

Abschlussarbeit zum Systemischen Coach
- Peter Beer -

Thema:

**YOUR GAMECHANGER
- TRANSFORMATION NEEDS INNOVATION -**

Verfasser:

© Peter Beer
www.your-gamechanger.com

Cologne/ Germany 03/2022

1	Einleitung	2
2	Hauptteil	3
2.1	Innovation Hub	3
2.2	Transformation needs Innovation	5
2.3	Gamechanger – Die Rolle des Coaches.....	5
2.4	Gamechanger – Die Rolle des Klienten.....	9
3	Change your thoughts and you change your world.....	11
4	Glossar.....	12

1 Einleitung

Die Digitalisierung und künstliche Intelligenz (KI) wird eines der entscheidendsten Themen in den nächsten 10-20 Jahren für die Menschheit werden. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, stehen immer mehr Unternehmen vor der Herausforderung den „Digitalen Wandel“ im Unternehmen zu beschleunigen. Die Fragen, die sich immer wieder gestellt werden, sind u.a.:

„Sind wir als Unternehmen darauf vorbereitet...? Was bedeutet eigentlich „Digitale Transformation“ für uns als Organisation und unsere Mitarbeiter...? Benötigen wir mehr interne und externe Daten damit wir auf die „Digitale Transformation“ vorbereitet sind, um besser reagieren können...?“

Eines der Grundprobleme dabei ist, dass heutzutage „Digital Transformation“ immer noch eher ein „Buzzword“ in vielen Unternehmungen ist. Viele reden drüber, wissen jedoch nicht was das genau bedeutet bzw. haben für sich nicht definiert, was die Organisation dafür tun muss. Es geht hier nicht nur mehr um „Change Management“, d.h. die Mitarbeiter im Transformationsprozess zu involvieren, zu motivieren und den Wandel gemeinsam zu gestalten ...es geht um viel mehr...und zwar „out of the box“ zu denken, *konventionelle Regeln zu brechen, innovativer zu werden, Neues auszuprobieren, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, lernen Fehler zuzulassen*, um es beim nächsten Mal besser zu machen (*Trail and Error Culture*). Wir haben es in deutschen Unternehmungen vermehrt mit mangelndem „Entrepreneurship“ und „Mindset“ zu tun, die lieber die aktuelle Unternehmenssituation verwalten (Bewahrer) als die Zukunft selbst mitzugestalten (Innovatoren)....Wo sind die Elon Musk, Marc Zuckerberg oder Jeff Bezos von morgen...und warum kommen diese „Gamechanger“ oft nicht aus Europa?

Bedeutung „Gamechanger“:

„Gamechanger“ brechen mit konventionellen Regeln und begeben sich dabei auf unbekanntes Terrain. Gamechanger setzen dabei neue Regeln für Ihre Branche oder ihren Markt. Gamechanger sind Innovatoren, die sich kontinuierlich weiterentwickeln wollen. Sie sorgen dafür, dass Druck sich weiterzuentwickeln für andere Teilnehmer der Branche oder des Marktes entsteht. Getreu nach dem Motto: wer sich nicht weiterentwickelt, läuft Gefahr pleitezugehen und auszusterben.

Systemisches Coaching kann Unternehmen, Start-ups, Freelancer dabei unterstützen die Innovations-Transformation zu begleiten. Your-Gamechanger.com bietet Klienten die Möglichkeit „out of the box“ zu denken“, neue Sichtweisen einzunehmen, etwas zu wagen & auszuprobieren, was wir im Alltag oft viel zu wenig machen.

Das folgende Fallbeispiel soll verdeutlichen welches Potential Systemisches Coaching haben kann und dass in jedem von uns ein „Gamechanger“ steckt, wenn wir es wirklich wollen.

2 Hauptteil

Systemisches Coaching: Anhand von diversen Coaching Modellen wird der Coaching Prozess zum Titel „Transformation needs Innovation“ näher erläutert:

2.1 Innovation Hub

Folgendes Fallbeispiel basiert auf der Grundlage von grundlegend positiv gestimmten Klienten, die eine Veränderung für Ihre Unternehmung in Betracht ziehen, um für die Zukunft bessere Handlungsoptionen/ Alternativen oder komplett neue Geschäftsfelder zu entwickeln. Der Coach nimmt dabei nicht die Rolle als Berater ein, sondern unterstützt den Klienten durch diverse Fragetechniken und Coaching Modelle, um eine bessere Sortierung der aktuellen Situation zu erreichen. Darüber hinaus besteht die Option erste Hypothesen für die Innovations-Transformation der Organisation zu erarbeiten.

Ausgangslage: Briefing

Coachee: Udo, Unternehmer, 58 Jahre, Familiengeführtes Unternehmen (Mittelstand), in zweiter Generation, seit 24 Jahren erfolgreich in der Lebensmittel Branche etabliert, 63 Mitarbeiter, Jahresumsatz 65 Mio EUR. Ausgangslage: Der Unternehmer beliefert seit vielen Jahren führende Lebensmittel-Ketten im Bereich Fruchtsäfte und hat seit ca. 15 Jahren eine stabile Partnerschaft im Handel etabliert.

Im Zuge der „Digitalen Transformation“ hat sich Udo immer wieder Gedanken darüber gemacht, ob er seine Waren nicht zukünftig digital vermarkten soll, um Abhängigkeiten vom Handel zu vermeiden. Des Weiteren verspricht er sich mehr Erkenntnisse (Insights) von den Endkonsumenten zu bekommen, wenn er den Handel umgeht und die Ware direkt an den Endverbraucher vermarktet. Udo hat jedoch nur eine geringe Vorstellungskraft, was zukünftig alles möglich wäre, würde er sein Business Modell mehr digitalisieren. Für die erste Coaching Session habe ich Udo in den Innovation Hub von

<http://www.your-gamechanger.com> eingeladen, um die aktuelle Situation zu besprechen.

YOUR GAMECHANGER
- INSIDE YOU -

VISION	MINDSET
INNOVATION	WORKSHOPS
GOALS	GAMES

CHANGE YOUR THOUGHTS AND YOU CHANGE YOUR WORLD **YOUR GAMECHANGER.COM**

Coaching Session:

Coach: „Hi Udo, schön dass wir uns heute persönlich kennenlernen... was führt dich heute zu mir? Coachee erläutert die Ausgangsgrundlage wie bereits im Briefing beschrieben.

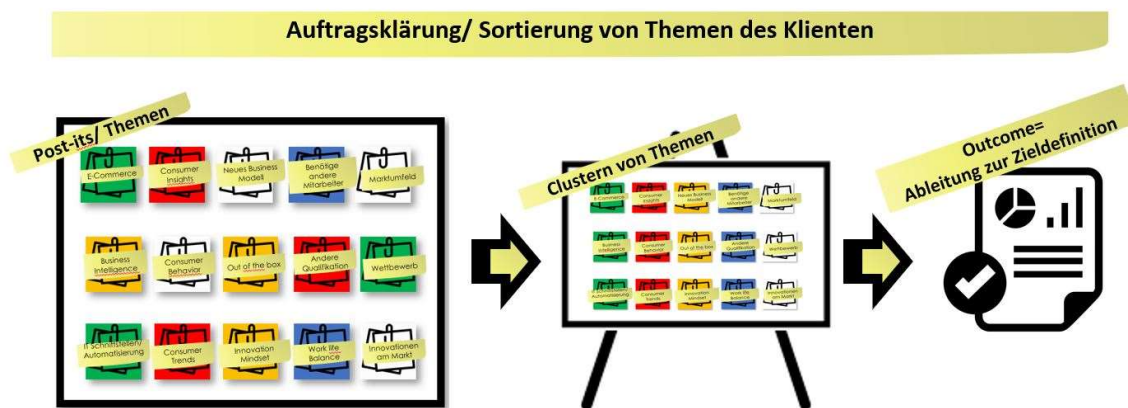
Aktives Zuhören & Wertschätzung & Positives Konnotieren durch den Coach:

Coach: „Ich finde es wirklich bemerkenswert, dass du mit dem Gedanken spielst ein neues Geschäftsfeld anzugehen, wovon du heutzutage noch nicht einmal genau weißt, ob sich das rentiert. Wenn ich dich richtig verstanden habe, bist du mit deiner Firma bereits seit Jahren im Handel fest etabliert und es geht dir persönlich und deinem Unternehmen gut. Das zeugt von viel Mut, Verantwortungsbewusstsein und Weitsicht. Nicht nur für dich allein, sondern auch für deine Mitarbeiter und ihren Familien in der Zukunft.“

Die Haltung/Einstellung des Coaches ist hierbei besonders wichtig. Der Coach spiegelt die Aussagen des Klienten durch positives Konnotieren (Formulierungen), Wertschätzung und Anerkennung zurück. Dies ist zum Aufbau der Beziehungsebene im Coaching Prozess besonders wichtig.

Zielfindung/ Auftragsklärung: Coach:

Coach: „Was erwartest du heute von mir als Coach, damit ich dir behilflich sein kann...? Was ist geschehen, wenn du nachher den Innovation Hub verlässt...? Was wäre anders als jetzt?“



*Graphik designed © by Peter Beer

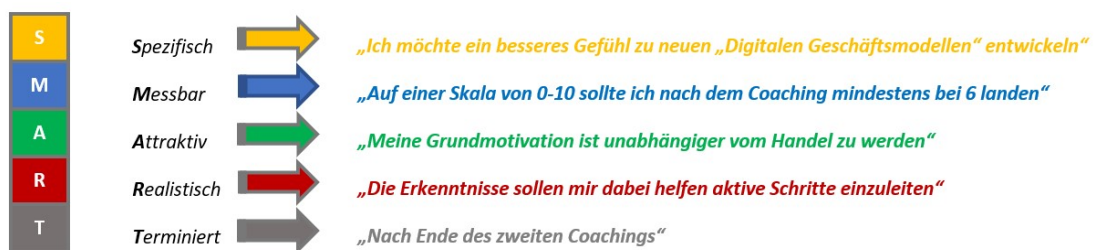
Die ausführliche Beschreibung der Ausgangslage/ Sachverhalts wird mit Hilfe von Moderationskarten durch den Coachee beschrieben. Der Coach lässt dabei den Coachee die Themen auf die Moderationskarten schreiben, d.h. der Coach lässt den Coachee aktiv arbeiten. Der Coach sortiert die Moderationskarten nach Themengebieten (Cluster), um Ähnlichkeiten im Sachverhalt wiederzuerkennen. Mit Hilfe von Clustern kann der Sachverhalt transparenter dargestellt und konkretisiert werden. Diese Vorgehensweise hilft insbesondere dem Coachee das Ziel besser zu definieren. In dem konkreten Beispiel hat der Klient die Möglichkeit genutzt seine Gedanken freien Lauf zu lassen und diese mit Unterstützung des Coaches niederzuschreiben und zu sortieren:

Zieldefinition mit dem Coachee erarbeiten & definieren:

Coach: *“Ok, also dein Ziel mit der heutigen Sitzung ist zu erreichen, dass wir deine Gedanken zum Thema „Digitale Transformation/ Neues Geschäftsmodell“ sortieren, damit du für dich ein besseres Gefühl bekommst, wie du die nächsten Schritte zur Umsetzung aktiv angehen kannst, richtig? Was hältst du davon, wenn wir das Ziel niederschreiben und konkretisieren?“*

Ziel Definition: SMART*

Ein Ziel sollte in jedem Coaching niedergeschrieben und konkretisiert werden. Es gilt kein Coaching ohne klaren Auftrag & Ziel. Das Konkretisieren von Zielen hilft dem Coachee und Coach den Coaching Prozess besser zu begleiten und zielgerichtet an Lösungen zu arbeiten. Dabei ist zu empfehlen, dass der Coachee das Ziel selbst aufschreibt, um das Ziel zu verankern. Der Einsatz der „SMART Formel“ unterstützt das Ziel zu konkretisieren.



*Graphik © by Peter Beer

2.2 Transformation needs Innovation

Innovation kommen nicht von außen, sondern aus der intrinsischen Motivation. Dies bedeutet es ist die innere Motivation bzw. die persönliche Haltung einer Person etwas selbst zu gestalten. Diese Selbstmotivation und die eigene Vorstellungskraft kann den Klienten in die Lage bringen „out of the box“ (kreativ) zu denken und sich mit seiner Vision, Idee, Ziel 100% zu identifizieren. Der Coach kann über diverse Fragetechniken und Coaching Modelle die Selbstmotivation des Coachee unterstützen und positiv verstärken, damit dieser selbst in Handlungsaktivität gelangt, um sein Ziel zu verwirklichen.

2.3 Gamechanger – Die Rolle des Coaches

Fragetechniken und Coaching Modelle:

Nachdem der Coach und der Klient die Auftragsklärung und das Ziel des Coachings durchgeführt haben, führt der Coach mit Hilfe von Fragetechniken durch den Motivationsprozess, damit der Coachee später in der Lage ist selbst Lösungen/ Anreize/ Ideen für sich zu erarbeiten. Der Coach agiert hier als Unterstützer/ Begleiter, um den Coachee in die Rolle des eigenen „Gamechangers“ zu begleiten.

Fragen während des Coaching Prozesses:

Systemische Fragen* :

Coach: „Udo, mal angenommen du blickst in die Zukunft. Woran merkst du, dass sich deine Gedanken zum Thema „Neues Geschäftsmodell“ in Realität umgesetzt haben? Was hat sich gegenüber heute geändert?“

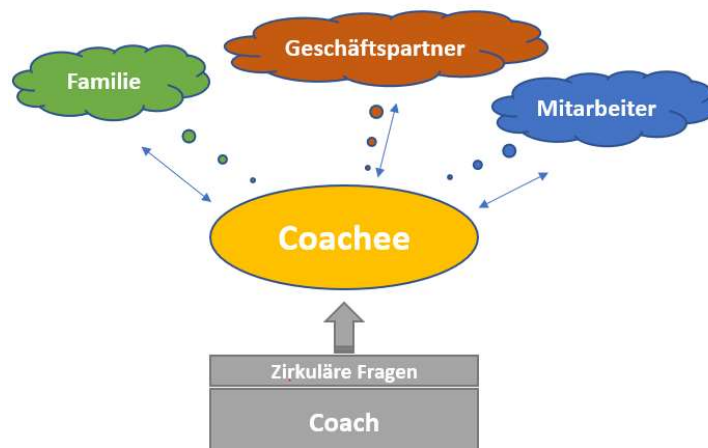
Coachee: „Ich habe etwas geschaffen, von dem ich vorher nie gedacht hätte, dass ich das wirklich angehen werde. Ich habe es geschafft mich unabhängiger von Handel zu machen, indem ich meinen eigenen „Digitalen Vermarktungskanal“ aufgebaut habe und somit meine Fruchtsäfte direkt an Endkonsumenten vermarkten kann. Darüber hinaus bekomme ich seitdem viel mehr Feedback von Konsumenten Seite, was meine Produkte angeht. Das ist für mich sehr spannend und lässt mich darüber nachdenken, ob es noch eine andere Art Produkten/ Innovationen geben könnte, die die Endkonsumenten interessieren.“

(*Systemische Fragen sollen beim Klienten zum Nachdenken provozieren und andere Sichtweisen einzunehmen)

Zirkuläre Fragen*

Coach: „Woran würde Familie, Geschäftspartner, Mitarbeiter sehen, dass du eine Veränderung für dein Unternehmen erfolgreich in die Wege geleitet hast? Beschreibe die Veränderung aus der Sicht der anderen.“

Coachee: „Vor allem meine **Mitarbeiter** würden sagen, „Udo...wir fanden es super, dass wir Teil der neuen Innovation sein durften und auch weiterhin sind. Seit dem haben wir das Gefühl, dass wir zusammen als Team die Zukunft mitgestalten können“....Meine **Familie** würde mir sagen, dass ich es selbst gewesen bin, der was Neues geschaffen hat, denn vorher habe ich das laufende Geschäft von meinem Vater übernommen, aber irgendwie war das nie so richtig „mein eigenes Baby“....Meine **Geschäftspartner** würden meine neue Unternehmensausrichtung zwar akzeptieren, allerdings nicht so viel Bedeutung bemessen, da sie immer noch denken, dass der Handel die Macht in der Lebensmittel Branche hat.“



(*Zirkuläre Fragen fordern den Klienten auf etwas über sich selbst aus der Perspektive eines Anderen zu sagen. Diese indirekte Frage zeigen dem Klienten auf welche Bilder jemand von anderen oder Vorgängen hat.

*Graphik designed © by Peter Beer

Ressourcenorientierte Frage*:

Coach: „Hast du in der Vergangenheit schon ähnliche Fälle gehabt, wo du dein Geschäftsmodell hinterfragt hast? Wenn ja, wie bist du das damals angegangen und wo warst du dabei erfolgreich?“

Coachee: „Ja, wir hatten vor ca. 7 Jahren die ersten Fälle, dass Discounter und anderen Lebensmittel Einzelhandelsketten (LEH) ihre Fruchtsaft-Eigenmarken verstärkt distribuierten und unsere Produkte teilweise aus dem Regal auslisteten. Diesen Verlust konnten wir durch innovative Fruchtsaft Komponenten wie „Ready to Drink“ (RTG) „Smoothy“ Lösungen ausgleichen, die beim Endkonsumenten gut ankommen. Das hat mir schon damals gezeigt, dass man innovativ sein muss, um sich vom Markt und Händlern abzugrenzen.“

(*Ressourcenorientierte Fragen stellen den Gesichtspunkt in den Vordergrund, die beim Bewältigen von Herausforderungen hilfreich sein können)

Blick auf Ausnahmen*:

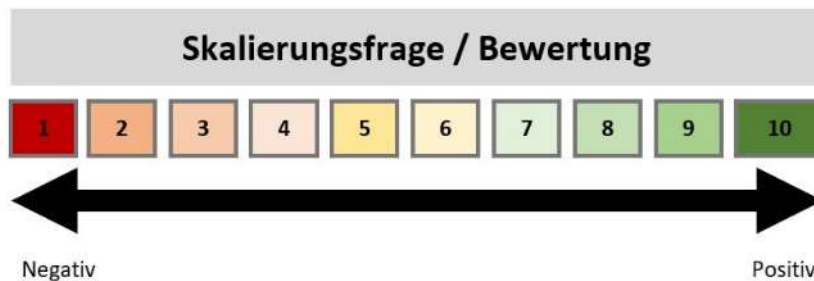
Coach: „Was war damals anders als heute? Wie hast du dich verhalten?“

Coachee: „Die Händler hatten damals noch nicht die Möglichkeit mit Ihren Eigenmarken auf solche Innovationen wie Smoothy zu reagieren, da sie sich damals mehr auf 0,7 Liter Massenprodukte spezialisiert haben als gesunde RTG Smoothys. Wir hatten damals einen technischen und innovativen Vorsprung in unseren Produktionsmöglichkeiten. Das hat uns damals gerettet und im Markt etabliert. Im Moment sehe ich den Trend, dass der Handel und Discounter ihre Marken verstärkt über eigene Webshops/ Partner Shops oder Lieferdienste an den Endkonsumenten nach Hause liefern. Dies hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt und ich denke wir sollten überlegen welchen Weg wir im „Digitalem Geschäftsfeld“ als Fruchtsaft Hersteller gehen wollen.“

(*Blick auf Ausnahmen konfrontiert den Klienten mit Erfahrungen aus der Vergangenheit und Gegenwart und reflektiert sein Verhalten in der damaligen Situation)

Auswirkungen + Skalierungsfrage*:

Coach: „Welche positiven Auswirkungen würde das neue „Digitale Geschäftsfeld“ für dich und deine Mitarbeiter evtl. haben? Gilt es noch andere Themen wie Risiken, die du dabei berücksichtigen müsstest? Auf einer Skala von 0 (negativ) – 10 (positiv). Wie würdest du die Bedeutung neuen digitalen Geschäftsfeldern einordnen?“



*Graphik designed © by Peter Beer

Coachee: „Über die tatsächlichen Auswirkungen habe ich mir noch keine richtigen Gedanken gemacht, aber ich weiß, dass es Auswirkungen in beide Richtungen (positiv wie negativ) haben wird. Ich denke, ich muss die richtige Balance finden und genau abwägen, welche Potentiale mir ein neues bzw. eigenes „Digitales Geschäftsfeld gibt“ und was ich aufgeben muss, wenn ich

mich aus dem Handel mehr zurückziehe...Wenn ich mir es genau betrachte, kann die Lösung nur in der Zukunft liegen, also bewerte ich die Chance für das „Neue/ digitale Geschäftsfeld“ auf 7, also positiv“.

(*Skalierungsfragen sind ein Instrument des systemischen Modells und helfen dem Klienten dabei ein Verhalten oder Erleben präziser zu beschreiben)

Spontane Reaktion*

Coach: Schließ deine Augen und beschreibe mir wie sich die zukünftige Situation etwas Eigenes, Neues aufzubauen gegenüber der damaligen Situation anfühlt, als du das Unternehmen von deinem Vater übernommen hast? „Was fühlst du dabei?“

*Coachee „Oh schwieriges Thema...ich hatte schon immer irgendwie das Gefühl, dass ich die Firma leite, weil es Vater damals so wollte...irgendwie bin ich da reingewachsen und als einziger Sohn war es für mich auch nachvollziehbar, dass was mein Vater aufgebaut hatte, im Sinne der Familie weiterzuführen. Aber irgendwas ist anders, ich habe diesmal das Gefühl, dass **ich selbst** was ganz „Neues“ schaffen kann. Das Gefühl gibt mir irgendwas von Selbstverwirklichung, auch wenn ich noch nicht genau die Antwort für die Zukunft kenne, wie mein neues „Digitales Geschäftsfeld“ aussehen wird...ich habe da total Freude dran, das auszuarbeiten, visionärer zu denken denn ich weiß, dass nur ich als Chef die Veränderung nach vorne treiben kann...“.*

(*Die spontane Reaktion des Klienten gibt dem Coach die Chance seine Gefühlswelt besser zu verstehen. Dabei ist es für den Coach besonders wichtig auf das Gefühl, die Gestik, Mimik also Körpersprache, sowie der Charakter der Stimme des Klienten ((laut, leise, bedacht, euphorisch, ängstlich, aufbrausend, still, etc.) wert zu legen. Die spontane Reaktion sollte dem Klienten durch den Coach im Coaching widergespiegelt werden, um eine emotionale Beziehung zwischen dem Klienten und Coach aufzubauen. Fühlt sich der Klient in seinen Emotionen & Handlungen durch den Coach verstanden, ist die Beziehungsebene zwischen beiden Parteien in der Regel intakt). In diesem Beispiel verbindet der Coach die geschaffene Ressource (Freude/ Visionäres Denken) des Klienten, indem er im Anschluss eine hypothetische Frage stellt.),

Hypothetische Frage*

Coach: „Könnte man evtl. sagen, dass du selbst dein eigener „Gamechanger“ bist?“

Coachee: „Ja, du bringst es auf den Punkt“...nur ich selbst kann die Veränderung herbeiführen, ansonsten laufe ich Gefahr irgendetwas oder irgendwem hinterherzulaufen, wo ich mich dann aber wieder in Abhängigkeit gebe...und genau das will ich nicht! “

„Hypothetische Fragen“ laden den Klienten zu einem offenen Gedankenspiel über die Zukunft ein. Durch das Erleben positiver Emotionen tritt bereits eine Veränderung des mentalen Zustandes ein.

Im beschriebenen Fallbeispiel hat der Coaching Prozess bewirkt, dass der Klient verstanden hat, dass er selbst verantwortlich für den Veränderungsprozess ist. Somit kann der Coach niemals der Gamechanger für einen Klienten sein! Die Aufgabe des Coaches ist es den Klienten durch den Coaching Prozess in die Lage zu bringen, dass dieser aus innerer Selbstüberzeugung den Veränderungsprozess starten möchte. Die hypothetische Frage zum Schluss dient dazu, dass der Klient selbst entscheidet, ob er sein eigener Gamechanger sein möchte, oder dies evtl. doch nicht so sieht.

2.4 Gamechanger – Die Rolle des Klienten

Der Coachee hat mit Unterstützung von unterschiedlichen Fragestellungen des Coaches bereits verstanden, dass nur er selbst für die Veränderung verantwortlich ist, was eine sehr gute Ausgangslage ist Lösungen zu erarbeiten. D.h. die Grundhaltung des Mandanten etwas positiv zu verändern ist geschaffen, jedoch hat der Coachee noch diverse Fragezeichen, was sein neues „Geschäftsfeld“ angeht. Der Coach unterbreitet dem Coachee daher ein Angebot die Rolle des Gamechanger selbst zu entwickeln:

Coach: „Udo, erstmal vielen Dank für deine Erläuterungen und Einblicke in deine Gefühlswelt. Es ist wirklich toll zu sehen, dass du so motiviert bist was „Eigenes“ und „Neues“ auf die Beine zu stellen. Wir haben bereits ein paar Themen für dich sortiert, aber ich habe das Gefühl, dass du noch ein paar Fragezeichen hast, wie dein „Neues Geschäftsfeld“ zukünftig aussehen soll? Hast du evtl. Lust mal „Out of the box zu denken“, um dich in der Rolle des eigenen Gamechanger zu positionieren?“

Coachee: „Ja, das wäre sehr interessant für mich.“

Die folgende Coaching Modelle „Timeline & Tetralemma“ sollen dem Coachee dabei helfen eine bessere Einschätzung von Optionen für zukünftige Entscheidungen zu bekommen.

Ziel dabei ist es, dass der Klient sich dabei selbst die Antworten gibt und das Gefühl bekommt, selbst etwas erarbeitet zu haben.

Timeline – Roadmap of Success

Der Klient hat bereits erwähnt, dass er in der Vergangenheit erfolgreich schwierige geschäftliche Situationen bewältigte, indem das Unternehmen Produkt Innovationen auf den Markt brachte. Die neue Situation/ Überlegung ein „Neues“ bzw. „Digitales Geschäftsfeld“ aufzubauen versetzt den Klienten jedoch in eine Situation, die er nicht wirklich kennt und unsicher wirkt. Ziel ist es den Klienten dabei spielerisch zu unterstützen, indem er sich selbst seine zukünftige Roadmap (Timeline) aufbaut, um in Handlungsaktivitäten zu gelangen.

Hypothese des Coaches:

Coach: „Nehmen wir an du stehst jetzt gerade mit der Firma an einer Kreuzung. Wo fährst du hin? Geradeaus, in der Hoffnung es geht immer so weiter und du landest nicht in einer Sackgasse? Fährst du zurück, denn du kennst bereits den Weg, von wo du hergekommen bist. Biegst du links ab, weil da ein Schild steht „Digitale Transformation“ oder doch lieber rechts Richtung „Lebensmittel Einzelhandel + Discounter“ in den vermeintlich sicheren Hafen? Oder biegst du zwischendurch mal ab, um über ganz neue Geschäftsfelder „out oft he box“ nachzudenken, an die du noch gar nicht gedacht hast? Was macht das mit dir? Nehmen wir an du kannst dir die „Roadmap of Success“ selbst bauen, wie müsste diese aussehen, wann müsstest du an einer Kreuzung anhalten damit deine Firma nicht überfahren wird? Was benötigst du, um zu entscheiden, ob du wann du in welche Richtung weiterfährst?“

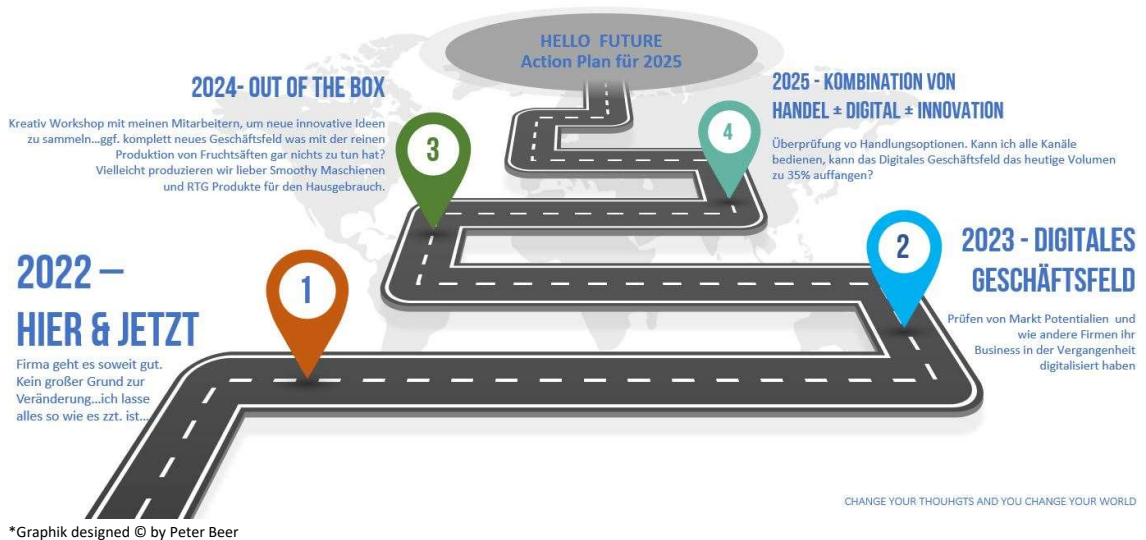


*Graphik designed © by Peter Beer

Roadmap/ Timeline:

Im folgendem Beispiel hat der Klient vier Themenfelder erarbeitet & definiert, die er auf seine „eigene Roadmap mit Timeline und Ankerpunkten“ festgehalten hat:

Timeline - Roadmap



Timeline/Tetralemma:*

Der Coach verknüpft die Timeline mit dem Tetralemma Modell, um dem Coachee ein besseres Gefühl für seine zukünftige Entscheidungsfindung zu geben.



Hier & Jetzt:

Coach: „Du hast die heutige Situation mit „Hier und Jetzt“ beschrieben.

Kannst du die Bitte die 1. auf den Boden legen, dich draufstellen und mir mitteilen, wie es dir dabei geht? Was spürst du, was bewegt dich?“

Coachee: „Es fühlt sich eher rational an, denn ich weiß wie die aktuelle Situation zzt. ist. Ich könnte alles so lassen wie es ist und es würde sich wahrscheinlich nicht großartig was ändern.“



Digitales Geschäftsfeld:

Coach: „Was sagt dir deine innere Stimme, wenn du auf die auf die Nr. 2 gehst?“

Coachee: „Es fühlt sich spannend und aufregend an. Gleichzeitig merke ich aber, dass ich mich schlau machen sollte, was andere Unternehmungen in der Vergangenheit getan haben, als sie ihr Business Modell digitalisiert haben. Ich habe ja schließlich eine Verantwortung meinen Mitarbeitern gegenüber und laufe nicht einfach blind drauf los. Am besten frage ich mal einen Business Partner aus der Getränkebranche wie sie ihr Business Modell damals digitalisiert haben.“



Out of the box:

Coach: „und jetzt..was spürst du bei Punkt 3.?“

Coachee: „Sehr interessant. Ich spüre eine gewisse Energie, ähnlich wie bei Punkt 2. aber dennoch anders...etwas ganz anderes zu machen als das was ich bis dato gemacht habe fühlt sich

irgendwie eigenartig an...Mit digital kann ich ja noch was anfangen, auch wenn ich nicht 100% weiß wie das Ergebnis aussehen wird aber „out of the box“ zu denken fühlt sich so an wie Kind zu sein, zu spielen und was Neues zu entdecken ohne was kaputt zu machen...ich werde diese Inspiration auf jeden Fall meinen Mitarbeitern vorstellen und sie zu einem oder mehreren Innovations Workshops einladen...das wird was ganz anderes als was wir bis dato im Unternehmen gemacht haben...toll... 😊“



Kombination von unterschiedlichen Modellen:

Coach: „Was sagt dir dein Inneres Ich zu Punkt 4?“

Coachee: „Da kommt der verantwortungsvolle Unternehmer wieder ins Spiel, der rational Chancen und Risiken bewerten muss, um Entscheidungen zu treffen damit das Unternehmen für die Zukunft gut aufgestellt ist. Da bin ich aber noch nicht, deswegen muss ich erstmal Punkt 1,2,3 ausarbeiten und bewerten bevor ich 2025 eine Entscheidung treffe.“

*Das Coaching Modell Tetralemma ist eine reine Entscheidungsaufstellung und kann einen sehr emotionalen Effekt beim Klienten auslösen, sobald sich dieser auf ein Thema psychisch stellt. Dieser emotionale Effekt kann dem Klienten zur besseren Entscheidungsfindung verhelfen. Die Timeline dient zur besseren Strukturierung und Visualisierung von Themengebieten. Dieses Modell wird für den Klienten angewandt, um zu schauen was in der Vergangenheit geschehen ist, wo sich der Klient heute befindet und wohin der Klient in die Zukunft gehen will.

3 Change your thoughts and you change your world

Coach: „Wenn du nochmal zurückblickst, was du in der letzten Stunde erarbeitet hast, wie ist es dir in der letzten Stunde ergangen? Hast du jetzt ein besseres Gefühl mit dem Thema „Digitales/ Neues Geschäftsmodell“ umzugehen? Wenn wir uns dein Ziel anschauen hatten wir definiert, dass du auf einer Skala von 0-10 mindestens die Zahl „6“ erreichen solltest. Hast du dein Ziel für das heutige Coaching erreicht und zudem Erkenntnisse für dich mitgenommen welche Schritte du angehen wirst?“

Coachee: „Ich befinde mich auf 7-8. Es war sehr hilfreich Orientierung in meine Gedanken zu bekommen, die in meinem Kopf kreisen und danke, dass du mir die Möglichkeit gegeben hast „out of the box“ zu denken...das war sehr inspirierend“.

Coach: „Gern geschehen... und wann fängst du mit der Umsetzung an?“

Coachee: „Gleich Morgen!“

Abschlussworte von gamechanger.com:

In jedem von uns steckt ein „Gamechanger“, getreu nach dem Motto: „Change your thoughts and you change your world“ zeigt auf, dass vieles im Leben möglich ist...man muss es halt nur machen...

@INKONSTELLATION: Vielen Dank für die spannende Reise des „Systemische Coachings“.

© Peter Beer

www.your-gamechanger.com

4 Glossar

KI/ Künstliche Intelligenz:

Die KI beinhaltet das Lernen und Denken der Menschheit auf Computertechnik zu übertragen und somit Intelligenz zu verleihen. Eine KI ist in der Lage eigenständig Antworten zu finden und selbstständig Probleme zu lösen.

Buzzword:

Wird als Ausdruck oder Spruch bezeichnet, durch den besondere Beachtung erzeugt werden

Change Management:

Change Management bedeutet Veränderungsmanagement in Organisationen, die eine umfassende, bereichsübergreifende und inhaltlich weitreichende Veränderung – zur Umsetzung neuer Strategien, Strukturen, Systeme, Prozesse oder Verhaltensweisen – in einer Organisation bewirken sollen

Trail and Error Culture:

Ist eine Methode, um Probleme zu lösen, bei der so lange zulässige Lösungsmöglichkeiten versucht werden, bis die gewünschte Lösung gefunden wurde. Fehlschläge werden dabei in Kauf genommen. Umgangssprachlich bezeichnet man diese Vorgehensweise als „Ausprobieren“.

Insights:

Ein Insight ist eine Mischung aus Alltagsbeobachtung, Zielgruppenkenntnis und deren Bedürfnisse, Lifestyle Trends und dem Denken „out of the box“.

Cluster:

Der Begriff Cluster kommt aus der englischen Sprache und bedeutet Bündel oder Haufen von diversen Themen. Das hat einen großen Vorteil: Entwicklungen, Produkte und Projekte kommen dadurch schneller voran.

SMART Formel:

Der Begriff kommt aus dem Englischen und steht für: «spezifisch, messbar, akzeptiert, realistisch und terminiert». Es geht darum smarte Ziele mit dem Klienten zu formulieren.

Distribuierten

In der Praxis wird der Begriff oft im Vertrieb & Verkauf benutzt. Üblicherweise werden als Distribution alle Prozesse bezeichnet, die zwischen Produzenten und Händlern bis hin zum Endverbraucher im Absatzkanal ablaufen.

Roadmap:

Eine Roadmap, übersetzt „Straßenkarte“ oder „Fahrplan“, ist ein Plan für jede Art von Strategien oder Zielen, die grafisch entlang einer Zeitachse dargestellt sind. Innovation Roadmaps im Speziellen unterstützen die strategische Planung im Innovationsmanagement.

Out of the box:

Der Begriff beschreibt eine unkonventionelle und kreative Denkweise, die die Beteiligten in die Lage versetzt über den Tellerrand hinaus zu denken.