



## DAS THEMA DES MONATS

### „Die 6-C-Strategie“

#### Mindset und Ziele neu ausrichten

Wir alle sind in der sogenannten „VUCA-Welt“ inzwischen mehr oder weniger zu Hause. Darin geht es schon darum, das sichere Terrain unserer Komfort-zone und der 100-Prozent-Lösungen zu verlassen und sich auf Unsicherheiten und Neuland einzustellen. Die Digitalisierung wirkt nun noch als Katalysator dieser Innovationsprozesse und führt zu Umbrüchen in Organisation, Produktion, Produkten und Dienstleistungen. Neue Ressourcen erschließen sich und völlig andere Geschäftsmodelle tauchen auf. Haben Sie sich und Ihr Unternehmen schon einmal gefragt, was passiert, wenn Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung am Markt nicht mehr gefragt ist oder Sie von einem innovativen und flexiblen Start-Up rechts überholt werden? Oder gehören Sie zur Museumskultur von Teilen der deutschen Industrie, wo man jetzt langsam begriffen hat, dass z.B. der Verbrennungsmotor ein Auslaufmodell ist. Testen Sie doch mal Ihre aktuelle Situation mit unserem Fragenkatalog (auf der Homepage). Der erste Schritt zur Besserung ist also die

#### Kontakt

#### now bildungsmanagement

Nowoczin & Partner  
Unternehmensberater  
Am Seeblick 77  
D-40627 Düsseldorf  
Tel.: + 49 151 5618 0473

[team@now-bildungsmanagement.de](mailto:team@now-bildungsmanagement.de)  
[www.now-bildungsmanagement.de](http://www.now-bildungsmanagement.de)

Bereitschaft, ausgetretene Pfade – zunächst vielleicht nur einmal gedanklich – zu verlassen. Wenn Sie zögern, dann lesen Sie den ganzen Artikel. Wenn das alles „neumodischer Kram“ ist, dann machen Sie getrost weiter wie bisher. Sie werden sehen, wie lange es noch geht. Wenn Sie allerdings bereit sind, Veränderungen zu erkennen und zu verstehen, wenn Sie Ihre bisherige Strategie nicht als in Stein gemeißelt betrachten, dann machen Sie sich mit Sensing, Seizing, Pitching (und gern auch mit uns) auf den Weg. Das heißt:

sechs mal C (siehe Kästchen) denken und handeln \* proaktiv statt reaktiv \* mehr Spiel- und Entscheidungsräume bei den Mitarbeitenden \* Beschleunigerbahnen einrichten, d.h. Freiräume für Kreativität und Innovation - Zufriedenheit mit 80%-Lösungen statt Perfektionismus \* Mut zur Zukunft, statt Trauer über Vergangenes \*

- ✓ **Challenge** (regard a challenge as a chance)
- ✓ **Curiosity** (keep your eyes open and your brain active)
- ✓ **Charisma** (get people empowered and enthusiastic)
- ✓ **Creativity** (ignore any kind of limits)
- ✓ **Communication** (be connected with everyone who is concerned)
- ✓ **Consequence** (make things happen)

-> **Your target: sustainable change!**

\* copy-right by now bildungsmanagement

Integration von Kunden und Wettbewerbern \* kohärente Konzepte und Transfermethoden \* Bildung fördern, statt verwalten. Hammer und Champy formulierten bereits 1994 den Zusammenhang von Mensch-Maschine-Systemen bei der Betrachtung von Prozessen. Dieser Ansatz hat sich mit dem Beginn von Industrie 4.0 bzw. New Work weiter spezifiziert. Mit dem Aufkommen von Stufe 5.0 (lernende Systeme und Verknüpfung mit künstlicher Intelligenz) werden wir bis etwa 2030 eine weitere Digitalisierung und Vernetzung von Produkten, Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodellen – bis hin zur Disruption - erhalten. „Durch die Verbindung von Menschen, Objekten und Systemen entstehen dynamische, echtzeitoptimierte und selbst organisierende, unternehmensübergreifende Wertschöpfungsnetzwerke, die sich nach unterschiedlichen Kriterien wie beispielsweise Kosten, Verfügbarkeit und Ressourcenverbrauch

optimieren lassen.“ (Quelle: Plattform140) – Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, zukünftig scheinbar entgegengesetzte Ziele gleichzeitig zu verfolgen:

- Vorhandenes Wissen ausschöpfen UND neues Wissen suchen.
- Langfristige Strategien verfolgen UND gute Quartalszahlen vorweisen.
- Das Produktportfolio diversifizieren UND sich aufs Kerngeschäft konzentrieren.
- Zeit- und Kostenvorgaben einhalten UND innovative Konzepte entwickeln.
- Den Arbeitsfortschritt kontrollieren UND dabei die Wahl der Wege freilassen.
- Die Mitarbeiter kritisch begleiten UND Wertschätzung äußern.



Diese „Quadrophonie“ benötigen Sie für innovative Prozesse und die Handlungsfähigkeit Ihrer Organisation. Man könnte auch von einer vereinfachten Form eines „agilen Mindsets“ sprechen: die Betroffenen werden zu Beteiligten, alle Visionen, Werte, Ziele sind klar kommuniziert und akzeptiert. Der erforderliche Wissens- und Kompetenzstand ist erreicht oder wird kontinuierlich mit verschiedensten Trainingsmethoden entwickelt, es gibt Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume, Ideen sollen auf den Tisch und dürfen ausprobiert werden. Teilhabe und Erfolg motivieren.

Betrachten Sie also die Herausforderungen als Chance (1. C) und nicht primär als Problem. Seien Sie neugierig auf Lösungen, die Sie heute noch gar nicht kennen. Haben Sie keine Angst vor der Zukunft (und der Digitalisierung), sondern seien Sie gespannt, was da noch kommen wird. Haben Sie ein Smartphone? Können Sie mobil telefonieren? Das hätte vor 40 Jahren niemand geglaubt (2. C). Nur wer selbst für etwas „brennt“ kann andere „anzünden“. Wenn Sie von einer Idee, einem Konzept, einem Lösungsansatz nicht überzeugt sind, werden andere das merken und nur mit angezogener Handbremse folgen (3. C). Denken Sie mal nicht in den Grenzen Ihres Wissens und Ihrer Erfahrungen. Verlassen Sie die Komfortzone des „Haben-wir schon-immer-so-gemacht“. Kreativität ist längst keine Zeitverschwendung mehr, sondern für das Überleben der Unternehmen notwendig. Die „Think-Tanks“ und „Org-Labs“ müssen raus aus den Besenkammern der Unternehmen, das Entwickeln von und Arbeiten an neuen Ideen und Konzepten, Produkten und Dienstleistungen gehört in die Stellenbeschreibung **jedes** Mitarbeitenden (4. C). Connectivity ist nicht alles, aber die Basis von Veränderung und Verbesserung. Nicht einer hat die Fäden mehr in der Hand, sondern alle wissen Bescheid (5. C). Überwinden Sie last but not least den „inneren Schweinehund“ der Unternehmensorganisation. Der flüstert Ihnen nämlich, während Sie über Veränderung nachdenken oder an ihr arbeiten, beständig ins Ohr, dass sie das gar nicht brauchen, dass es auch so geht, dass die Ansätze ja schön waren, aber der Aufwand viel zu hoch, es dauere viel zu lange ... usw. – wenn Sie nicht den Ordner mit nicht umgesetzten Konzepten weiter füllen wollen, dann gilt es von Beginn an eine Umsetzungs- oder Transferstrategie mitzudenken. Was könnte die Umsetzung behindern? Welche Widerstände sind zu erwarten? Wer könnte aus welchem Grund nicht mitziehen? Wieviel Zeit ist realistisch bis zur Zielerreichung? Antizipieren Sie etwaige Stolpersteine und überlegen Sie sich im Vorfeld Antworten und Lösungen. Denken Sie an die zwei „N“: was könnte die Neugier bei den anderen wecken? Und was könnte der Nutzen sein, den sie davon haben mitzumachen (6. C)? Also sollten Sie;

\* -> Veränderungssignale frühzeitig wahrnehmen (Sensing) \* -> schnell und mit möglichst wenig Ressourceneinsatz feststellen, ob sich aus den Veränderungen eine Chance (= Wertschöpfung) ergeben könnte (Seizing) \* -> Lernorientierung stärken, Lern- und Reflexroutinen im Alltag verankern (Pitching) \* Kundenorientiert handeln \* Reagibilität und Handlungsorientierung stärken \* be aware -> be fast -> be active -> be encouraged \* **VIEL ERFOLG!**