

# *KURVEN* **DISKUSSION**

*Unsere liebsten eigenen und geborgten Methoden und Modelle,  
um Digitalstrategien beschreib- und begreifbar zu machen*



*IHRE PROBLEME*  
**HÄTTEN WIR GERN!**

# IHRE PROBLEME HÄTTEN WIR GERN!

Hand aufs Herz. Digitalisierung macht Probleme.

Gut, dass das raus ist, dann können wir ja loslösen.  
Digitale Strategien, Geschäftsmodelle und Kultur  
für den Mittelstand sind unsere Spezialitäten.

New Work ist für all dies das Betriebssystem – die  
Unternehmenskultur als Basis für wirtschaftlichen Erfolg.



Unser New Work ist  
„new“ since 2010.

*PHASE 1*

**AUFMERKSAM MACHEN**



LEISTUNGSFÄHIGKEIT  
DER TECHNOLOGIE

LEISTUNGSGRENZE  
NEUE TECHNOLOGIE

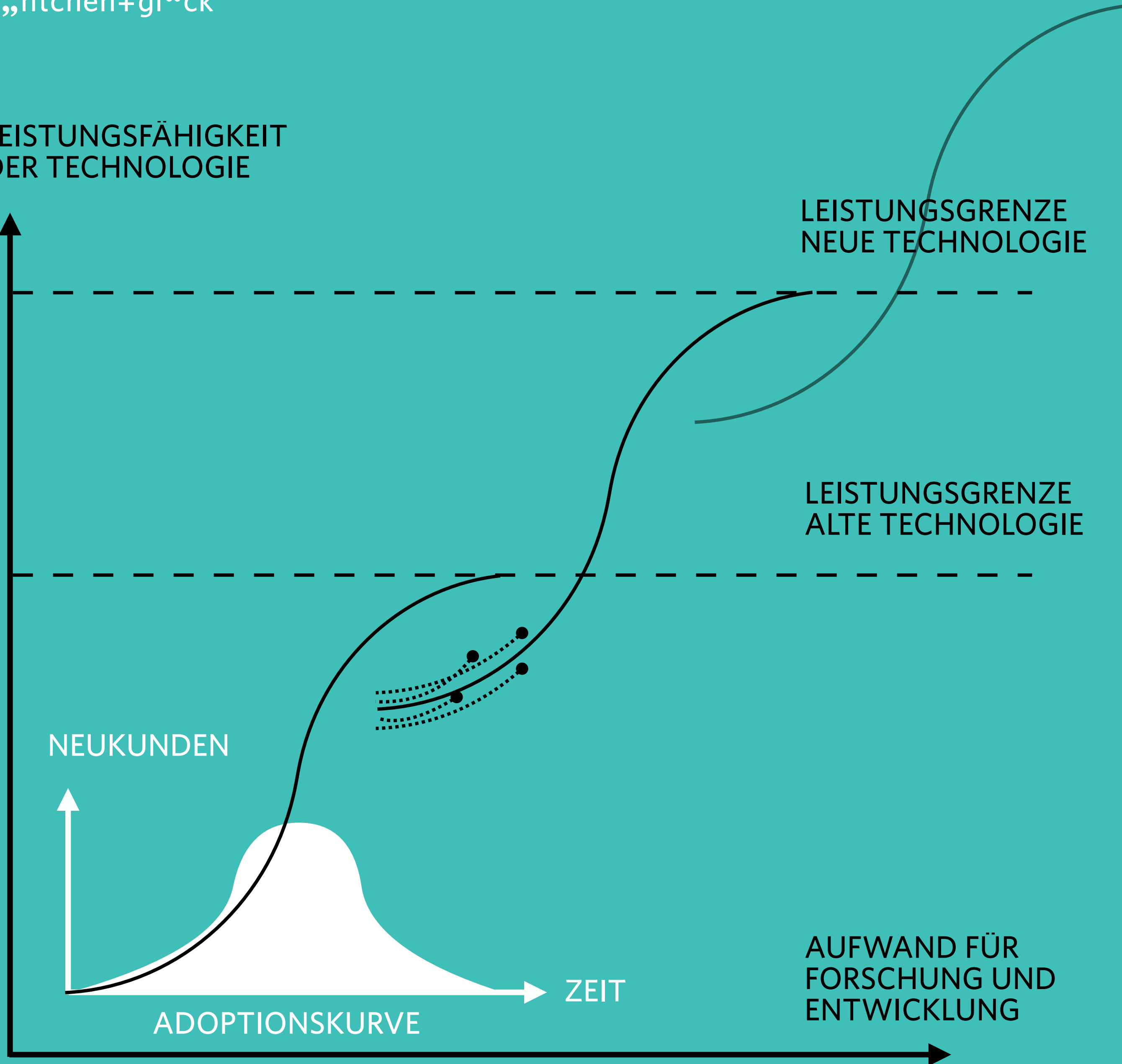
LEISTUNGSGRENZE  
ALTE TECHNOLOGIE

NEUKUNDEN

AUFWAND FÜR  
FORSCHUNG UND  
ENTWICKLUNG

ADOPTIONSKURVE

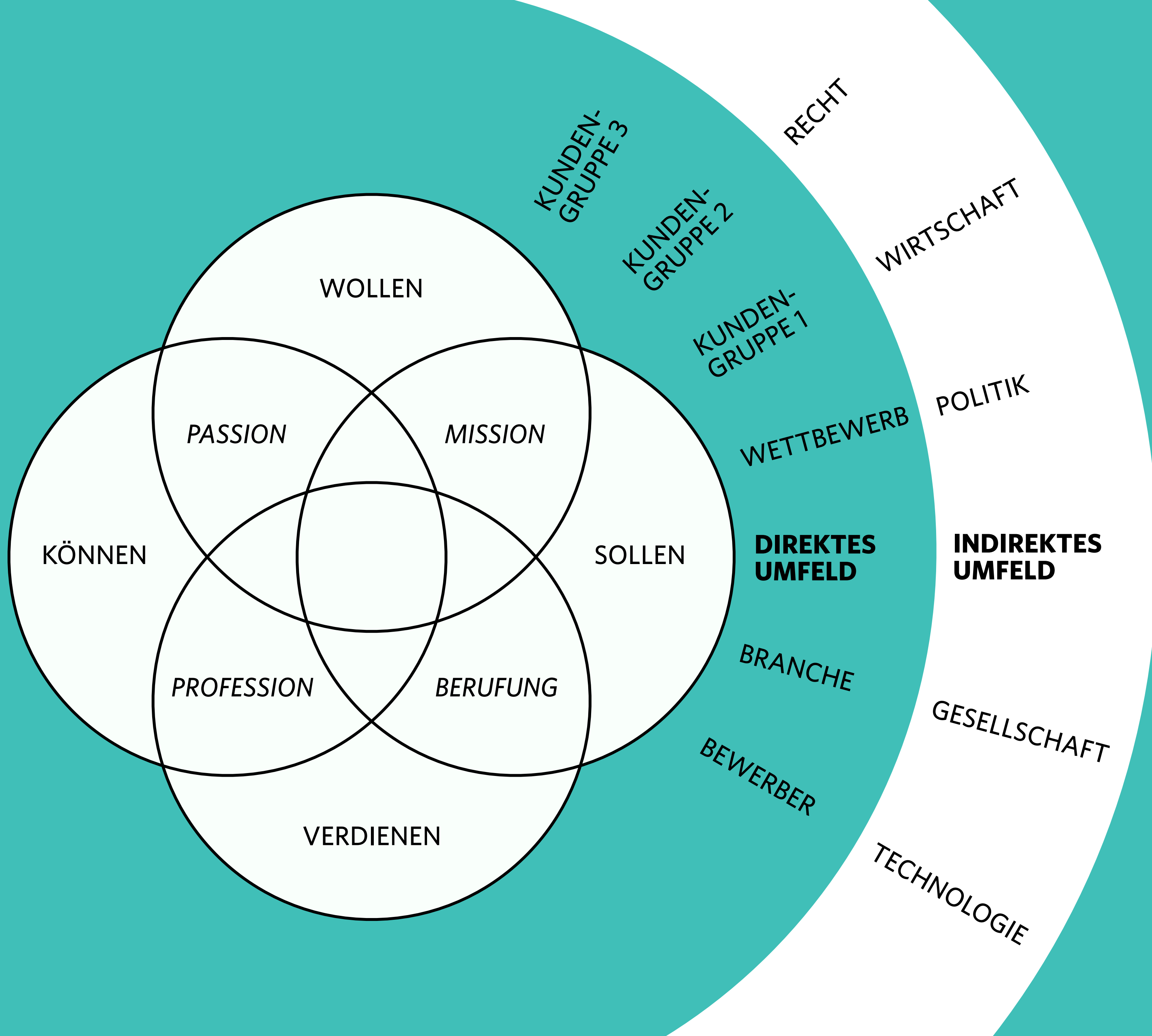
ZEIT



## DIE S-KURVE

*Das S-Kurven-Konzept nach Richard N. Foster (McKinsey) gründet auf dem Technologielebenszyklus-Modell nach Arthur D. Little, wonach sich Technologien einem idealtypischen Lebenszyklus, ähnlich wie Produkte dem Produktlebenszyklus, entwickeln.*

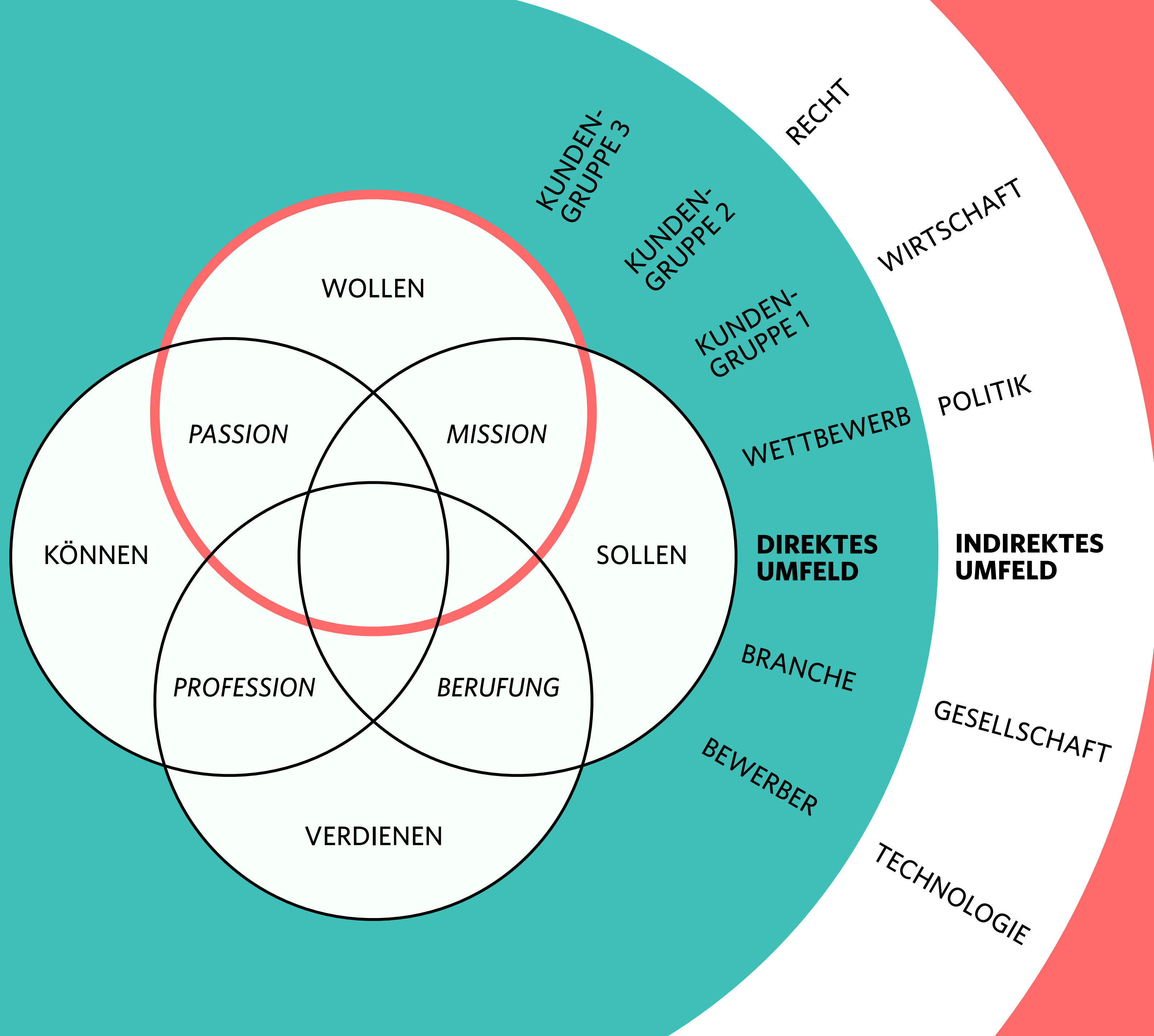
*PHASE 2*  
**ANALYISIEREN**



# DAS GANZE SEHEN

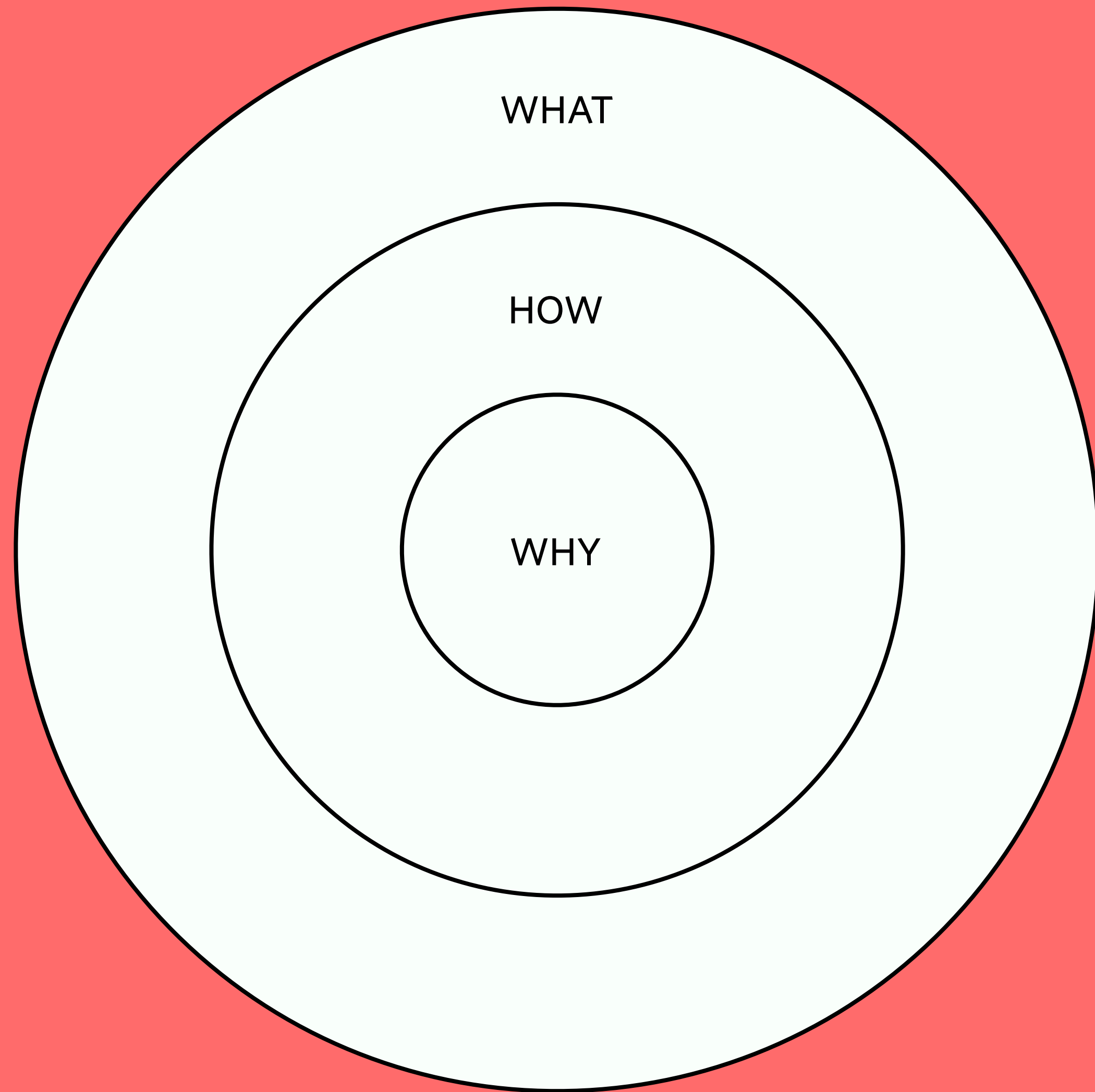
Ikigai (jap. 生き甲斐) ist frei übersetzt „das, wofür es sich zu leben lohnt“. Es gilt die Balance zu finden zwischen dem, was wir gut können, was wir lieben, was die Welt braucht und wofür wir bezahlt werden.





# WOLLEN

Das „Wollen“ ist die Vision der Organisation. Die Antwort auf die Frage „warum“ es existiert und wonach es strebt.

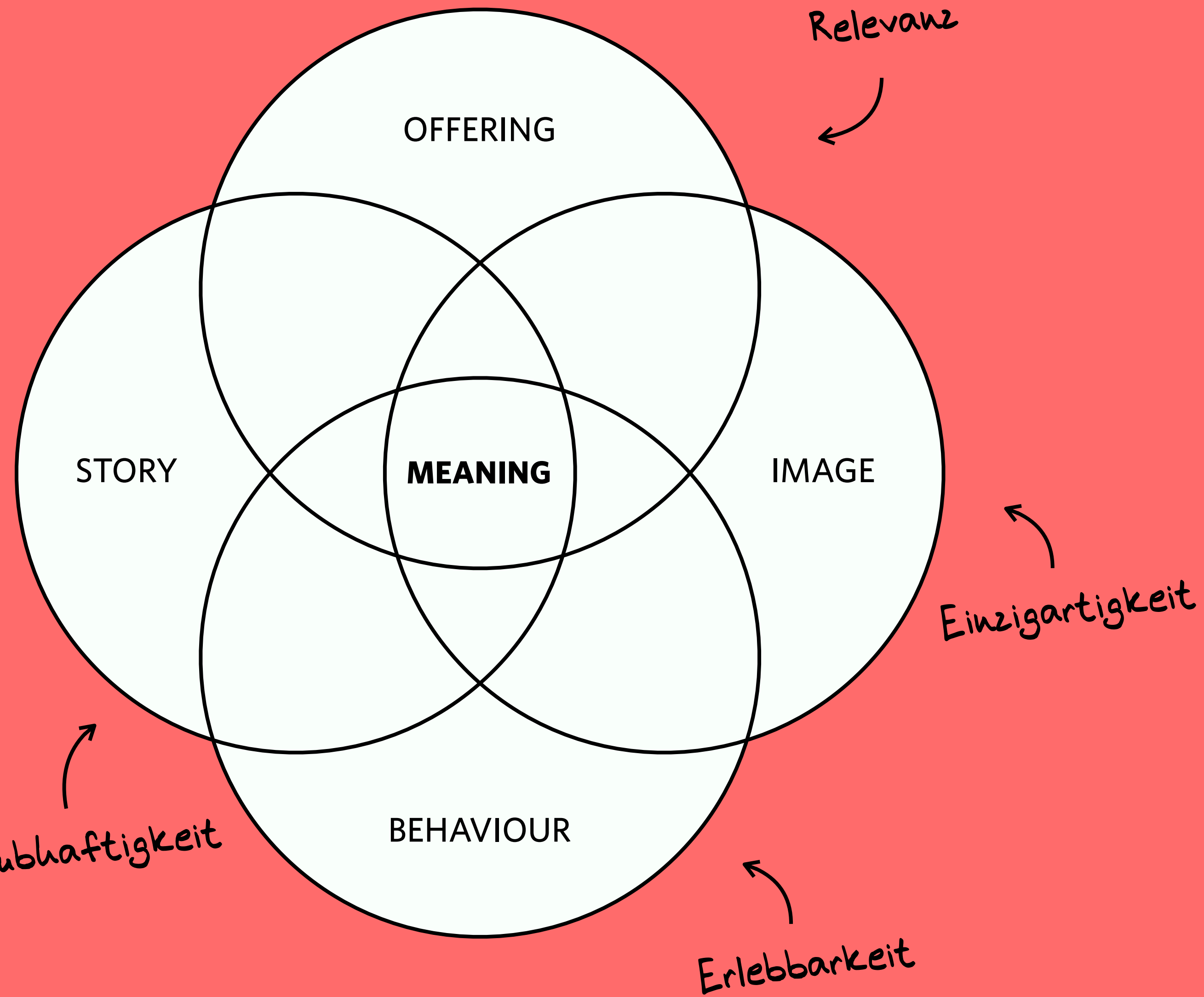


# DER GOLDEN CIRCLE

geborgt von Simon Sinek

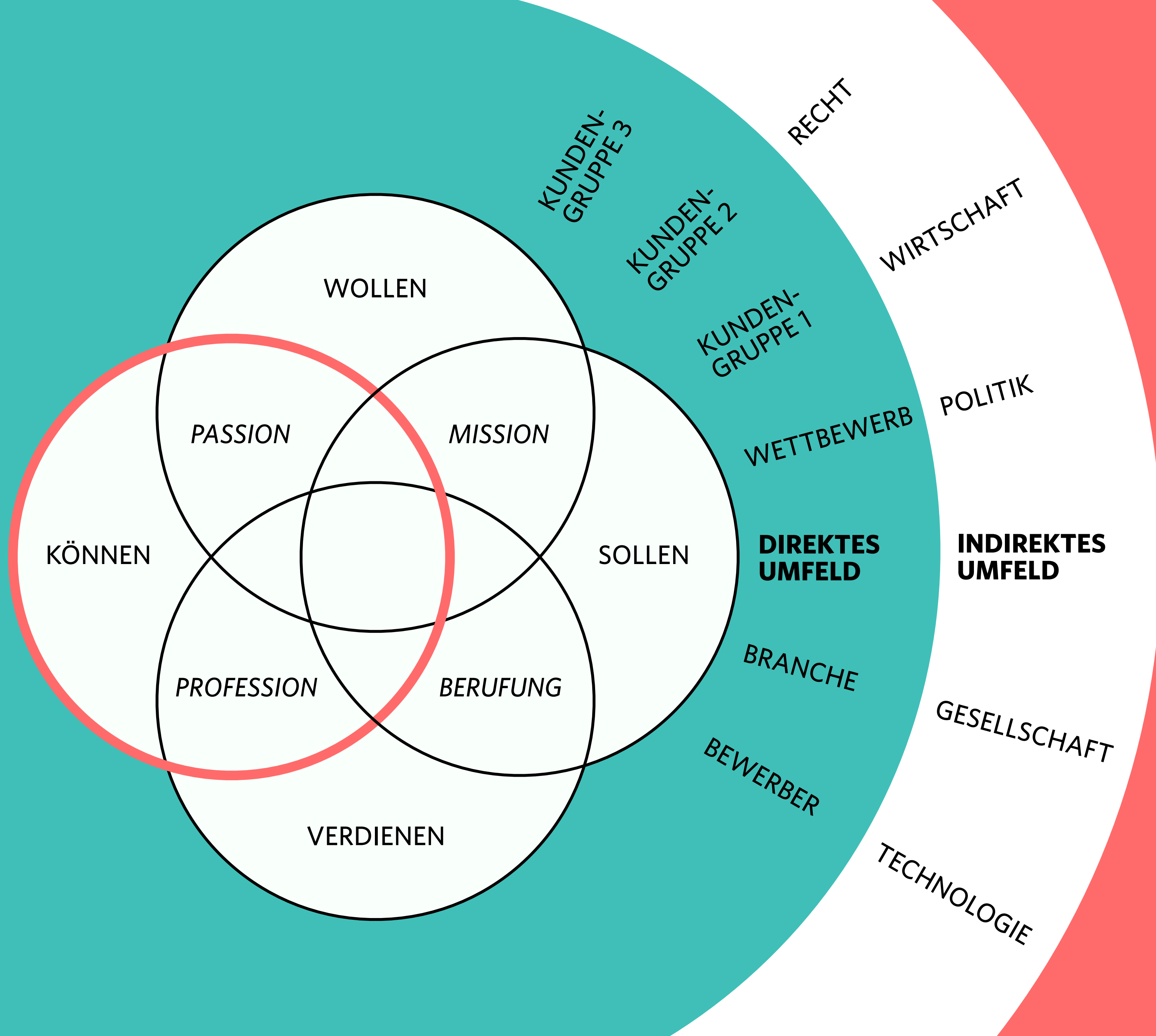


Start with the why!



# BRAND BIOS

geborgt von Marco Spies aus  
dem Buch Branded Interactions



# KÖNNEN

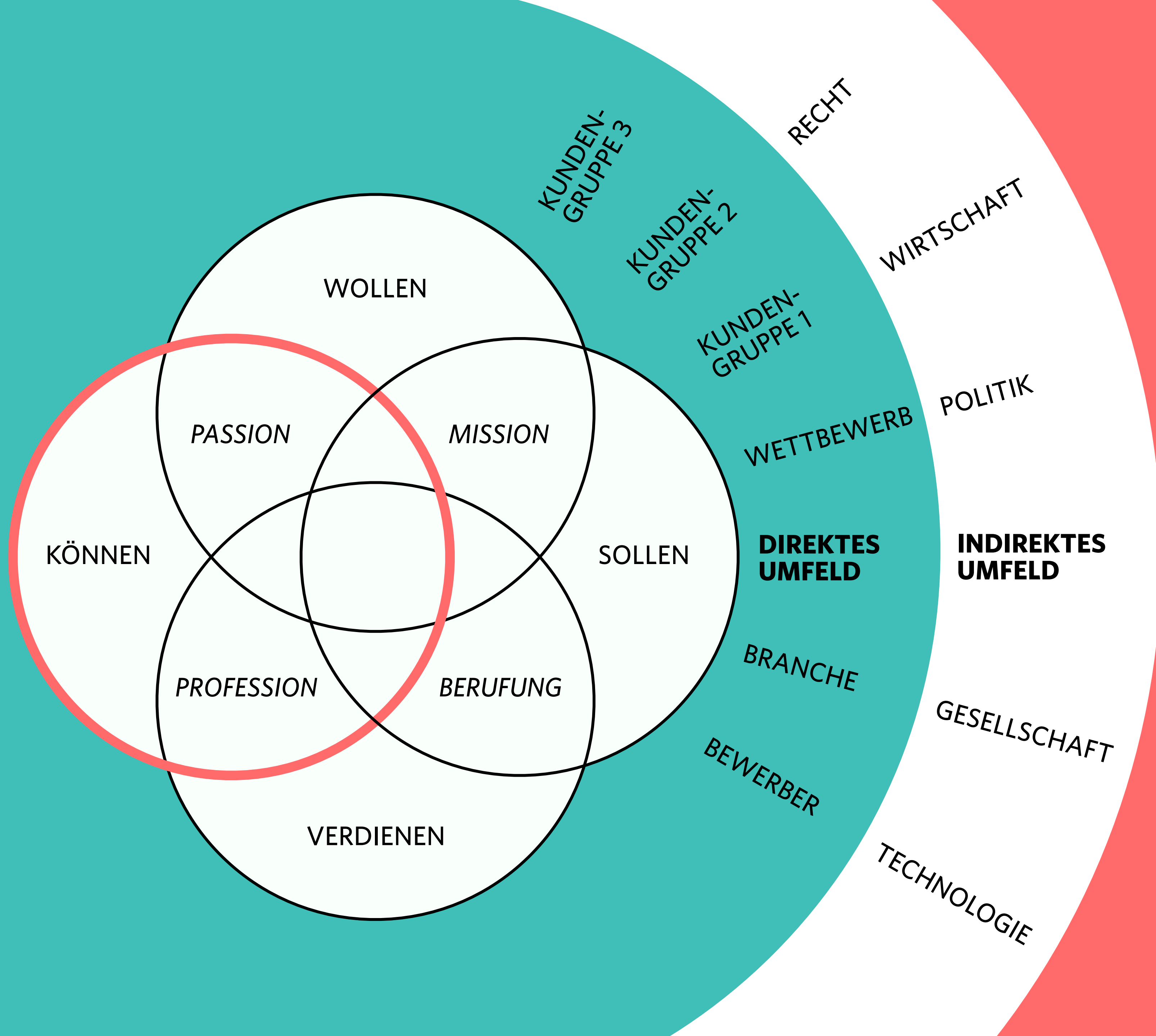
„Innovation Literacy“

- Kultur
- Leadership
- Technologie
- Ressourcen
- Organisation

OUTCOMES
BEHAVIOURS
BLOCKERS

# CULTURE MAP

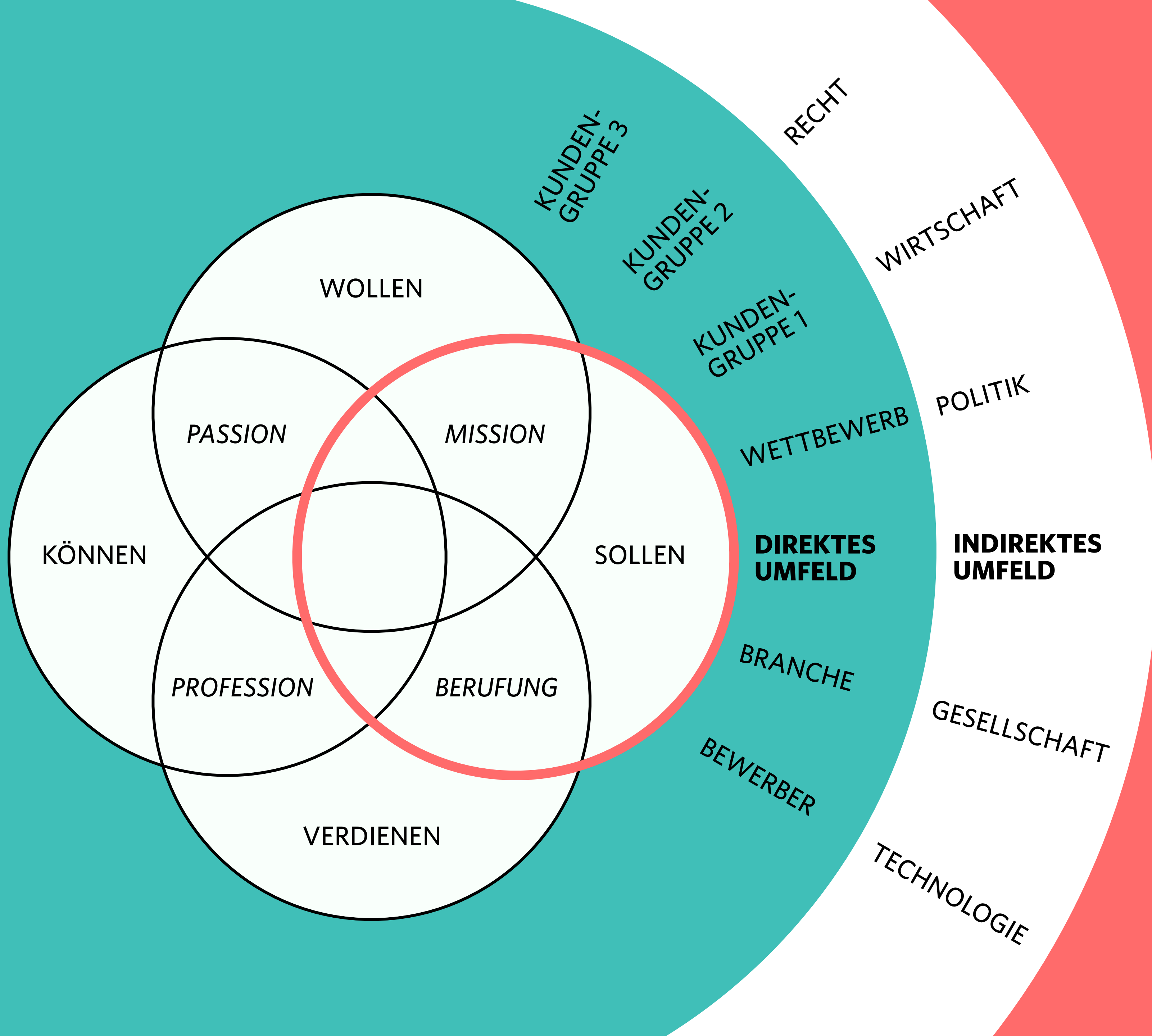
Inspiziert von Strategyzer



# KÖNNEN

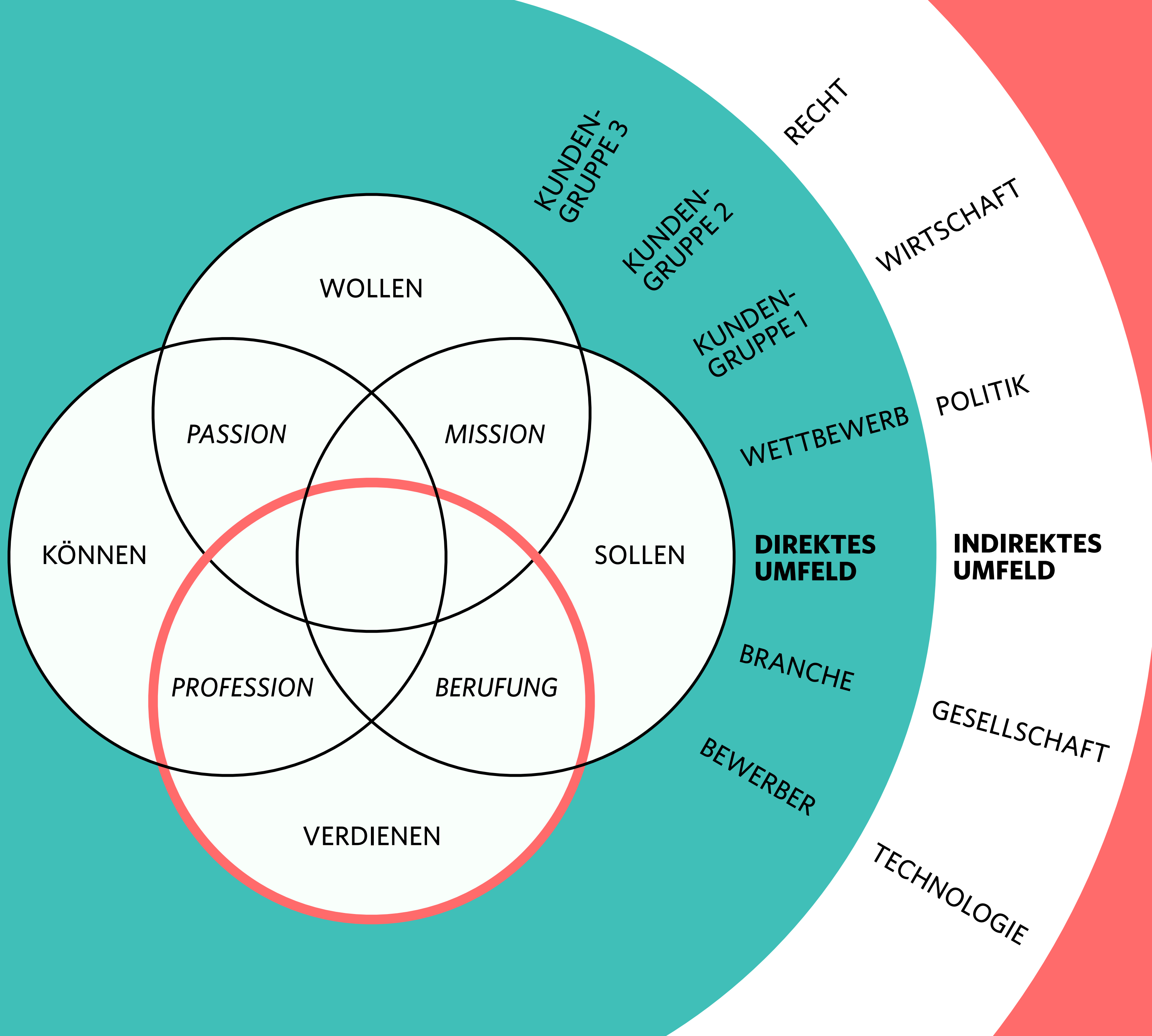
„Innovation Literacy“

- Kultur
- Leadership
- Technologie
- Ressourcen
- Organisation



# SOLLEN

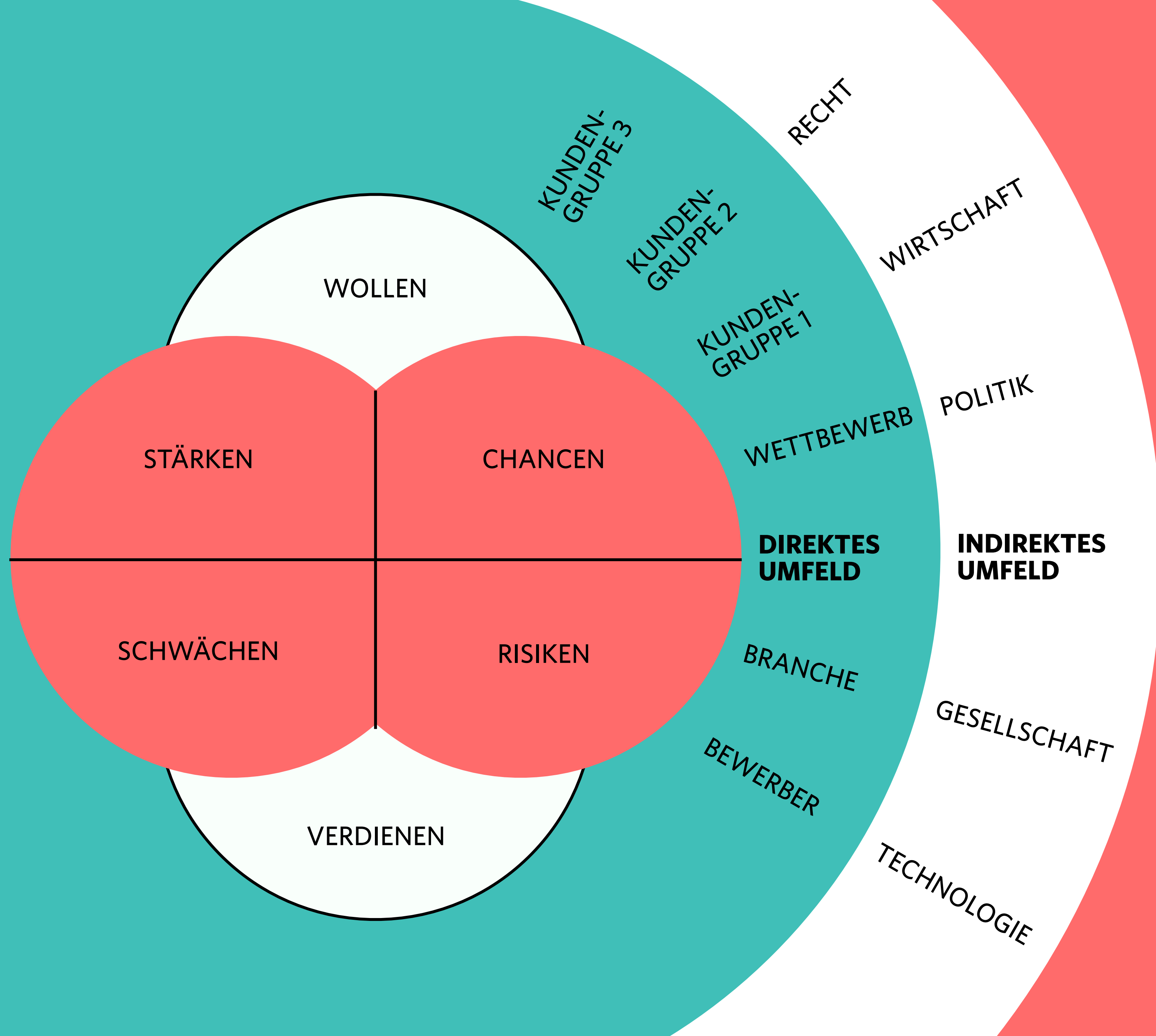
- User Experience
- User Understanding
- Usability



# VERDIENEN

- Business Model Canvas
- Lean Model Canvas





# DIE GUTE ALTE SWOT-ANALYSE

*PHASE 3*  
**MACHEN!**

## Inkrementelle Optimierungen

Das Bestehende verbessern  
Kleine Ungewissheit

**Evolution!**  
**Wir verbessern**  
**das Unternehmen**

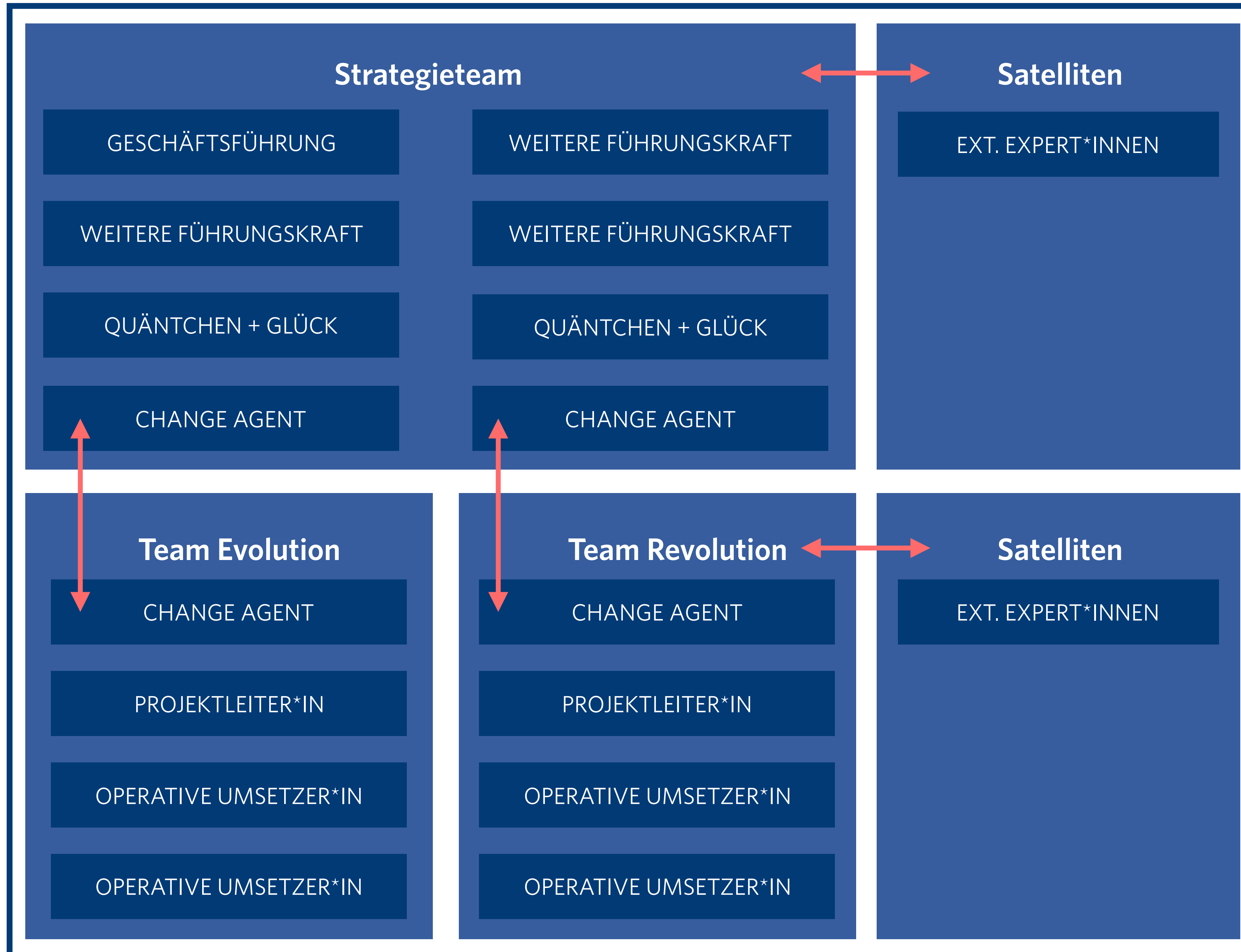
**Team Evolution**

## Radikale Innovation

Das Bestehende in Frage stellen und  
komplett neue Lösungen entwickeln.  
Große Ungewissheit

**Revolution!**  
**Wir erfinden**  
**das Unternehmen neu!**

**Team Revolution**



## BESONDERE ROLLEN

### CHANGE AGENT

BOTSCHAFTER\*IN ZWISCHEN  
STRATEGIE UND PROJEKT,  
IMPULSGEBER\*IN ZU  
INHALTEN UND METHODEN

### PROJEKT- LEITER\*IN

BEHÄLT AGENDA, ZIELE UND  
WISSENSMANAGEMENT IM  
BLICK, KOORDINIERT EXTERNE  
EXPERT\*INNEN

### EXT. EXPERT\*IN

WIRD PUNKTUELL ZU  
INHALTLICHEN SPARRINGS ZU  
RATE GEZOGEN

# INNOVATION SPRINT WORK FLOW

- ▶ Die Arbeit von Strategie und Teams ist jeweils in Sprints unterteilt – in diesem Beispiel sechswöchige.
- ▶ Jedes Team beginnt mit einem Kick-off-Workshop
- ▶ Jedes Team hat eine wöchentlich fest definierte Arbeitszeit: jede Woche selbe Zeit, selber Ort, selbe Personen. Nur so entsteht Kontinuität, die es braucht, um Evolution und Revolution voranzubringen.
- ▶ Das Strategieteam trifft sich im Abstand von 14 Tagen jeweils ganztägig.
- ▶ Jeder Sprint endet mit einer gemeinsamen Vor- und Rückschau (Retrospektive)

Beispiel-Intervall!

# 6-wöchiger Sprint

W1

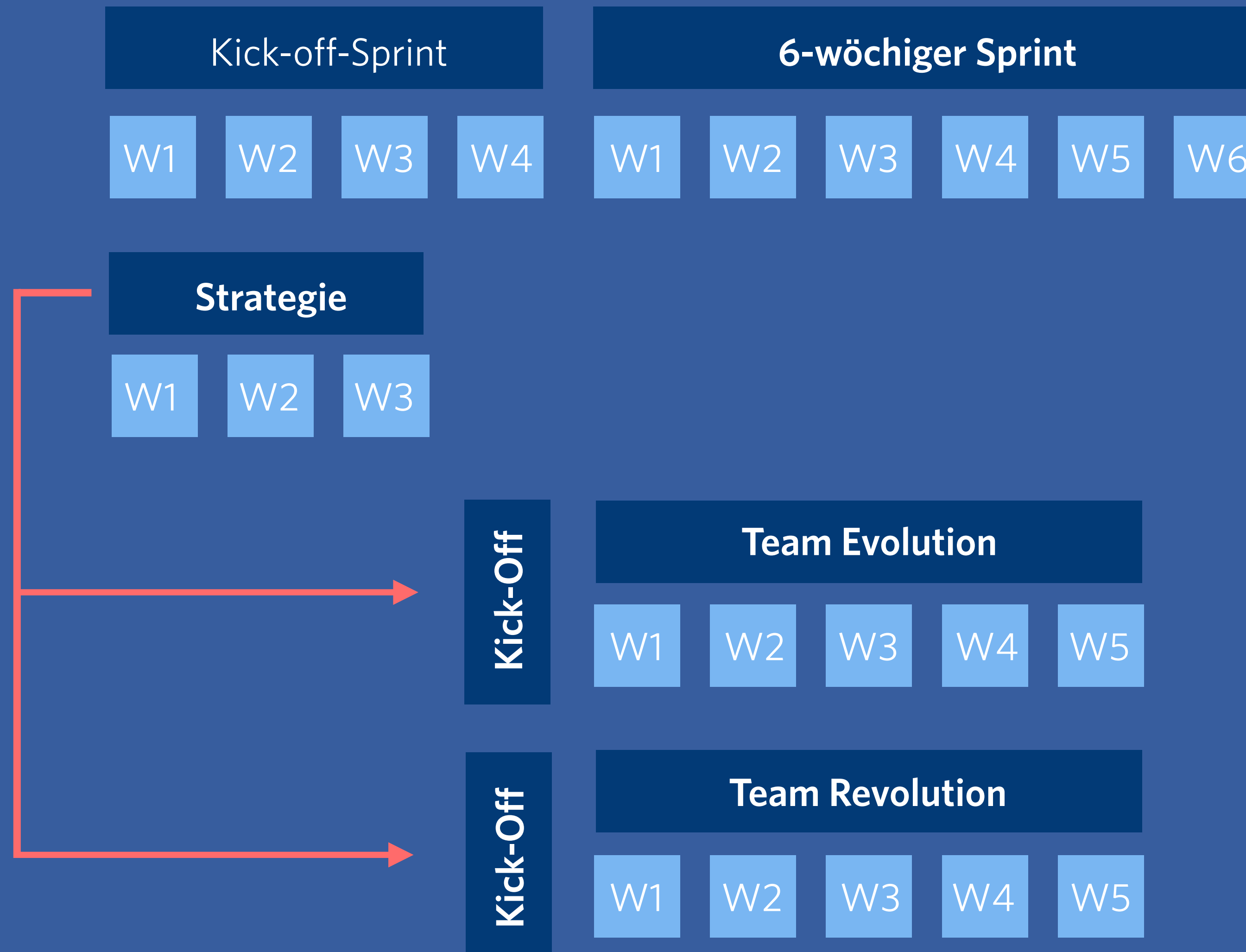
W2

W3

W4

W5

W6

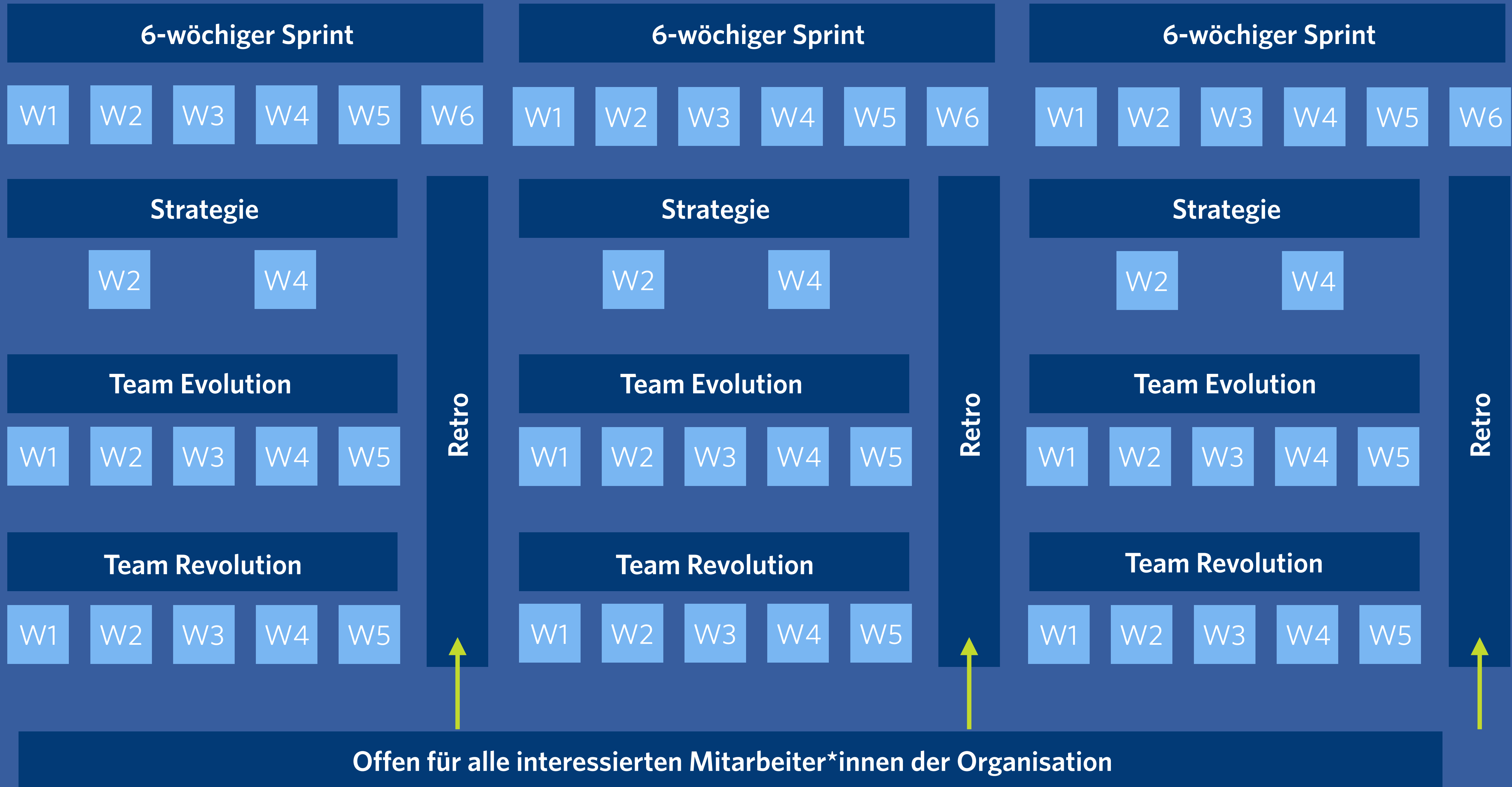




für eine  
lernende  
Strategie

## RETROSPEKTIVE

- ▶ Die Retrospektive machen Team Evolution und Team Revolution parallel, aber räumlich getrennt voneinander, jeweils moderiert von quäntchen + glück
- ▶ Retrospektiven machen Teams und Teammitglieder besser, fördern den positiven Umgang mit Fehlern und eine innovationsfreundliche Kultur.
- ▶ Gemeinsam erarbeiten die Teams: Was lief gut, was lief schlecht, wie habe ich mich als Teammitglied gefühlt, welche neuen Methoden haben wir ausprobiert, was waren Motivatoren und Demotivatoren und was wollen wir im nächsten Sprint konkret anders machen?



Unser Ziel ist es, Innovation  
systematisch zu verankern -  
und uns so im Laufe der  
Zeit überflüssig zu machen.

*WAS SIND EURE*  
**LIEBLINGSMODELLE?**



**TOBIAS REITZ**

+49 (0) 6151 850 798 5

***tobias.reitz@qundg.de***

***www.qundg.de***