

CREATIV E LEADER SHIP



Der kleine Creative Leadership
Leitfaden - mit praktischen
Beispielen

Angelika Ballosch
www.creativityhacks.de

Der kleine Creative Leadership Leitfaden

Inhalt

1. Jetzt aber.....	2
2. Die großen Fragestellungen	4
2a) Warum Creative Leadership?	4
2b) Warum mit Ihnen?	5
3. Das Creative MindSet	6
3a) Führen über eine starke Vision.....	6
3b) Verschiebung vom linear-logischen Denken zu „go with the flow“	7
3c) Fokus auf Weniges	10
3d) Die richtigen Fragen stellen	11
4. Führen durch kulturelle Rituale	12
5. Team Empowerment	14
6. Messbarkeit	17
7. Schlussfolgerungen.....	19

1. Jetzt aber...

Eins ist sicher: in Zeiten des digitalen Wandels braucht es neue Führungsmethoden und Entscheidungslogiken. Kreativität ist die herausragende Eigenschaft, um den digitalen Wandel zu managen. Das ergibt auch eine Befragung von IBM mit 1.500 CEOs und Führungskräften auf der ganzen Welt. **Kreativität ist die wichtigste Führungsqualität der Zukunft.** Kreative Führungskräfte heißen **Innovationen** willkommen, ermutigen andere, ausgetretene Pfade zu verlassen, und managen kreative Lösungswege.

Kreative Führungskräfte planen aktiv **tiefgreifendere Änderungen** an ihrem Geschäftsmodell. Sie sind offen und einfallsreich, wenn es um die Ausweitung ihres Führungs- und Kommunikationsstils geht, suchen ständig nach **neuen Ideen** vor allem im Austausch mit einer neuen Generation von Mitarbeitern, Partnern und Kunden.

„Das bringt doch eh nichts“. „Das ist doch ein Tropfen auf den heißen Stein“.

Haben Sie das auch schon gedacht? Oder haben Sie sich das selbst sagen hören? Nun, mit diesem *Glaubenssatz* brauchen Sie keine Veränderungen einzuleiten. Das ist richtig. Aber woher kommt dieser Glaubenssatz? Was haben Sie denn schon alles versucht, um Veränderung einzuleiten? Was genau heißt „das hat nichts gebracht“? Wie ist dieses „nichts“ denn gemessen worden?

01

Jetzt aber....

Laufende Reflexion wird neue Denkweisen fördern, Neues schaffen, Praktiken gestalten, Diskussionen ermutigen, eine Praxis für den Dialog und eine Struktur für kollektives Lernen schaffen.

Über Meßbar- und Sichtbarkeit der Maßnahmen in einem frühen Stadium nachzudenken, kann helfen, die Glaubenssätze zu überwinden. Es schafft Vertrauen – auch in andere Abteilungen oder in den Reports nach oben. Laufende Reflexion der Änderungsinitiativen wird neue Denkweisen fördern, Neues schaffen, Praktiken gestalten, Diskussionen ermutigen, eine Praxis für den Dialog und eine Struktur für kollektives Lernen schaffen.

Das alles ist nicht von heute auf morgen denkbar. Und vor allem gehört eins dazu: das richtige MindSet und Mut!

Auf der anderen Seite: Machen Sie Veränderung nicht zu kompliziert. Fangen Sie einfach an.

Schuyelika Bollmann

2. Die großen Fragestellungen

2a) Warum Creative Leadership?

Wer kennt sich noch aus? Agilität wächst gerade aus den Kinderschuhen, da wird schon die nächste Sau durchs Dorf getrieben. Was ist der Unterschied zwischen Digital, Super oder Shared Leadership? Was ist besser? Was soll ich wählen?



Warum?

Hoher Demokratisierungsgrad, Purpose, Raum für Kreativität, schneller, flexibler, lösungsorientierter, authentisch

Die Grenzen sind fließend. Aber eins haben all diese Ansätze gemeinsam: sie weisen einen deutlich höheren **Demokratisierungsgrad** auf.

Bei den Umsetzungsmerkmalen eines Creative Leadership Ansatzes halte ich es wie mit den eigenen, persönlichen Werten: sie haben Leuchtturmcharakter. Sie weisen die Richtung, alles dazwischen „wird sich schon fügen“.

Was sind die Creative Leadership-Merkmale?

- Führen über eine Vision und durch das „Warum“ (Purpose)
- Führung nicht durch Status oder Macht, sondern durch Anerkennung und Respekt
- Führung durch Inspiration und Offenheit, mit Begeisterung
- Ergebnisse sprechen lassen, nicht (Einzel-) Leistungen
- Das Vorleben einer Kreativ-Kultur

Was sind diese Merkmale ?

**VISION, DAS „WARUM“, DER
PURPOSE**

**NICHT STATUS ODER MACHT,
SONDERN ANERKENNUNG UND
RESPEKT**

INSPIRATION UND OFFENHEIT,
MIT BEGEISTERUNG

ERGEBNISSE NICHT
LEISTUNGEN

VORLEBEN EINER KREATIV-
KULTUR

2b) Warum mit Ihnen?

Die große Frage, die Sie sich aktuell stellen, ist sicher: „Warum Sie, Frau Ballosch?“ Ich sage Ihnen warum. Weil ich mich seit 2008 mit dem Thema beschäftige: theoretisch und praktisch. Weil ich mich selbst lange in meiner kreativen Persönlichkeit verkannt habe und daher lange nach meinem Entfaltungspotenzial gesucht habe. Ich bin so bis zum Senior die klassische Karriereleiter hochgeklettert und habe dann beschlossen, dort aufzuhören, weil es mich gar nicht interessierte.

2009 habe ich dann meine erste, 10-monatige Coaching-Ausbildung gemacht. Und als Coach gearbeitet. Und „frei“ in Unternehmen im Marketing gearbeitet. Ich habe viele verschiedene Unternehmenskulturen kennengelernt. Und immer diese Veränderungsabsichten in mir getragen. Und immer großen Gestaltungswillen mitgebracht.

Mit vielen Ideen, denn ja: ich bin eine kreative Persönlichkeit, im Kopf, denn handwerklich leider nahezu talentfrei. Daher fragte ich mich, warum gibt es Personen wie mich ... wohin mit all diesen Ideen, Lösungsansätzen, diesem „smart thinking“ in meinem Kopf? Eine Plattform muss her.

Dankbar bin ich auf den Creative Leadership Trend aufgesprungen und habe meine Fortbildung mit einem Ausbilder in den USA gemacht – denn in Deutschland ist das noch in den Kinderschuhen. Ich habe Fachliteratur verschlungen und bin in den praktischen Austausch gegangen. Zum Beispiel mit dem Theory U Hub hier in Hamburg und mit dem Netzwerk „intrinsicify.me“.

Also warum bin ich diesen Schritt gegangen? Weil ich mir sicher bin, dass jeder Mensch kreativ ist und weil diese Seite gelebt werden möchte. Und

weil Unternehmen davon nur profitieren können. Und an dieser Stelle bin ich mir sicher: **es entstehen keine Nachteile durch das Fördern von Kreativität.** Scheitern? Fehler machen? „Sinnloses Ausprobieren“? DAS ist Teil einer Creative Leadership Kultur und definitiv kein Nachteil.

Im Gegenteil, ich halte Kreativität für eine zeitgemäße Antwort auf komplexe Fragestellungen. Was ist denn das Gegenteil von Kreativität? Linear-logisches Vorgehen. Das bedeutet aber, die Vergangenheit fortzuschreiben. Auch das macht manchmal Sinn. Aber katapultiert Sie das ins nächste Jahrhundert? Ich wünsche es Ihnen.

Das ist also mein WARUM. Welches ist Ihres?

3. Das Creative MindSet

3a) Führen über eine starke Vision

Creative Leader haben eine starke Vision von der Zukunft. Sie richten ihre Aktivitäten darauf aus und führen auch ihr Team so, dass dieses seine Energien auf die Vision ausrichtet. Die Vision eines Creative Leaders ist von Nachhaltigkeit geprägt und ist nicht unbedingt immer aligned mit den kurz- oder mittelfristigen Unternehmenszielen.

WARUM?

Herausforderung: Die Organisation verfolgt keinen höheren Sinn mehr und ist in ihrer Effizienz und Effektivitätssteigerung stehen geblieben. Bzw. die Organisation ist sich ihres Sinnzwecks nicht bewusst.

Benefits: Eine höhere Unternehmensidentifikation. Eine definierte Vision und Mission zur Orientierung und Kulturbildung. Autorität wird verteilt, schnellere Entscheidungs- und Lösungsfindung und eine agilere Steuerung. Die intrinsische Motivation steigt durch den hohen Grad an Identifikation. Selbstorganisation..

Jetzt möchte ich noch etwas zu der Unterscheidung einer Vision und einer Mission sagen. Eine Vision ist greifbar, umsetzbar, sie beschreibt ein

hohes Ziel, während die Mission etwas Abstraktes ist. Sie beschreibt den UnternehmensZWECK außerhalb des Profits. Einen Unterschied gibt es auch in den Adressaten: die Vision wird meistens nach intern gerichtet, die Mission an die Kunden und Konsumenten. In letzter Zeit erlebe ich oft, dass auch die Vision extern kommuniziert wird. Das ist nicht falsch, kann aber je nach Formulierung verwässern oder irreführen.

Ein Beispiel:

Google's Mission lautet: "to organise the world's information and make it universally accessible and useful". Die Vision lautet: „ to develop the perfect search engine“. Beides, Mission und Vision bilden die Grundlage für alle Aktivitäten des Teams. Sie sind das „Warum“.

Auch wichtig ist es zu verstehen, dass es nochmal einen Unterschied zwischen einer Unternehmensmission und der eigenen Vision eines Leaders gibt. Bei „Gründern“ fällt diese oft zusammen und das ist optimal. Bei angestellten Führungskräften ist es bestmöglich, wenn sie sich und ihre persönlichen Werte und Visionen in der Unternehmensvision widerfinden.

Die Vision !

**WENN SIE JEMANDEM IHRE
VISION IN FÜNF MINUTEN NICHT
SO ERKLÄREN KÖNNEN, DASS SIE
SEIN INTERESSE WECKEN**

DANN HABEN SIE NOCH EINIGES
ZU TUN.

JOHN P. KOTTER

3b) Verschiebung vom linear-logischen Denken zu „go with the flow“

Wir Menschen neigen allzu oft dazu linear zu denken. Ein einfacher Zusammenhang „wenn, dann...“ ist für uns gelernt und somit „einfach“: schwarz oder weiß? Ja oder nein?

Es gibt Situationen und Probleme, die lassen sich zugegeben mit linearem Denken in kleinen überschaubaren Schritten lösen.

Die Wahrheit ist jedoch: Unsere Welt hat sich drastisch verändert und ist hochkomplex geworden. All unsere drängenden Probleme und Herausforderungen lassen sich nicht mehr mit einfachem linearem Denken lösen.

Wir Menschen haben eine selektive Wahrnehmung. Wir nehmen Informationen und Entwicklungen nur in einem begrenzten Radius auf, unser Gehirn filtert auf natürliche Art und Weise und konzentriert sich auf die Informationen, die eine Emotion auslösen.

Wir sind außerdem generell „geprintet“ durch unsere Erziehung, Eltern, Lehrer, Umgebung, die Bücher, die wir lesen oder auch nicht lesen. Dadurch haben wir uns selbst bestimmte Programmierungen und Glaubenssätze geschaffen, die letztlich über unser Denken, Handeln und damit über uns insgesamt entscheiden.

Um aber wieder über diese Filterbrille hinaus wahrzunehmen, müssen wir aus der Box raus und unser komplexes Denken schulen.

Wie kann das gehen?

Kinder z.B. haben unbegrenzte Fantasie. Damit haben sie Zugang zu anderen Bewusstseinssebenen als wir Erwachsenen.

Wir Erwachsenen haben einen Prozess durchlaufen, in dem wir bevorzugt im logischen Denken geschult worden sind und somit unsere FANTASIE und KREATIVITÄT verloren haben. Auch in Unternehmen war oder ist eine spielerische Herangehensweise immer noch schwer zu rechtfertigen. Somit haben sich uns Zugänge zu mehrdimensionalen Denken weiter verschlossen.

Uns Erwachsenen können Meditationstechniken helfen, den Weg zu uns selbst zu finden und den Zugang zum mehrdimensionalen Denken zu fördern.

Außerdem haben wir abgezogen bekommen, Fehler machen zu dürfen, um uns weiterzuentwickeln. Denken wir zurück an unsere Kindheit. Wie haben wir laufen gelernt? Aufstehen und hinfallen. Aufstehen und hinfallen. Und wir haben nicht aufgegeben. Bis wir laufen konnten. Aus unseren Fehlern haben wir gelernt, es beim nächsten Mal besser zu machen. Schritt für Schritt. Und wir hatten die Energie und den Willen es immer und immer wieder zu versuchen.

Und in der Schule? Da wurde uns beigebracht, dass Fehler per se schlecht sind und wir wurden für Fehler bestraft. So wurden uns nach und nach unsere Fantasie, unsere Unbekümmertheit und unsere „Nicht-Angst“ vor

Fehlern sozusagen „abgezogen“. Damit einher ging in hohem Maße unsere Wahrnehmungsfähigkeit und Beobachtungsgabe verloren und damit der Zugang zu bestimmten Bereichen unseres Bewusstseins.

Das alles sind aber Voraussetzungen für komplexes mehrdimensionales Denken und Beobachten.

Hier muss extrem umgedacht und entsprechend gehandelt werden, um die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass wir und vor allem die jungen Menschen unserer Zeit eine gute Zukunft erschaffen können.

WEG VOM.....

LINEAREN

DENKEN

Linearität ist die Eigenschaft eines Systems, auf die Veränderung eines Parameters stets mit einer dazu proportionalen Änderung eines anderen Parameters zu reagieren.
(Quelle: Wikipedia)

Oder einfacher gesagt: Wenn A eintritt, folgt B.

„Weil wir das schon immer so gemacht haben.“

HIN ZU.....

GO WITH THE FLOW

Die Alternative ist das Umschwenken von linearer und reaktionsgetriebener Planung auf adaptive und iterative Vorgehen.

Wenn Sie sich auf den Wandel einlassen, schneller und flexibler agieren wollen, dann ist es nicht möglich, von vornherein genau zu wissen

wo alles hinführt.

Sie sollten trotzdem mit einem hohen Niveau beginnen und Annahmen treffen.

Entscheidungslogiken wie „Effectuation“ helfen Ihnen, Sicherheit in der Unsicherheit zu finden.

Dies gibt Ihnen einen flexiblen Rahmen dafür lässt als Initiative Raum für Anpassungen und Entfaltungen.

3c) Fokus auf Weniges

Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche. Steve Jobs erstellt für sich und sein Team ein Ranking der 10 wichtigsten Ziele und streicht dabei regelmäßig etwa 7 wieder raus.

Ein weiterer Fokus liegt auf den Stärken. Kennen Sie die Stärken ihres Teams? Sind Sie sich Ihrer eigenen bewusst? Was macht ihr Unternehmen stark? Durch den Ausbau von Stärken können Sie Wettbewerbsvorteile gewinnen – nicht aber durch den Abbau von Schwächen.

Fehler akzeptieren heißt auch Schwächen akzeptieren. „Wer nichts macht, macht auch nichts falsch“. Nur fördert „nichts tun“ nicht die Weiterentwicklung. Gehen Sie Risiken ein. Natürlich nicht unbedacht, aber ohne Risiken geht es heutzutage nicht mehr. Es gibt Möglichkeiten Risiken zu minimieren. Diese Intervention heißt „Effectuation“ und beschreibt, wie Unternehmer Entscheidungen treffen.

Kein Fokus ohne Loslassen !

SELBSTORGANISATION

Befähigen Sie Ihre Mitarbeiter Verantwortung wahrzunehmen. Setzen Sie dabei auf Selbstorganisation des Teams und lassen Sie diesem so viel Freiheit wie möglich, aber seien Sie da, wenn das Team sie braucht. Die Kunst eines Leaders ist es im Hier und Jetzt zu sein.

Das Resultat wird eine höhere Mitarbeitermotivation sein und bessere Ergebnisse. Manchen Managern fällt es sehr schwer loszulassen, weil sie das Gefühl haben, Verantwortung abzugeben. An dieser Stelle können Meditationen hilfreich sein.

3d) Die richtigen Fragen stellen

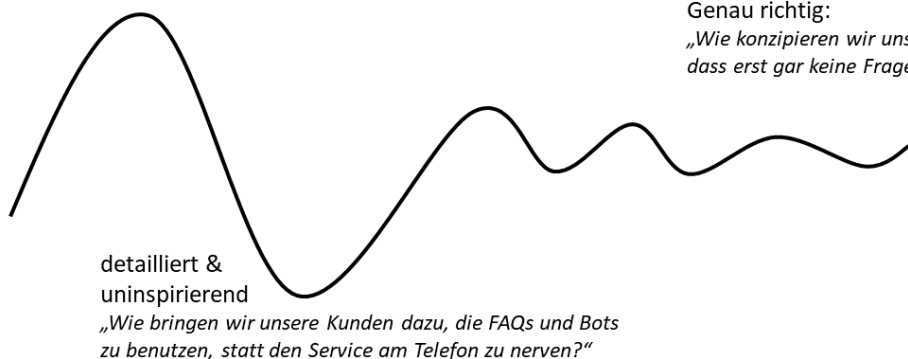
Leader führen über Fragestellungen. Dabei ist es wichtig, dass die Frage weder zu eng, noch zu weit gestellt ist. Stellen Sie Fragen nach dem „Goldilocks-Prinzip“:

„Goldilocks-Prinzip“

Inspirieren durch gute Fragen.....

abstrakt &
systemisch

*„Wie können wir unseren
Kundenservice verbessern?“*



Und vor allem: dass die „vermeintlich“ richtige Antwort nicht vorweggenommen wird. Warum? Weil Sie so mehr Raum für Entwicklung, mehr Raum für Kreativität geben. Das Team überlegt aus seinen eigenen Erfahrungen heraus, welche Lösungen in Frage kommen. So können ganz neue Ideen und Wege entstehen.

Die Formulierung guter Fragen:

- Nehmen Sie nicht die Antwort vorweg, indem Sie diese in die Frage packen
- Formulieren Sie Ihre Fragen offen und inspirierend.

- Erwähnen Sie die Zielgruppe, für wen suchen Sie gerade nach Lösungen?
- Formulieren Sie sehr spitz, für welchen Teil genau Sie eine Lösung suchen.

Ein paar gute Fragen, die Mehrwert schaffen:

- **Klarheit:** Kannst du noch ein wenig mehr über die Situation sagen?
- **Bessere Arbeitsbeziehungen:** Statt: „und, hast du deine Sales-Ziele erreicht?“ besser: „Wie ist es mit deinen Zielen gelaufen im letzten Quartal?“
- **Kritisch und analytisch:** „Was sind die Konsequenzen, wenn wir diesen Weg gehen?“
- **Reflektierend:** „Warum hat das so gut funktioniert?“

4. Führen durch kulturelle Rituale

Eins vorweg: Man kann eine Unternehmenskultur nicht gestalten. Man kann diese nur beobachten.

Was man aber gestalten kann, sind Unternehmensstrukturen.

0 4

Kulturelle Rituale

Man kann eine Unternehmenskultur nicht gestalten. Man kann diese nur beobachten.

Fokus „Kreativität“

Challenge: Es mangelt an einem kollaborativen, kreativen und sinnstiftende Arbeitsumfeld. Dabei verlangen die Aufgaben ein hohes Ausmaß an Kreativität. Intensive Arbeitsphasen mit unbekanntem Anforderungen wechseln sich ab mit Routine.

Benefits: Perspektivwechsel kreieren. Kreativ-Methoden, Tools und kulturelle Rituale schaffen, die Kreativität fördern. Sinn stiften und Zufriedenheit erhöhen.

Hier kommen ein paar Hacks, welche mehr Raum für Kreativität schaffen:

#creativityhack

Den Raum für Kreativität muss es immer geben, er muss dauerhaft geschaffen werden. Schaffen Sie eine Anlaufstelle. Schaffen Sie einen Schutzraum: Seien Sie selbst der

Schutzraum, indem Sie jede Idee willkommen heißen und zunächst nicht bewerten. Damit sind Sie zugleich ein Vorbild. Sammeln Sie die Ideen und stimmen Sie gemeinsam mit dem Team ab, welche davon weiterverfolgt werden sollen und lassen Sie die Auswahl sodann in den Design Thinking Prozess einfließen, um einen Prototypen zu erstellen.

Lernen Sie, vermeintliche Ineffizienz auszuhalten. Da wird schon wieder gekickert, in einem Büro wird permanent geplauscht und der ein oder andere dehnt die Mittagspause über einen langen Spaziergang aus? Gewöhnen Sie sich dran. Bei den meisten Menschen führt dies unterm Strich zu weit mehr Effizienz. Jede Hierarchie, jede Weisung beschränkt nun mal Freiräume und damit die Motivation und das Querdenken.

#creativityhack

#creativityhack

Stören Sie ihre Mitarbeiter. Holen Sie sie aus eingefahrenen Prozessen raus. Kreieren Sie Chaos. Fordern Sie doch mal kurzfristig ein Reporting

an – aber unter Berücksichtigung völlig neuer KPIs. Setzen Sie ihre KollegInnen dabei unter Druck, signalisieren Sie gleichzeitig, dass ein

OnePager reicht. Holen Sie doch mal jemanden dazu, der noch nie ein Reporting erstellt hat. Der Soziologe Ronald Burt von der Universität Chicago hat nachgewiesen, dass der kreative Funke zwischen Menschen überspringt – aber nie zwischen denselben. Immer die gleichen Gesichter in den immer gleichen Meetings bringen als Ergebnis mehr vom Gleichen hervor. Spannend wird es, wenn „Störelemente“ hinzukommen.

Loben Sie das Ergebnis, egal, wie es ausfällt. Machen Sie dabei verständlich, dass **Perfektion und Fehler oder Versäumnisse für Sie nebensächlich sind** zugunsten der entstandenen Teamwork, der neuen Herangehensweise.

Abschließend finden Sie hier noch ein paar Irrtümer über Kreativität, die ich immer wieder höre und die ich nicht vorenthalten möchte.

5. Team Empowerment

05

Team Empowerment

Seien Sie da

Zeigen Sie sich
engagiert

Bleiben Sie auf
Augenhöhe

In diesem Kapitel geht es darum, das Team in sein kreatives Potenzial zu bringen.

Was sind die besten Qualitäten einer Führungskraft für die Praxis?

- Seien Sie da
- Zeigen Sie sich engagiert
- Bleiben Sie auf Augenhöhe

Den Fokus finden

Sie können diese Fragetechnik anwenden, wenn

- (1) Sie sich in einem frühen Stadium eines Projekts befinden
- (2) wenn Sie Anforderungen festlegen oder
- (3) wenn ein Team überfordert ist und keinen Fokus findet.

Fragen und Hacks

„Stellen Sie sich vor, wir würden dieses Projekt morgen an ein neues Team abgeben. Was sind die wesentlichen Informationen, die wir benötigen, um sie auszurüsten?“

"Was können wir in nur einer Woche lernen?"

Stellen Sie sich extreme Szenarien vor:

„Was würden wir tun, wenn wir nur den Gewinn anstreben? Was würden wir tun, wenn wir nur versuchen unsere Kunden glücklich zu machen? Was würden wir tun, wenn wir nur das tun, was am einfachsten ist?“

"Was ist in diesem Moment am kritischsten?"

„Lassen Sie uns unsere Vorahnungen auflisten. Welche davon ist das riskanteste / herausforderndste, was passieren kann? "

"Wenn wir morgen mit diesem Produkt auf den Markt kommen würden, wo wäre dann das höchste Ausfallrisiko?" “

Den Modus wechseln

Sie können diese Technik anwenden:

- (1) in regelmäßigen Abständen anwenden
- (2) wenn die Team-Energie niedrig ist oder
- (3) wenn Ihr Team mehr diskutiert als umsetzt.

Fragen und Hacks

- Lassen Sie jedes Teammitglied 20 Minuten lang alternative Lösungen entwerfen.
- Bitten Sie die Teammitglieder, für einen Moment die Rollen zu wechseln und sich derselben Aufgabe aus einer anderen Perspektive zu nähern.
- Ermutigen Sie jede Person, sich 30 Minuten lang von der Art und Weise, wie andere ein ähnliches Problem angehen inspirieren zu lassen. Teilen Sie die Ergebnisse in der Gruppe.

Die Perspektive ändern

Sie können diese Technik anwenden, wenn

- (1) Sie eine Entscheidung treffen müssen
- (2) wenn ein Team von den Möglichkeiten überfordert ist, oder
- (3) wenn es erforderlich ist, die möglichen Richtungen zu verfeinern und zu verstehen.

Fragen und Hacks



"Welche dieser Optionen würde unsere Kunden am meisten begeistern?"

"Lassen Sie uns für jede unserer Top-Ideen Machbarkeit, Wirtschaftlichkeit und Erwünschtheit diskutieren und mit einer T-Shirt Größe XS-XXL versehen."

Stellen Sie sich die Zukunft mit dem Team vor.

"Was würde uns in fünf Jahren am meisten Anerkennung bringen?"



6. Messbarkeit

„Was bringt das denn alles jetzt?“

Messbarkeit, Sichtbarkeit von Maßnahmen innerhalb des Unternehmens sind wichtig. Es gibt verschiedene Instrumentarien:

- Impulsumfragen
- Zeitraum zwischen Entstehen einer Idee und Entstehung des Prototypen
- Reflexionsworkshops

Beispiele:

Impulsumfragen

Über Impulsumfragen (d. H. Mini-Umfragen) erhalten Sie eine schnelle, periodische Bewertung darüber, was Mitarbeiter beobachten und erleben. Waggl, ein Online-Tool zur Impulsmessung, eignet sich ausgezeichnet, um schnell abzufragen, was in der Organisation passiert und zum Mitmachen im Wandlungsprozess zu animieren.

Mit diesem Tool werden den Mitarbeitern Fragen gestellt (Rating-Fragen sind eine Option, aber offene Fragen sind immer Teil einer Waggl Umfrage).

Zum Beispiel arbeitet ein Team am Aufbau einer aufrichtigeren Kultur durch die Nutzung von direktem Feedback und wir befragten die Mitarbeiter, inwieweit an den Commitments festgehalten werden und direkt und ehrlich Feedback gegeben wird.

Diese Methode dient nicht nur zur Beurteilung des Fortschritts, sondern auch um die Kulturveränderungsziele oben zu halten.

Kulturbeobachter beauftragen

„Kulturbeobachter“, die geschult sind auf Techniken aus der Anthropologie und Ethnographie, beobachten die Veränderungen und identifizierten Stagnationen.

Ein Ansatz, um systematisch eine Kultur zu beobachten ist es, eine Gruppe von Individuen innerhalb der Organisation zu benennen.

Kulturbeobachter können als "Change Agents" fungieren oder können nur Mitarbeiter sein, die zur Teilnahme bereit sind.

Sie achten auf alltägliche Interaktionen, sie sind ausgebildet, um Indikatoren zu identifizieren, die Fortschritt oder Hindernis für den Wandel darstellen. Zum Beispiel können die "Kulturbeobachter" auf Hinweise achten, dass sich Glaubenssätze aufweichen oder andersherum allzu hartnäckig weiterbestehen.

Einbindung von Storytelling

Dieser Ansatz ist wertvoll für Initiativen zur Kulturveränderung.

Zum Beispiel können Sie zu einem „Storytelling Breakfast“ einladen und dort Stories teilen, die Glaubenssätze betonen und wie diese verändert werden mussten, um eine neues Handeln anzuregen. So geben Sie Einblick in die Kultur, wie diese sich im Laufe der Zeit verschiebt und welche Faktoren zu diesen Änderungen beitragen.

„Glaubenssätze in Aktion“ sind Einblicke in den Teil der Organisation, der nicht in Tabellenkalkulationen, Betriebsberichten und Strategien steht. Weil Geschichten uns tiefer verbinden als organisatorische Realitäten von Kultur, Politik, Überzeugungen und Praktiken, sie sind wichtige Vehikel, um organisatorische Veränderungen zu bewirken.

7. Schlussfolgerungen

Leadership ist ein vieldiskutierter Ansatz. Oft herrscht die Meinung vor, man könne Leadership nicht lernen.

Ich glaube jedoch, dass die Fähigkeit eines Leaders oder eines Teams, sich mit seiner inneren Landschaft zu verbinden und Freude, Zufriedenheit und Tiefe in seiner Arbeit zu finden zu mehr Arbeits- und gar Lebensfreude führt.

Und dass „dort, wo das innere Erleben auf seinen äußeren Einfluss trifft die eigentliche Transformation stattfindet“.

Wir sind nicht nur dafür gemacht, am Ende des Monats unser Gehalt zu bekommen. Diese Zeiten sind meiner Meinung nach vorbei.

Wir sind soziale, intelligente Wesen, die zusammen großartige Dinge tun können. Ich denke, das ist die großartige Gelegenheit unseres Zeitgeists. Natürlich muss ich als Führungskraft oder Mitarbeiter (Erfolgs-)Ergebnisse liefern. Doch oft liegt die schwerste Arbeit darin, sich selbst zu hinterfragen, zu reflektieren und einzugestehen, dass es an der ein oder anderen Stelle auch anders geht. Besser gehen kann. Langfristiger gedacht werden muss, tiefer gegriffen, weiter gesprungen. Nur wenn wir unser Denken hinterfragen, können wir Wachstumschancen eröffnen und Wege finden, effektiv mit Menschen zu arbeiten, die anders denken.

Durch Ihre eigene Denkweise und Ihr Verhalten dominieren Sie einen großen Teil Ihrer eigenen Realität.

Sehen Sie sich zunächst den Dialog an, den Sie mit sich selbst haben: Engagieren und nähren Sie Ihre Überzeugungen oder halten Sie sich zurück? Denken Sie darüber nach, wie Sie bei der Arbeit auf einen schwierigen Umstand reagiert haben. Was sind die Fakten von dem, was passiert ist, gegenüber der Geschichte, die Sie sich selbst erzählen? Was bedeutet Transformation für Sie als Führungskraft?

„Das Ding mit dem MindSet“.

Ich kann es gar nicht oft genug wiederholen: das eigene MindSet einzustimmen ist das A und O. Alle Methoden, Techniken, Agilität, Design Thinking, meine „creativityhacks“ und wie die ganzen Säue, die so durch ´s Dorf getrieben werden heißen... sind ganz wunderbare Tools, um

Prozesse zu steuern. Aber ohne das richtige MindSet laufen Sie ja gar nicht erst los. Und das fängt eben mit der inneren Reflexion an.

Wenn Sie bis hierher gelesen haben finden Sie die vorgestellten Methoden interessant. Ich freue mich, wenn ich etwas für Sie tun kann.

Grundsätzlich arbeite ich mit meinen drei eigens entwickelten Modulen:

- Führen durch ein starkes MindSet
- Führend durch kulturelle Rituale
- Führen auf Augenhöhe und durch Empowerment

Den Ablauf passe ich an Ihre individuellen Fragestellungen an und setze die entsprechenden Schwerpunkte.

Ich hoffe, dass dieser kleine Leitfaden Sie inspirieren kann.

Ich unterstütze Sie gern!

Angelika Ballosch



KONTAKT

Angelika Ballosch
Schlankreye 13
20144 Hamburg
hello@creativityhacks.de
Telefon: 040-95067355