiterin möchte ich verstehen, welche Veränderungen die neue Unternehmenskultur für meine tägliche Arbeit bedeutet, damit ich weiß, wo ich mehr Verantwortung übernehmen kann und wie ich mich aktiv einbringen darf.

Akzeptanzkriterien

Ist die konkrete User-Story fertig und brauchbar umgesetzt ist.

- Die neue Unternehmenskultur wird glaubhaft vom Management und meiner Führungskraft vorgelebt und unterstützt. (Befragung)
- Wir erhalten als Team und ich als Mitarbeitender Verantwortung für Entscheidungen und Weiterentwicklung.
- Der agile Coach führt regelmäßig Retrospektiven durch und unterstützt unsere Entwicklung.

Innovation fördern



Transparenz Überprüfung Anpassung | User Story

Rolle

Verantwortlicher
in der Stabsstelle

Möchte
ich

eine Innovations-
kampagne
in diesem Jahr
durchführen

um

um das Wissen und die Ideen
der Mitarbeitenden zu
erschließen und so neue
Produkte zu entwickeln

User Story

Als Verantwortlicher der Stabsstelle möchte ich jedem Mitarbeiter in diesem Jahr drei Tage für die Entwicklung eigener Innovationsideen zur Verfügung stellen, um das Wissen der Organisation zu erschließen und neue Ideen zu entwickeln.

Akzeptanz
Kriterium

- 1) **Durchführung:** jeder Mitarbeiter erhält drei Arbeitstage im Jahr, um autonomen, eigenständig Innovationsideen zu entwickeln.
- 2) **Durchführung:** Im Intranet wird eine Ideen Börse erstellt, die den Mitarbeitern den Austausch für Projekte, Ideen und Teambuilding eröffnet.
- 3) **Durchführung:** in der Zeiterfassung wird ein "Innovationskonto" eingerichtet und Auswertungen für die jeweiligen Verantwortungsbereiche erstellt.
- 4) **Wettbewerb:** Es wird eine Veranstaltungsreihe konzipiert in denen die Ideen vorgestellt und gepicht werden. Die finale Vorstellung erfolgt in einer Veranstaltung und der Teilnahme des Vorstands und der Bewertung durch die Teilnehmer. Für Umsetzungen wird ein Budget zur Verfügung gestellt.

Agiles Change-Management einführen und verankern



Wir stärken Selbstwirksamkeit und erschließen Potenziale, indem Teams Verantwortung übernehmen, Blockaden abbauen und ihre Zusammenarbeit eigenständig weiterentwickeln.

Vision

Agiler
Change-Manager

Als Führungskraft möchte ich Selbstwirksamkeit durch Agiles Change-Management einführen, um Potenziale der Mitarbeitenden zu erschließen.

Als Agiler Change-Manager unterstütze ich das Team bei der Entwicklung von Selbstwirksamkeit, um durch Abbau von Blockaden und Bürokratie in einer attraktiven Arbeitsplatzkultur unseren Kunden einen bestmöglichen Service zu bieten.

Agiles Change-Management einführen und verankern



Selbstwirksamkeit &
Potenziale erschließen

Vision

Als Führungskraft möchte ich Selbstwirksamkeit durch Agiles Change-Management einführen, um Potenziale der Mitarbeitenden zu erschließen.

Als Agiler Change-Manager unterstütze ich das Team bei der Entwicklung von Selbstwirksamkeit, um durch Abbau von Blockaden und Bürokratie in einer attraktiven Arbeitsplatzkultur unseren Kunden einen bestmöglichen Service zu bieten.

Agiler
Change-Manager

RETRO

Meeting

Rollen und Verantwortungen?

Transparenz über Arbeitsstände .

Zukunft der Abteilung des Teams



Objectives and Key Results

Wir möchten selbstwirksam arbeiten und Bürokratie abbauen, damit wir unseren Kunden den besten Service bieten können.

Unsere Meetings verlaufen fokussiert, effizient und beginnen Spaß zu machen.

Transparent schaffen wer ist in welcher Rolle für was verantwortlich

Wir wollen Weiterbildungsmaßnahmen nutzen um Blockaden abzubauen

Übersicht aller Arbeitstände ermöglichen

Wir wählen 3 Personen aus jedem Team als Multiplikatoren für den Change-Prozess, die abwechselnd und rotierend moderieren

Wir möchten maximal 1 Meeting pro Woche

Timeboxing einführen. Pro Thema 15 Minuten festgelegte Zeit

Wir machen eine gemeinsame Abstimmung über die Agenda: 1 Thema pro Person in einem gemeinsamen Tool

Routierend, ab sofort, NEUE Rolle Timekeeper in Meetings

Meetingregeln innerhalb der nächsten 2 Woche festlegen

Weiterbildungsthema pro Monat

Feedback 1x pro Woche

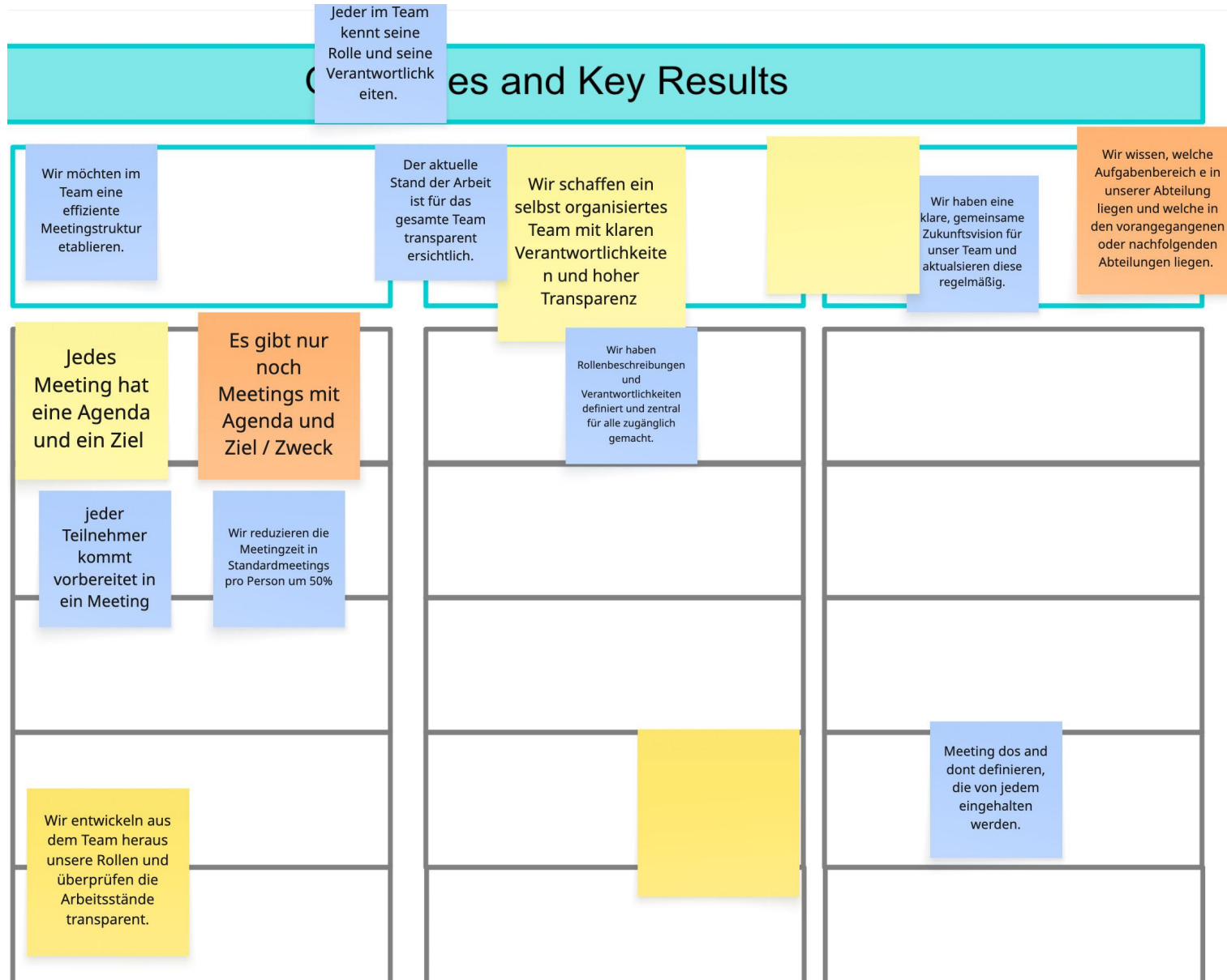
Jedes Teammitglied versteht klar seine Rolle + Verantwortlichkeit

WPI abstimmen, max. x WPI's pro Rolle

Transparenz: wir führen eine gemeinsame Excel-Tabelle mit den relevanten Werten

regelmäßige Meeting

Wir nutzen alle ein Kanbanboard für Transparenz und Timing



Agiles Change-Management einführen und verankern



Selbstwirksamkeit &
Potenziale erschließen

Vision

Als Führungskraft möchte ich Selbstwirksamkeit durch Agiles Change-Management einführen, um Potenziale der Mitarbeitenden zu erschließen.

Als Agiler Change-Manager unterstütze ich das Team bei der Entwicklung von Selbstwirksamkeit, um durch Abbau von Blockaden und Bürokratie in einer attraktiven Arbeitsplatzkultur unseren Kunden einen bestmöglichen Service zu bieten.

Agiler
Change-Manager

RETRO

Als Team möchten wir mit weniger Meeting Aufwand bessere Ergebnisse erzielen.

Als Team möchten wir Klarheit über Rollen, Aufgaben und Verantwortungen.

Als Team möchten wir eine bessere Transparenz über Arbeit Stände.

Als Team möchten wissen, wie unsere Zukunft aussehen wird

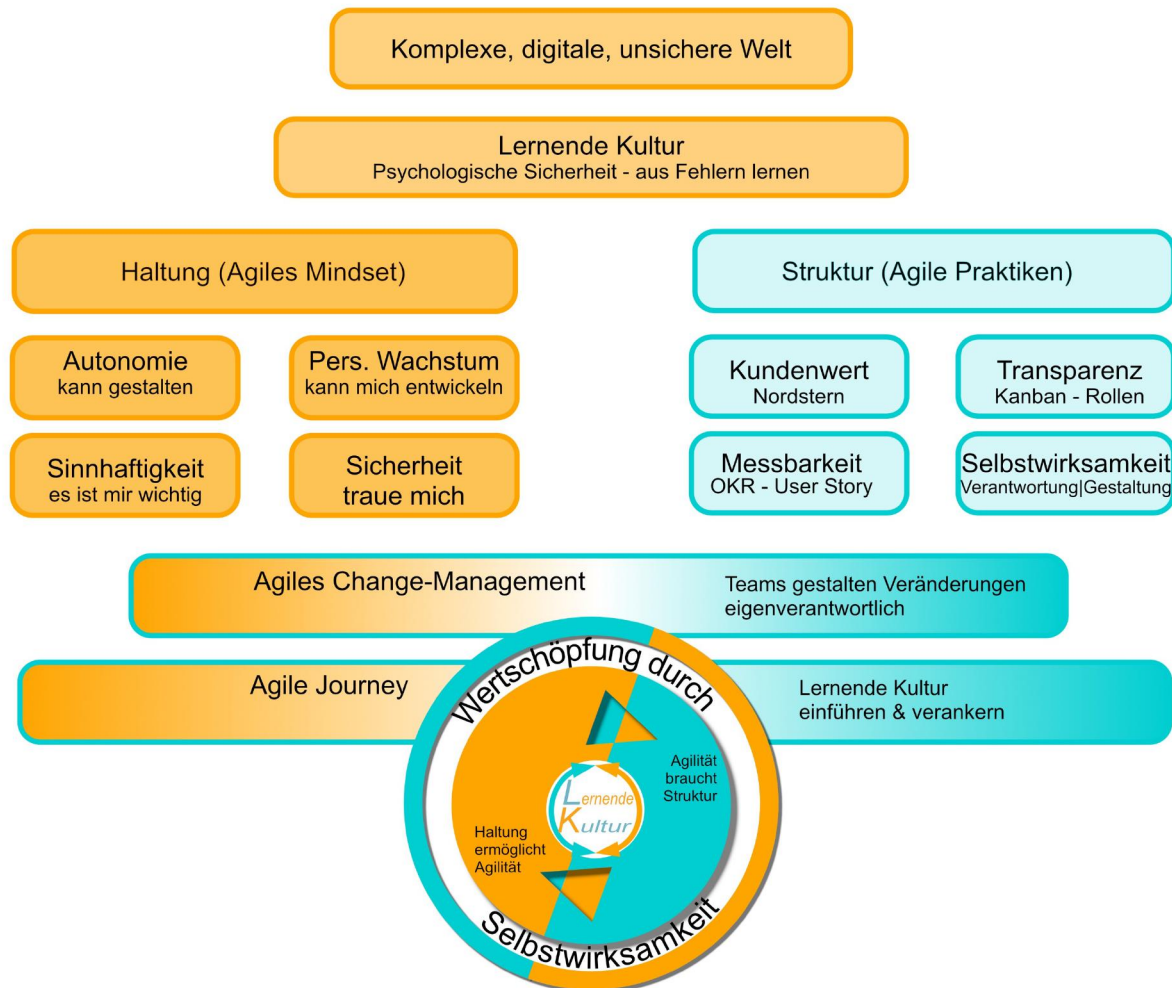
A wide-angle photograph of a large, modern conference hall. In the center, a speaker stands on a circular stage, addressing an audience seated at round tables. The stage is illuminated with blue and white lights, and a large screen behind the speaker displays abstract, flowing blue lines. The audience is seated at round tables covered with white cloths, each with water bottles and papers. The room has high ceilings and large windows on the sides, letting in natural light. The overall atmosphere is professional and high-tech.

Beispiel: Führungskräftetagung

Objectives | Key Results | Initiativen | User Story | Akzeptanzkriterien

Ausgangspunkt ist ein Unternehmen mit 4.000 Mitarbeitern aus dem dass sich aufgrund von veränderter Marktsituation, neuen Marktteilnehmern und weiteren gesetzlichen Auflagen neu ausrichten muss

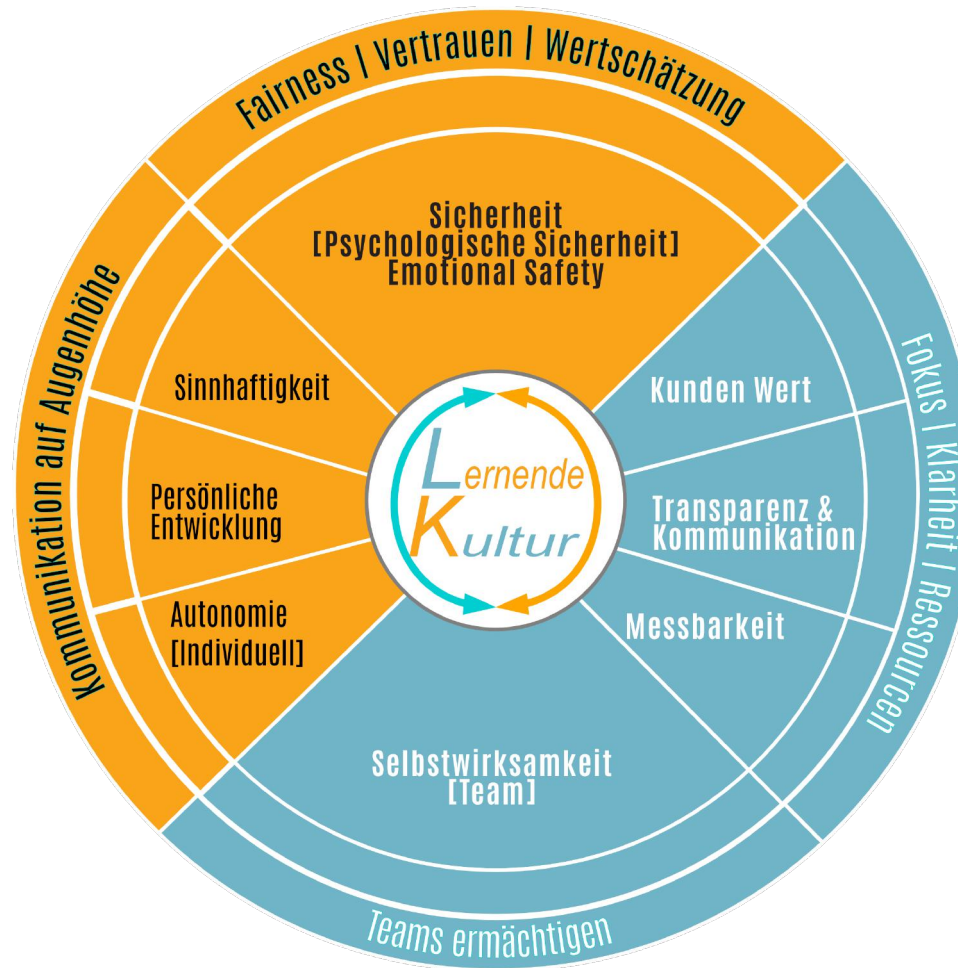
Lernende Kultur – Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit



Agilitäts-Check



- **Autonomie**
Ich kann selbst entscheiden und trage mit meinem Handeln zum Erfolg bei.
- **Persönliche Entwicklung**
Ich kann lernen, meine Kompetenzen auszubauen, und werde dabei unterstützt.
- **Sinnhaftigkeit**
Ich kenne die Sinnhaftigkeit meiner Arbeit, die für mich persönlich wichtig ist.
- **Sicherheit**
Ich traue mich, Neues auszuprobieren und dabei persönliche Risiken einzugehen.



- **Kundenwert**
Wir verstehen die Bedürfnisse unserer Kunden und schaffen mit unserer Arbeit echten Mehrwert.
- **Transparenz**
Wir haben vollständige Transparenz über Vision, Rollen und Verantwortlichkeiten.
- **Messbarkeit**
Wir experimentieren und lernen durch messbare Bewertung der Ergebnisse („Fail Fast“).
- **Selbstwirksamkeit**
Wir bekommen das Vertrauen, Entscheidungen zu treffen, und übernehmen Verantwortung für deren Wirkung.

Wie bewertest du die aktuelle Zusammenarbeits-Kultur?



› Ich werde fair behandelt



› Die Zusammenarbeit ist von Vertrauen geprägt



› Ich erfahre Wertschätzung





Wie bewertest du die Folgenden Aspekte in Bezug auf Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit?

9 / 9

IHK-Weiterbildung



› AUTONOMIE | Ich kann selbst entscheiden und trage mit meinem Handeln zum Erfolg bei



› PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG | Ich kann lernen, meine Kompetenzen ausbauen und werde dabei unterstützt.



› SINNHAFTHIGKEIT | ich kenne die Sinnhaftigkeit meiner Arbeit, die für mich persönlich wichtig ist



› SICHERHEIT | ich traue mich Neues auszuprobieren und dabei persönliche Risiken einzugehen





› KUNDEN WERT | Wir schaffen Wert für unsere Kunden



› TRANSPARENZ | Wir haben vollständige Transparenz (Vision | Rollen | Verantwortungen)

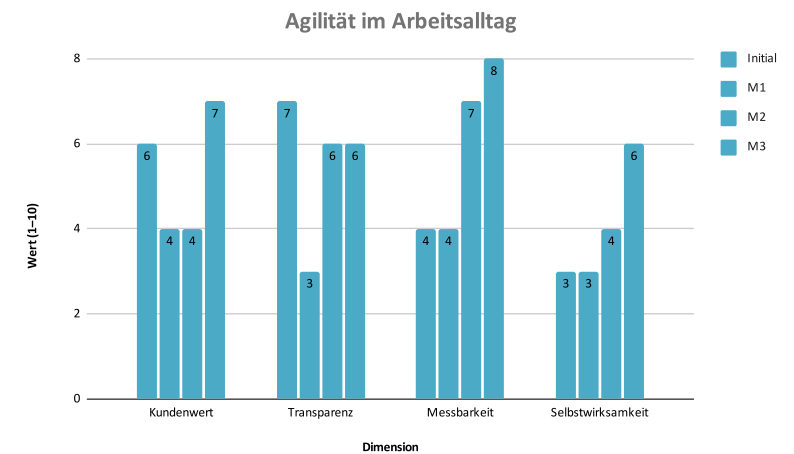
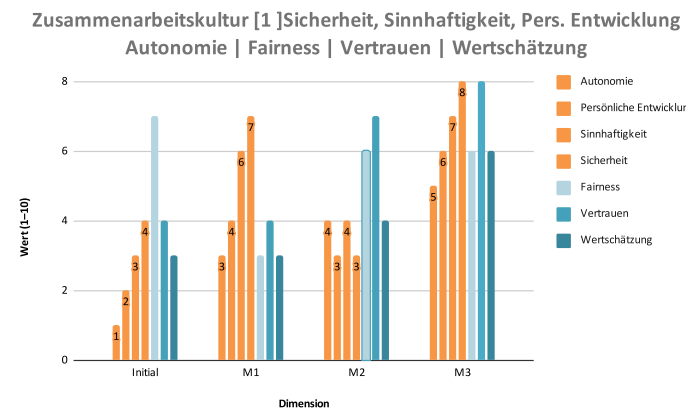
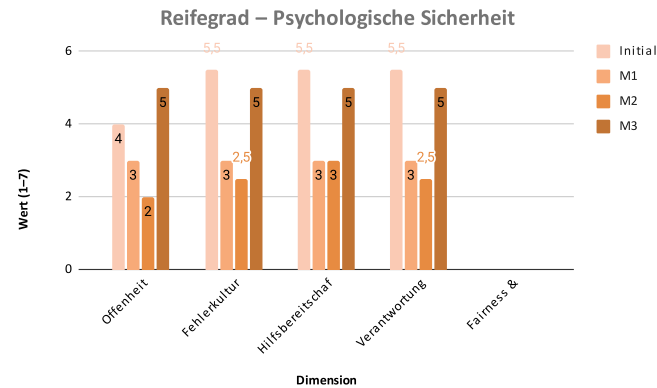


› MESSBARKEIT | Wir experimentieren und lernen durch messbare Bewertung der Ergebnisse (Fail Fast)



› SELBSTWIRKSAMKEIT | Wir bekommen das Vertrauen für die Verantwortung der Entscheidungen





© Horst Pütz | SichtWeise |

Zusammenarbeitskultur

Agilität im Arbeitsalltag

Wertschöpfung durch Selbstwirksamkeit



Business Model Generation



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

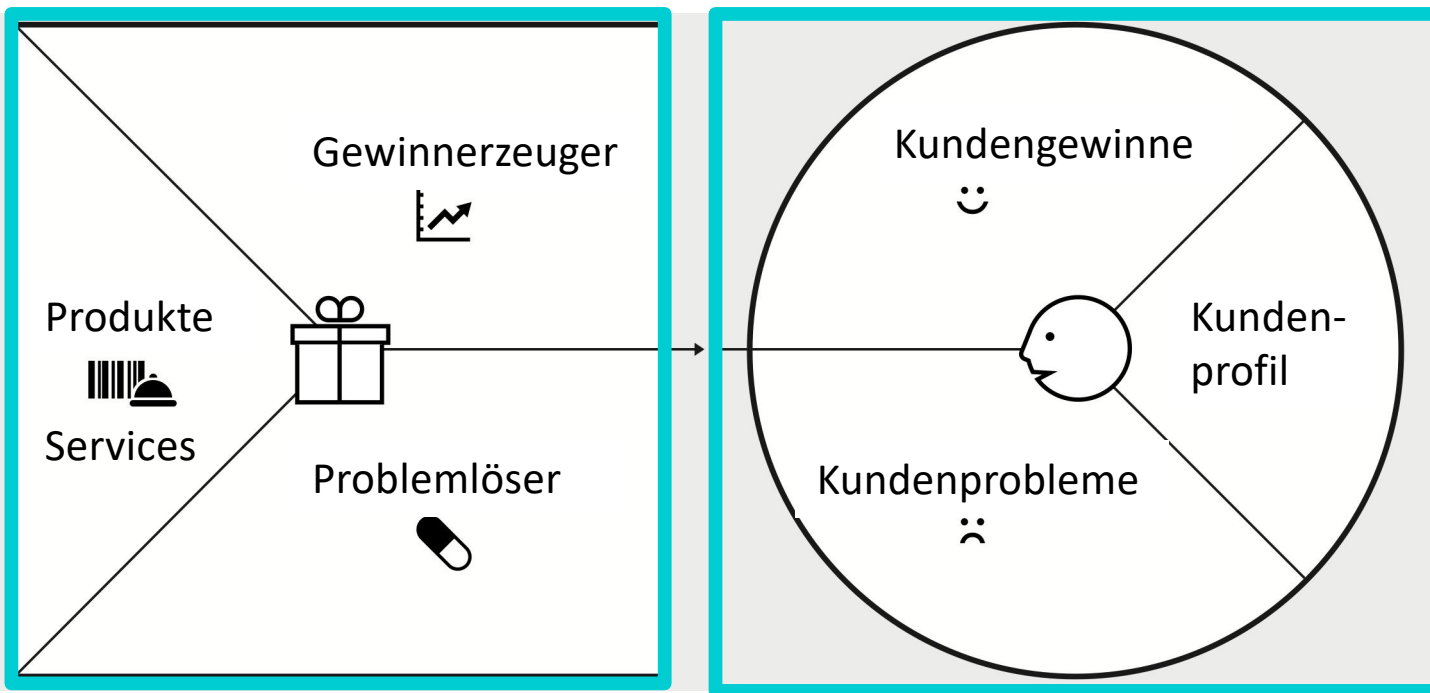
Variable Preise:

Preisverhandlungen
Ertragsmanagement
Echtzeitmarktwert



Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas

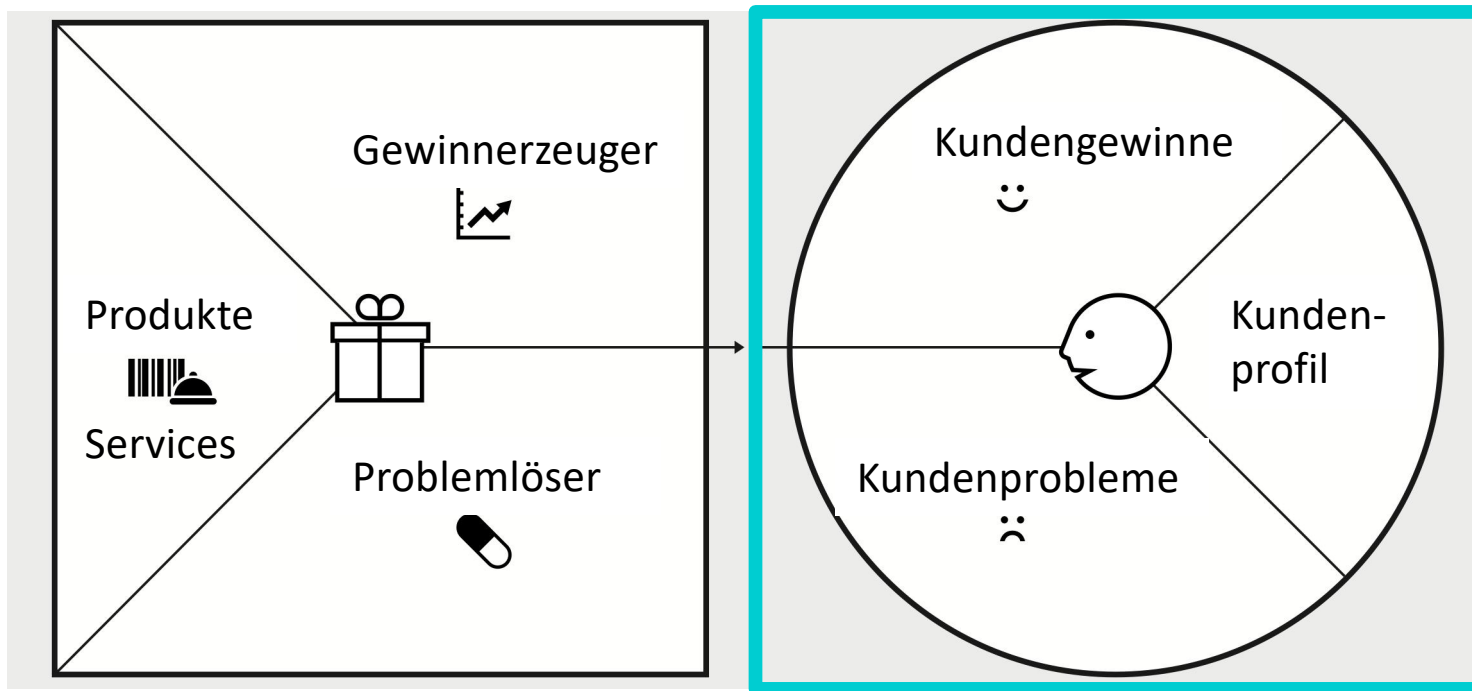


Value Map

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



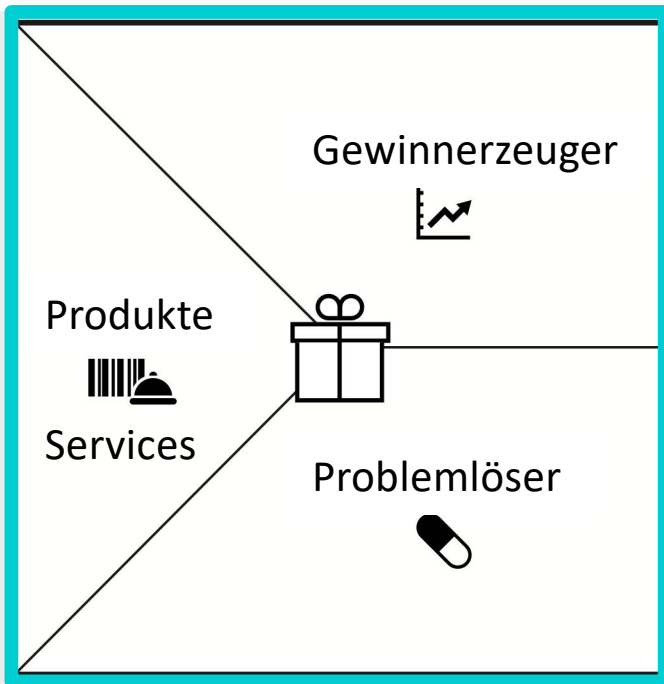
Kundenprofil

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

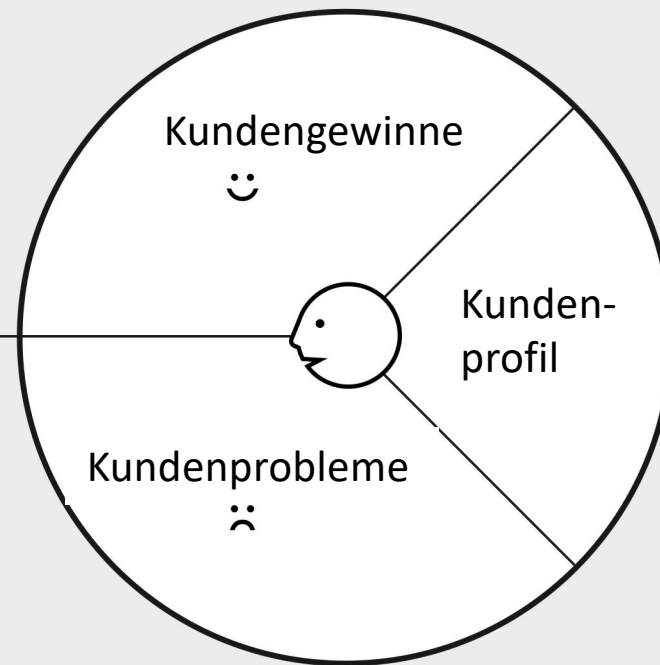
- Kundenaufgabe
- Probleme
- Gewinne

Kundenprofil

Value Proposition Canvas



Value Map



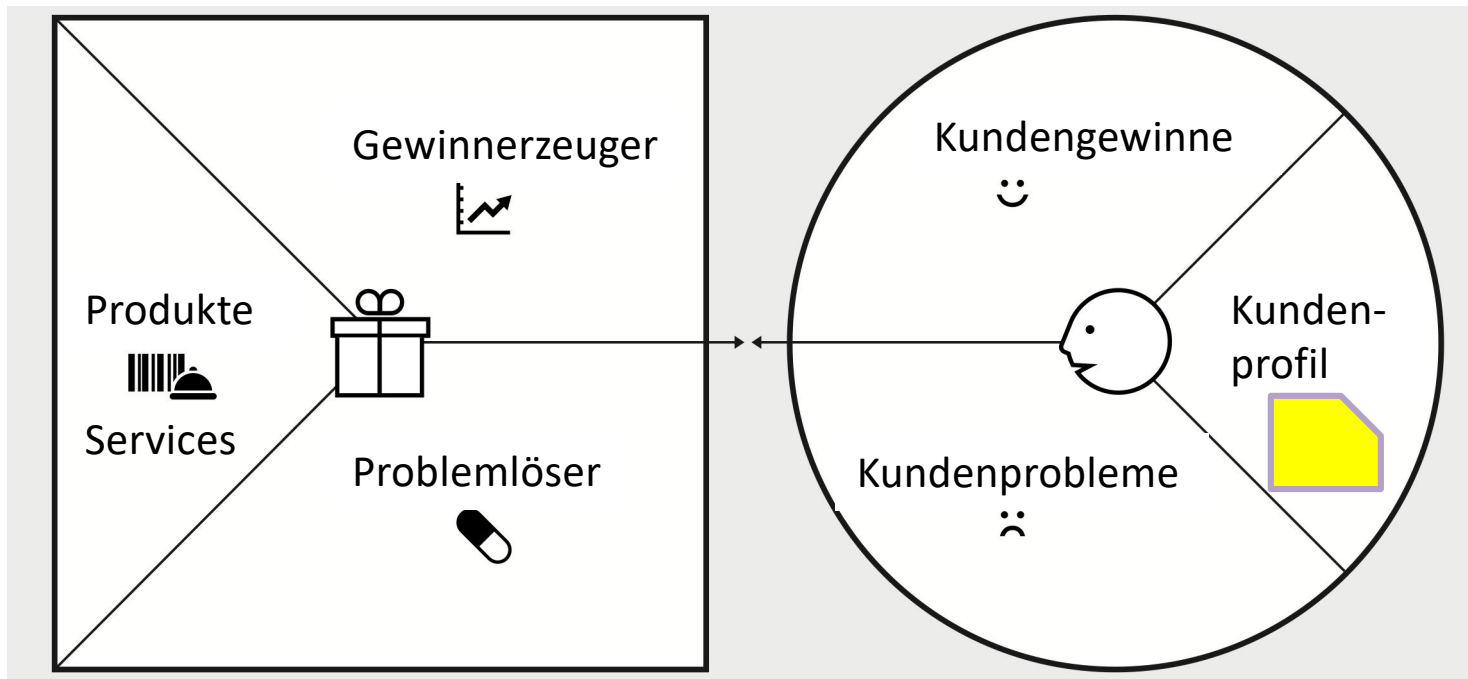
Value Map

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

- Produkte | Service
- Problemlöser
- Gewinnerzeuger

Value Proposition Canvas

Kundenprofil | Aufgaben

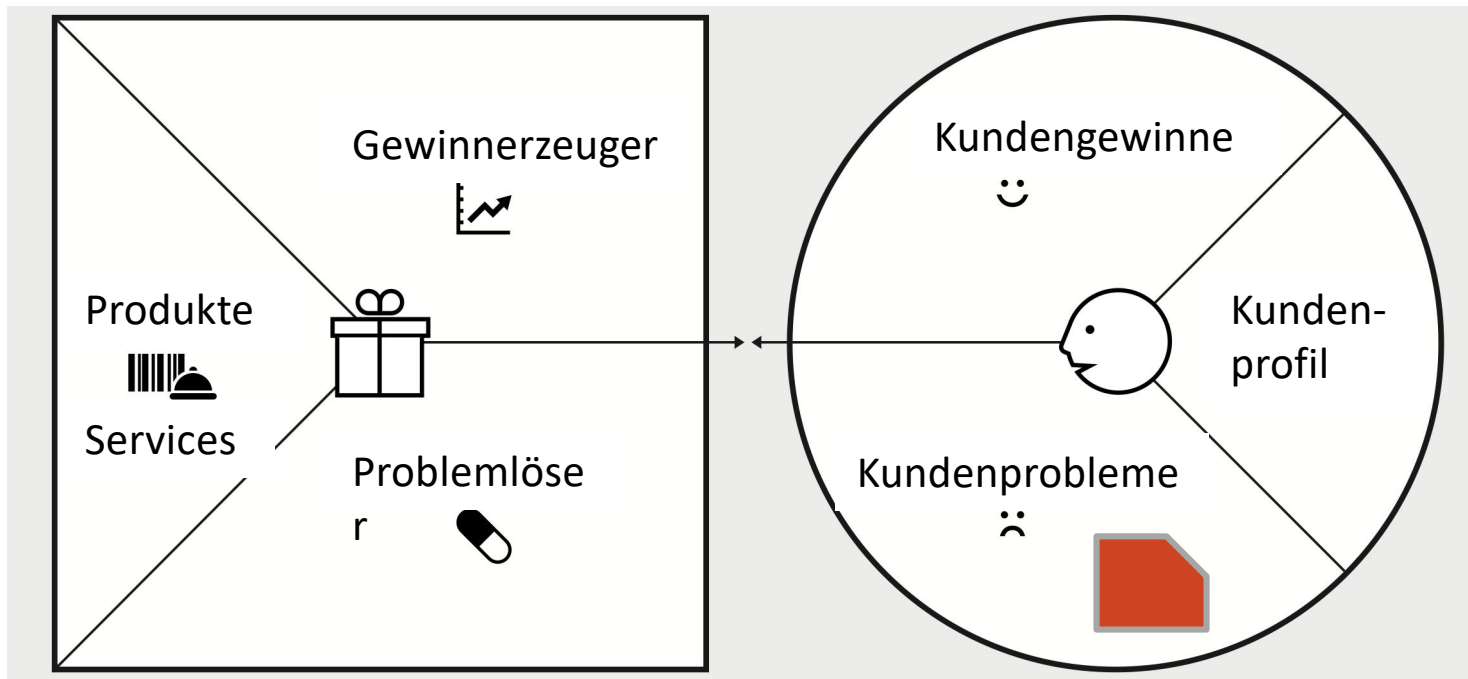


Beschreibe, was das Kundensegment zu erreichen versucht. Es können Aufgaben Probleme oder Bedürfnisse sein.

- 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.

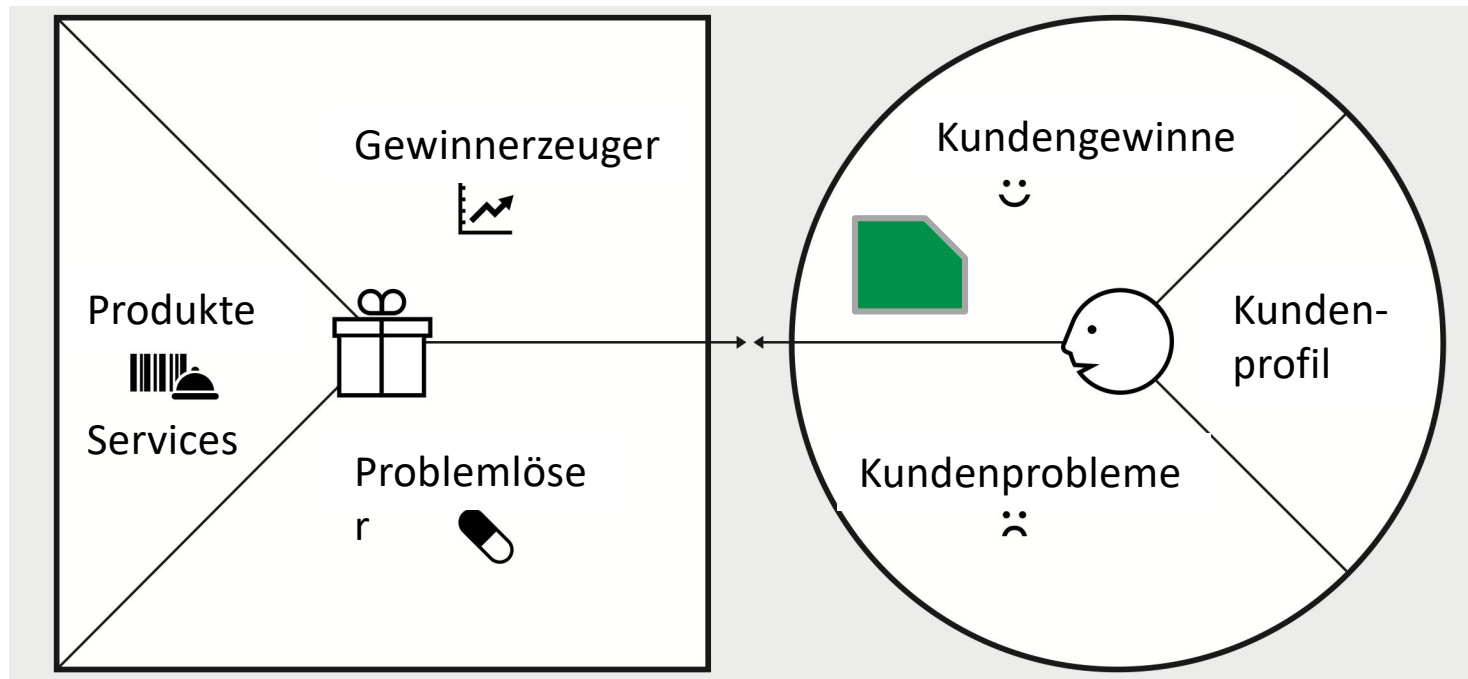
- Unerwünschte Ergebnisse
Schwierigkeiten
- Hindernisse | Risiken
- Ergebnisse zu aufwendig,
zu spät, fehlerhaft
- Zu hohe Kosten
- Imageverlust

Value Proposition Canvas

Kundengewinne



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

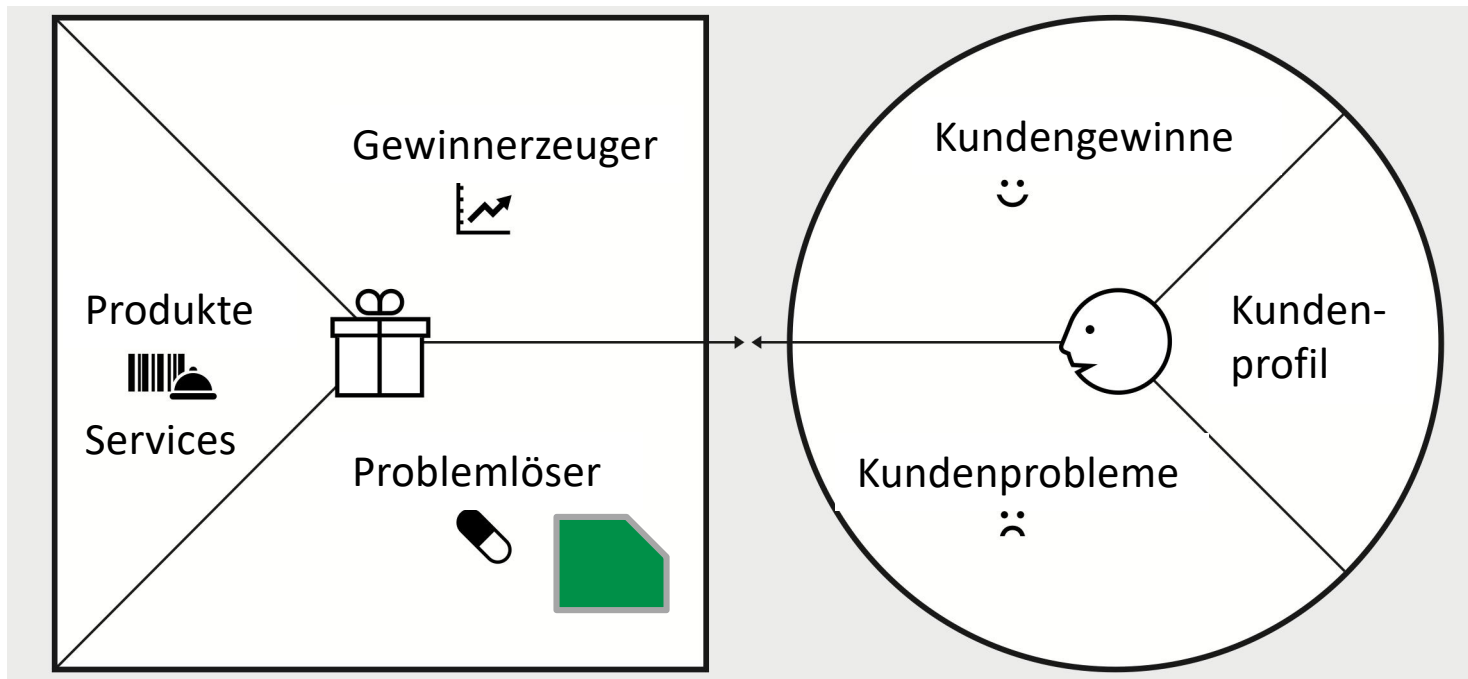


- Ergebnisse, wie z.B. Qualität, mehr oder weniger von etwas
- Macht Spaß oder erleichtert das Leben
- Zentrale Themen
 - Welche Einsparungen werden erzielt?
 - Was erleichtert Aufgaben der Kunden?
 - Was will der Kunde wirklich?

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



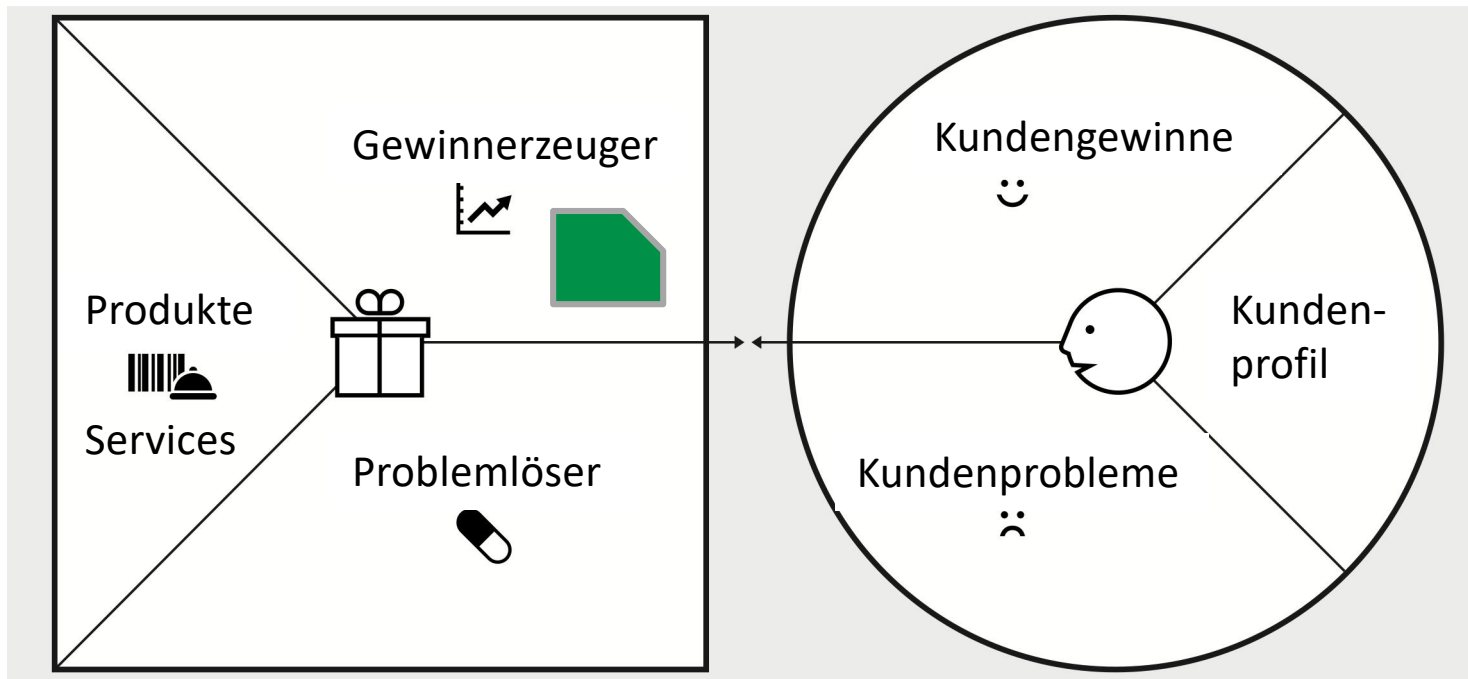
... beschreiben, wie Produkte, Services und Dienstleistungen, die spezifische Kundenprobleme lösen.

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

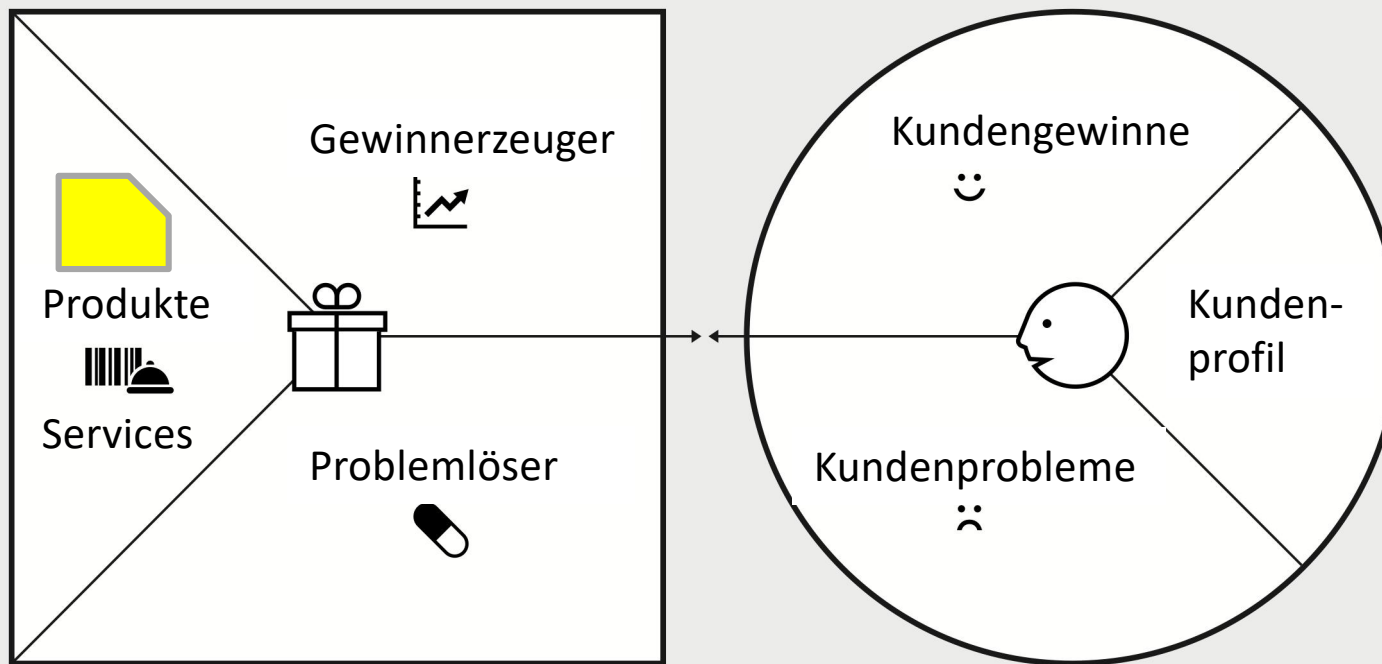
Gewinnerzeuger



- ... 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.

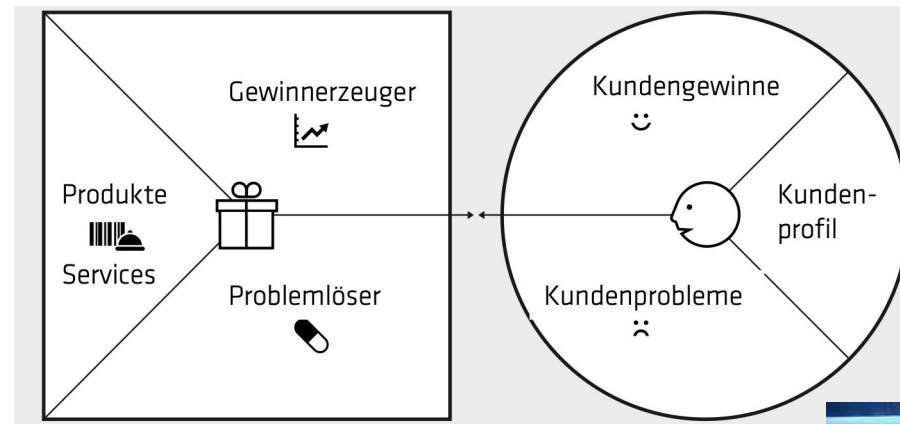
- Waren, Produkte, Logistik
- Dienstleistungen, Services, Verwaltung
- Digitale Leistungen
- Priorisiere die Leistungen in Bezug auf die Relevanz von unverzichtbar bis „nice to have“

Value Proposition Canvas



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

Value Proposition Canvas

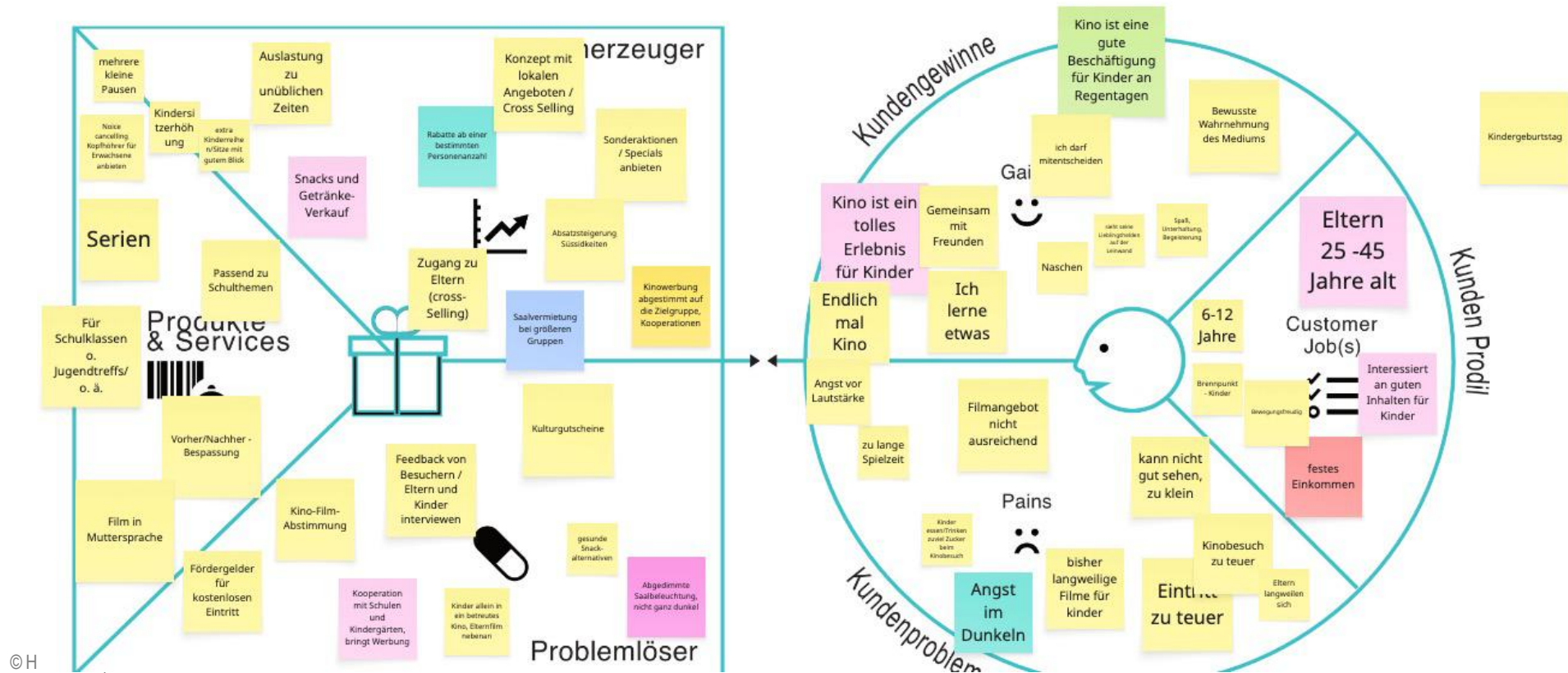


- 1) Kinobesuch mit Kindern (freier Nachmittag)
- 2) Kinobesuch von Paaren (Partnerabend)



Kinder

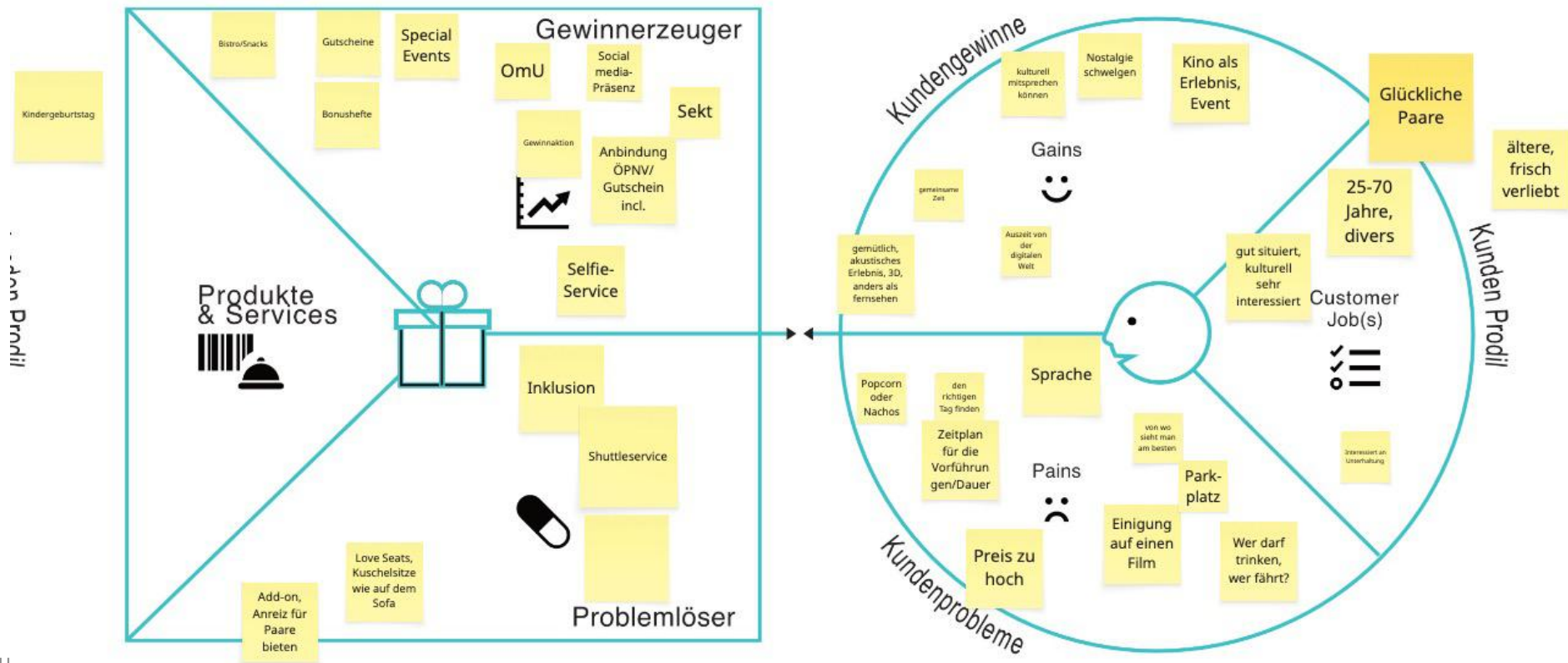
Value Proposition Canvas





Paare

Value Proposition Canvas





Role Model Canvas

Role Model Canvas



Methode

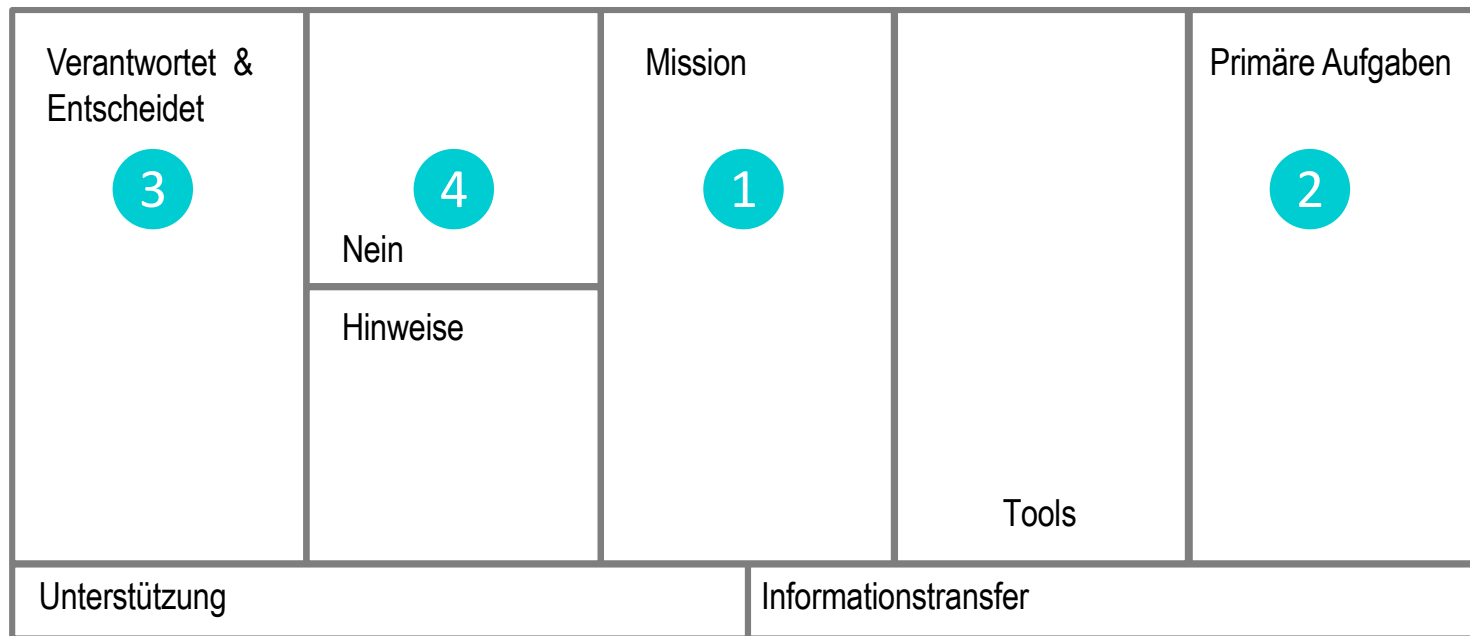
Die Role Model Canvas ist eine Methode, die eingesetzt wird, um die Rollen und Verantwortlichkeiten innerhalb eines Teams oder einer Organisation klar zu definieren und zu gestalten.

- Rolle
 - Diese Methode hilft, Klarheit über die Erwartungen, Verantwortlichkeiten und erforderlichen Fähigkeiten einer Rolle zu schaffen..
- 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.

Role Model Canvas



Du findest die Aufgabe in deinem Board: Agile Journey



- Mitarbeiter für die digitale Transformation fit machen“
- Mit artgerechter, wirtschaftlich rentabler Tierhaltung hochwertige Lebensmittel für zur gesunden Ernährung unserer Kunden beitragen.

Role Model Canvas



Du findest die Aufgabe in deinem Board: Agile Journey

Verantwortet & Entscheidet	■ Rolle	Mission	Tools	Primäre Aufgaben
	Nein			
	Hinweise 8			
Unterstützung 5		Informationstransfer 6		

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?

Pause

17.00 Uhr



Was planst du, in den Mittelpunkt deiner Agilen Journey zu stellen – was soll verbessert werden?



Tauscht euch in den Kleingruppen aus.
Jeder hat 5 Minuten seine Geschichte zu erzählen.



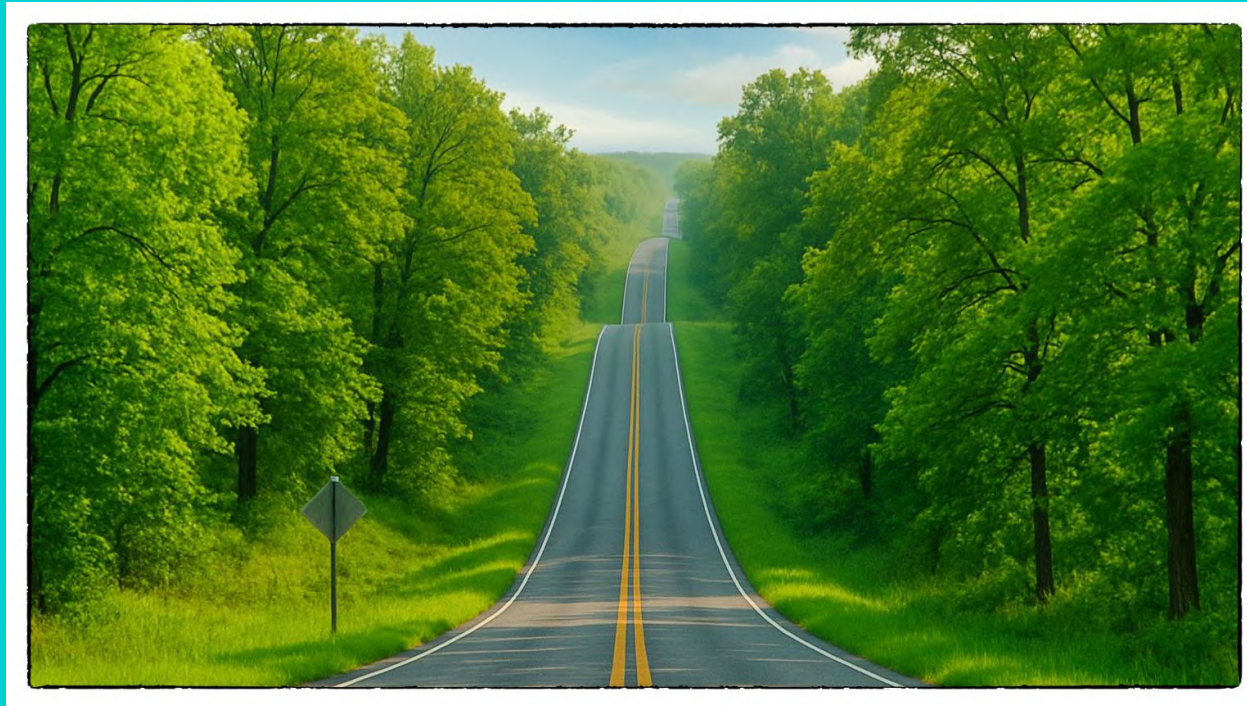
Pause

18.20 Uhr

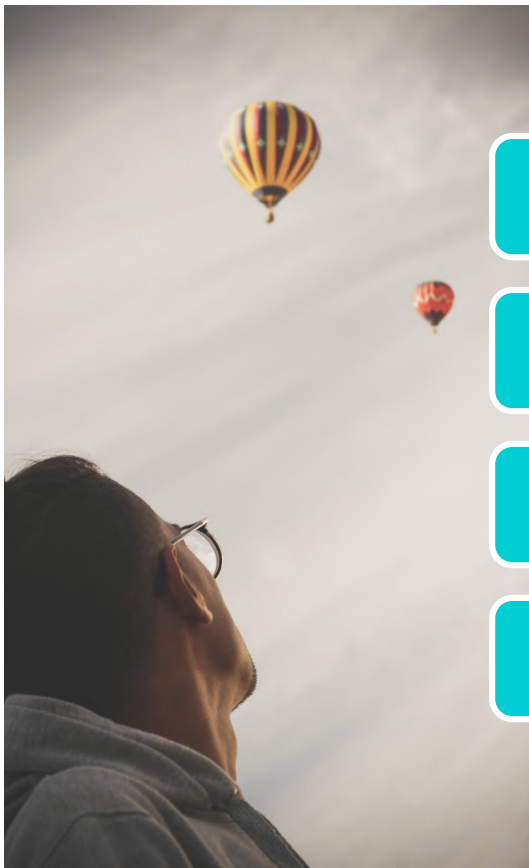


Agile Journey

NEW WORK



New Work



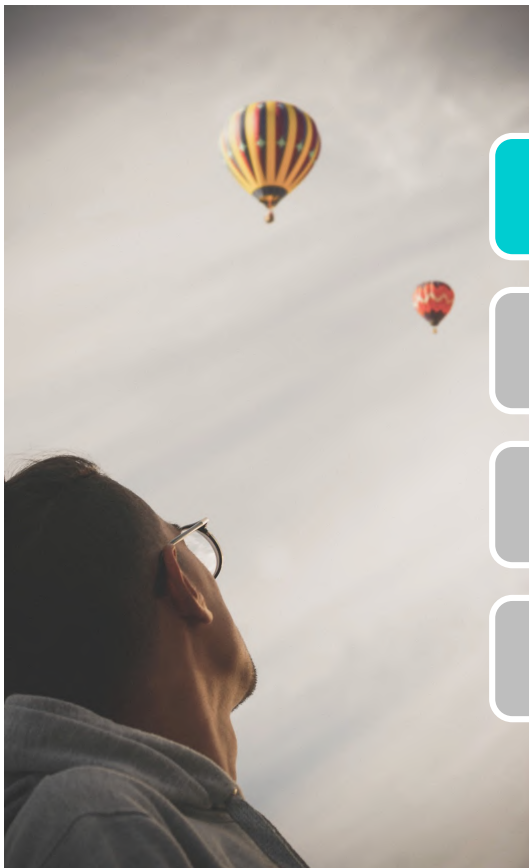
Unternehmenskultur

HR

Arbeitsumgebung

Digitalisierung

New Work



Unternehmenskultur

HR

Arbeitsumgebung

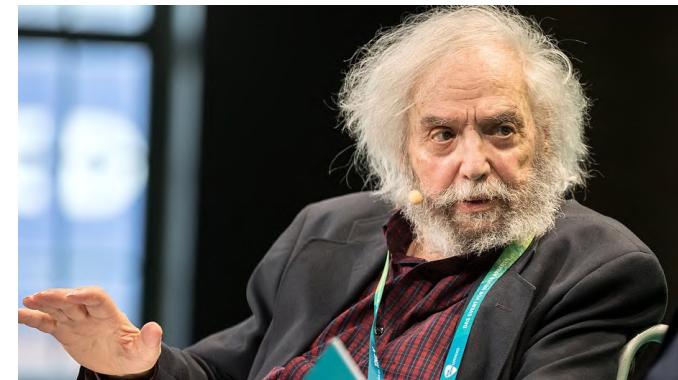
Digitalisierung

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

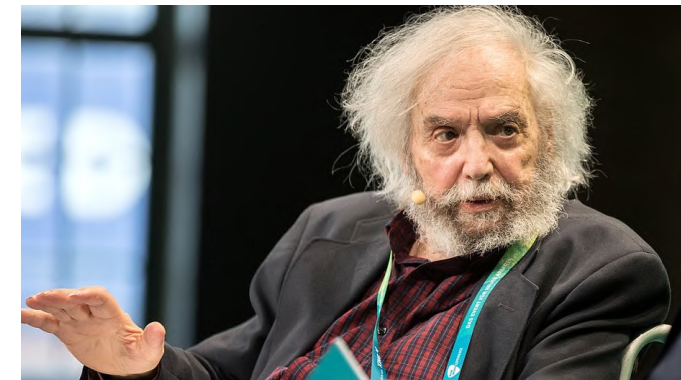
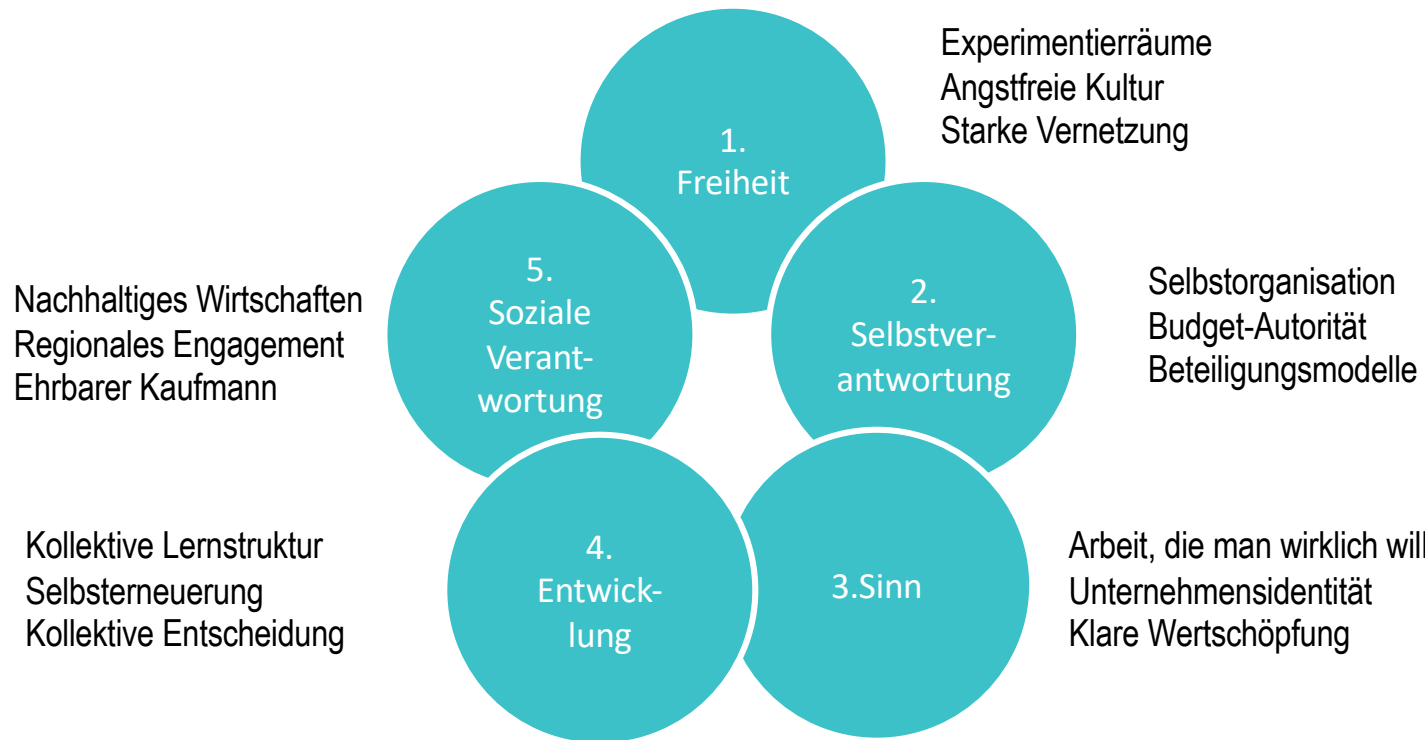
“Arbeit, die man wirklich will”

"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.



Transparenz

Überprüfung

Anpassung

Selbstverpflichtung

Mut

Fokus

Offenheit

Respekt

Fairness

Vertrauen

Wertschätzung



AGILER
MINDSET

Agile Journey

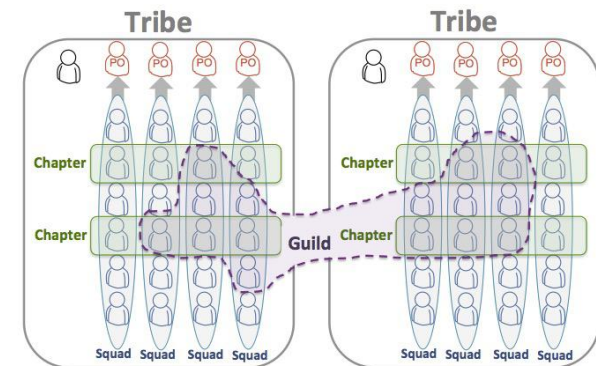
Im eigenen Verantwortungsbereich aktiv gestalten



Hierarchische Organisation



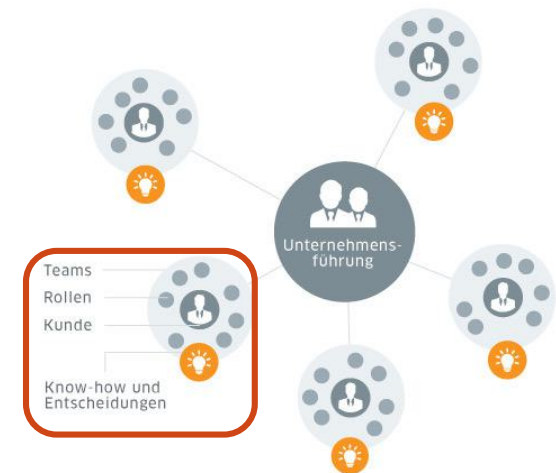
Unternehmensorganisation
& -kultur neu ausrichten



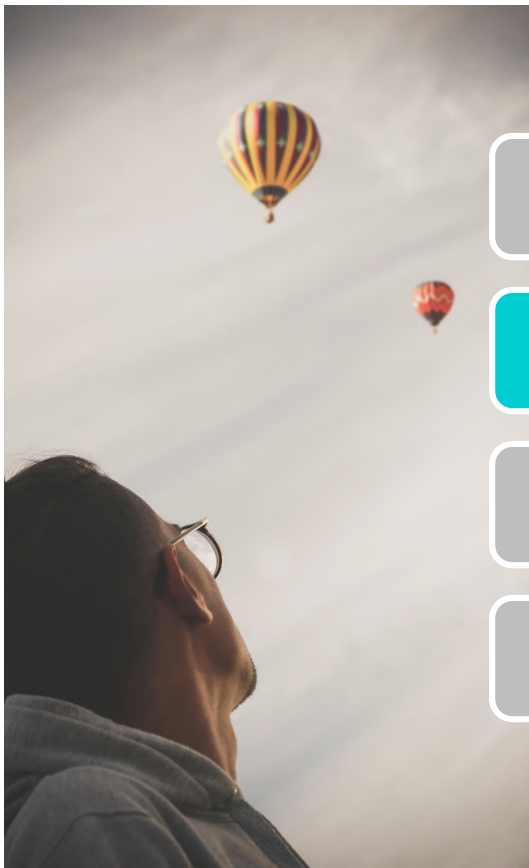
Agile Organisation



Agilität im Arbeitsalltag
in einer lernenden Fehler-, &
Feedbackkultur **AKTIV GESTALTEN**



New Work | HR



Unternehmenskultur

HR

Technologie

Digitalisierung

New Work | HR-Report



- Fachkräftemangel
- Kaum Lehrlinge zu finden
- Wettbewerb um High Potentials
- Selbstwirksamkeit und Führung in agilen Organisationen





- Werte im Einklang
- Bindung zum Arbeitgeber hat geringeren Stellenwert
- Arbeit muss Spaß machen
- Flexible Arbeitsmodelle
- Selbstverwirklichung statt Führung
- Leben mit neuen Technologien und mit dem Handy
- Nicht nur eine andere Sprache:
 - Woke (soziale und politische Bewegungen)
 - Ok Boomer (als negativ herablassend empfunden)



Generationen im Überblick



	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familienorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3 %	33 %	35 %	29 %	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangsloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
Typisches Produkt	 Auto	 Fernseher	 PC	 Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	 Brief	 Telefon	 E-Mail und SMS	 Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
Bevorzugte Kommunikation	 Face-to-Face Meetings	 Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	 Text Messaging oder E-Mail	 Online und Mobile (SMS)	 Facetime

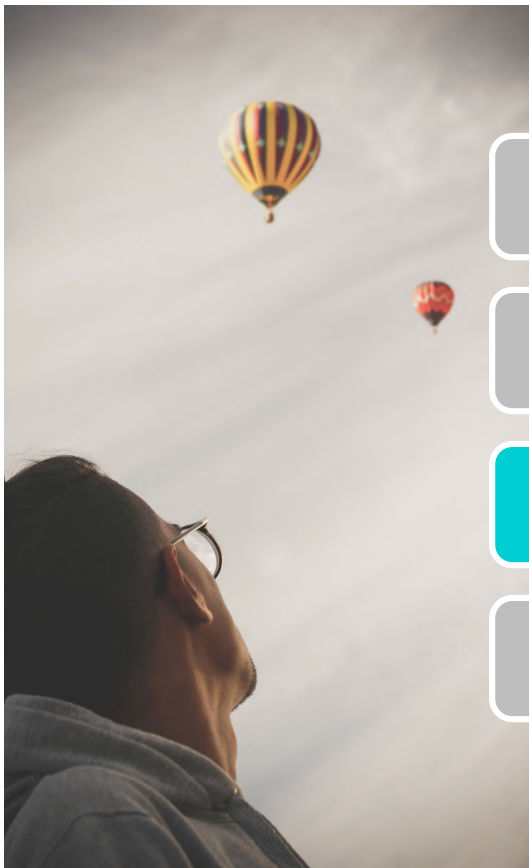
Generationen

Unterschiedlichkeit



	Baby Boomer	Generation Y X
Work Live Balance	„Leben, um zu arbeiten“	„Arbeit ist nur ein Teil des Lebens“
Jobstabilität	Suchen Jobstabilität und Sicherheit	Haben kein Problem mit Jobwechsel
Job Erwartung	Respektieren Autorität Erwarten Belohnung für gute Arbeit	Stellen Autorität in Frage Wollen sofortige Belohnung Fordern Veränderung und Spaß
Technologie	Als Erwachsene angeeignet	Fühlen sich in ihrem Element

New Work | HR



Unternehmenskultur

HR

Arbeitsumgebung

Digitalisierung

Gestaltung der Arbeitsräume

Share & Discuss | Accomplish | Think Worspace | Converse workspace



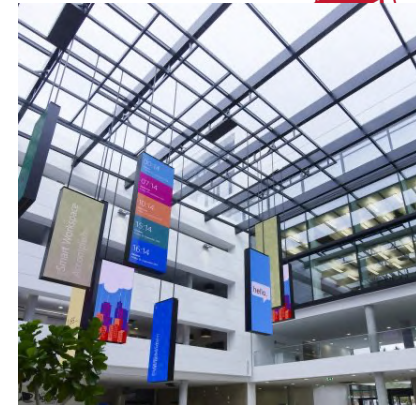
Share & Discuss

Accomplish



Gestaltung der Arbeitsräume

Share & Discuss | Accomplish | Think Workspace | Converse workspace

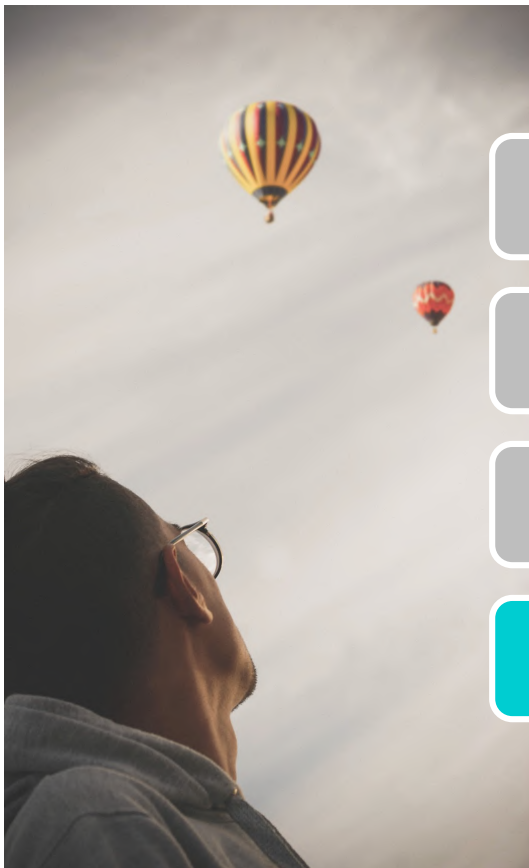


Converse Workspace

Think Workspace



New Work | Digitalisierung



Unternehmenskultur

HR

Arbeitsumgebung

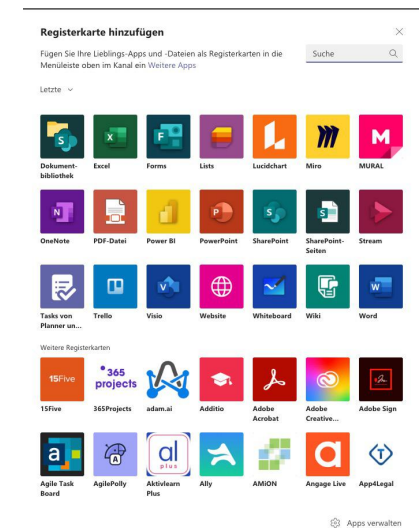
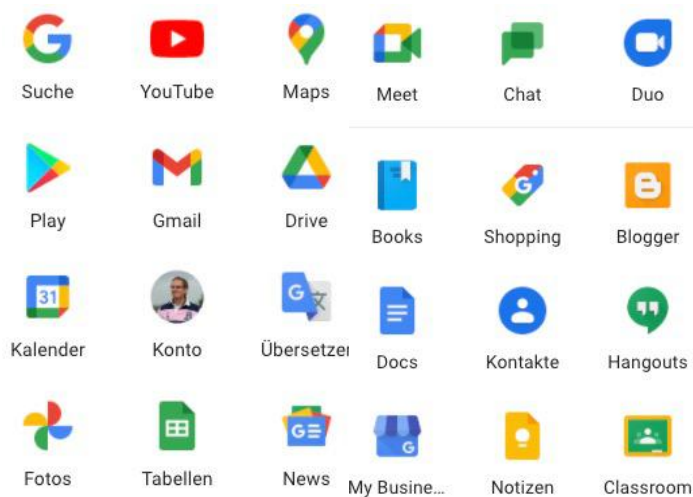
Digitalisierung

Digital Workspace



Jederzeit und überall

- Ortsunabhängiges Arbeiten in der Cloud oder durch Zugriff auf Unternehmensserver, beispielsweise per VPN
- Keine Versionierung mehr, da nur noch eine Zentrale Quelle gepflegt wird. Gleichzeitiges Arbeiten in Dokumenten

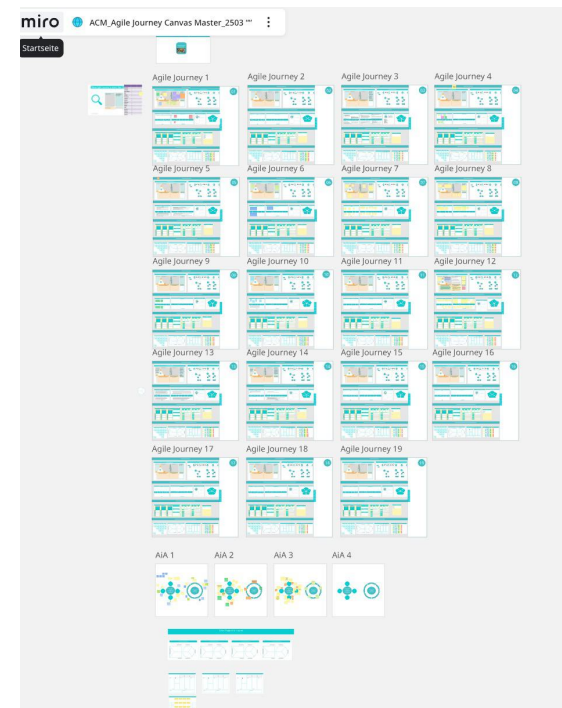
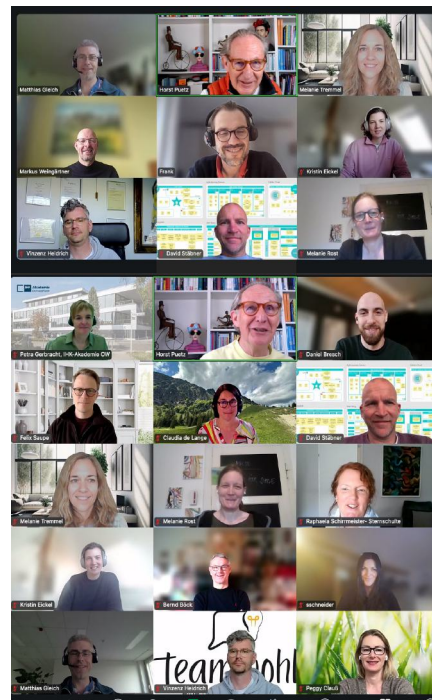


Digital Workspace



Online zusammenarbeiten

- Ortsunabhängiges Arbeiten in der Cloud oder durch Zugriff auf Unternehmensserver, beispielsweise per VPN
- Keine Version Situierung mehr, da nur noch eine Zentrale Quelle gepflegt wird. Gleichzeitiges Arbeiten in Dokumenten
- Nutzen von Videokonferenzsystemen | Professionellen Online Whiteboards (Miro | Cenceptboard, etc)

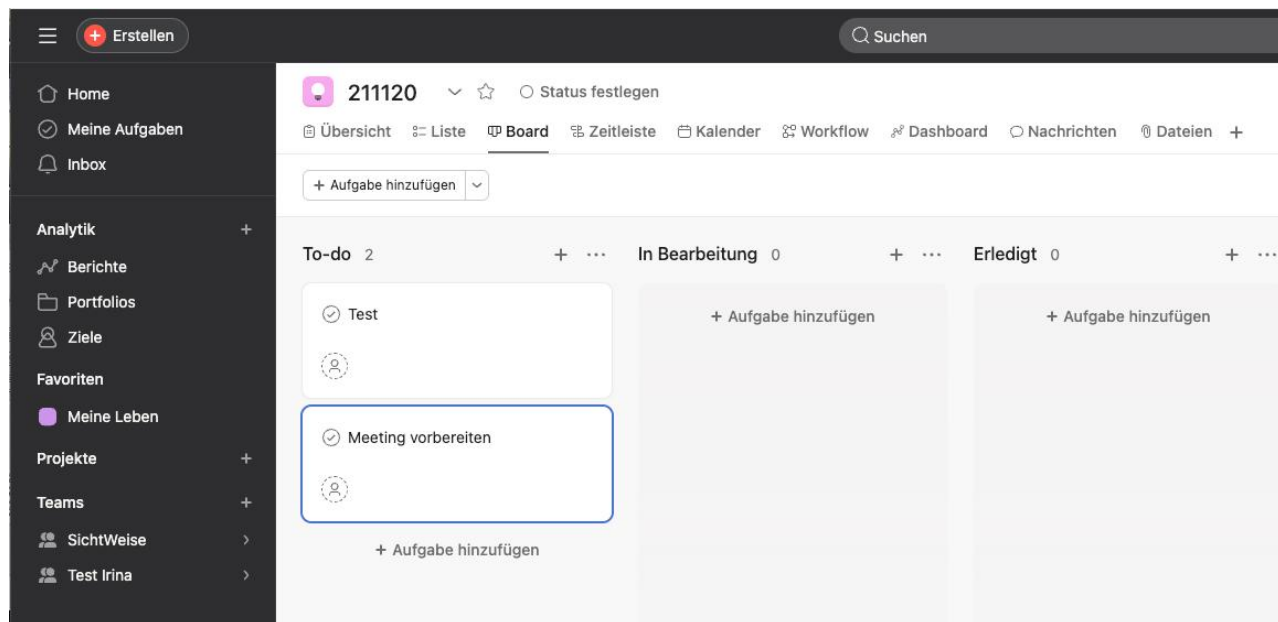


Digital Workspace



Transparenz | Autonomes Arbeiten

- Ortsunabhängiges Arbeiten in der Cloud oder durch Zugriff auf Unternehmensserver, beispielsweise per VPN
- Keine Version Situierung mehr, da nur noch eine Zentrale Quelle gepflegt wird. Gleichzeitiges Arbeiten in Dokumenten
- Nutzen von Videokonferenzsystemen | Professionellen Online Whiteboards (Miro | Cenceptboard, etc)
- Transparenz und autonomes Arbeiten durch Aufgaben Übersicht und Kanbanboards, beispielsweise Asana, Jira. etc.



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

Digital Kompetenz

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.berufsorientierungsprogramm.de/de/digitale-kompetenzen-erfassen-2545.html>

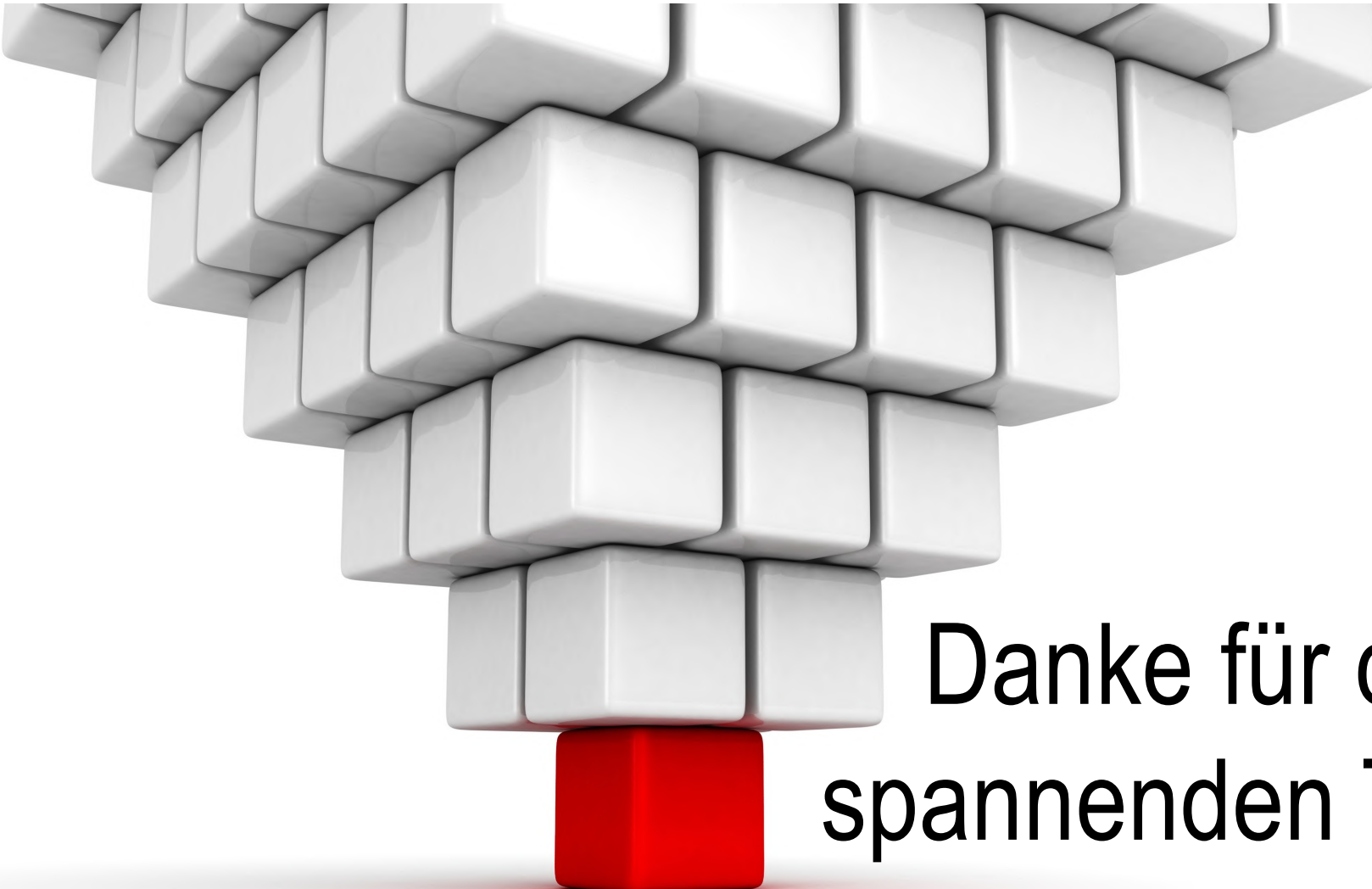
DigComps Test [Kostenpflichtig]
<https://testcenter.gepedu.de/?tid=1937&varizu=pla>

Digital Kompetenz



DigComps 5 Key Faktoren und 21 Kompetenzen

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



Danke für den
spannenden Tag