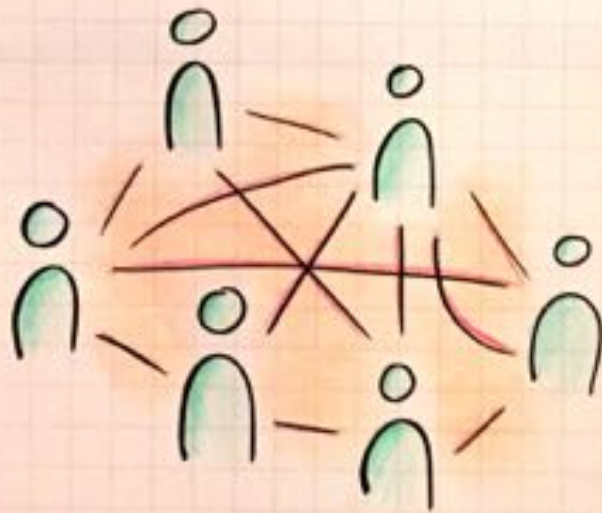


Die Performance eines Systems
ist abhängig von den Beziehungen
zwischen den Systemelementen
und nicht der Leistungsfähigkeit
Einzelner.





1. Übersicht systemischer Prozess **IM** Integrales **M**anagement

Was macht ihn so einzigartig:

- Bahnbrechende **Vision** und seit 30 Jahren in der Praxis **erprobt**
- **Alle** im Unternehmen sind **beteiligt** →
extern, systemischer Ansatz incl. Umsetzung
- Langfristige Prozessbegleitung/-unterstützung bis zur
nachhaltigen Verankerung im Unternehmen
- Das fehlende Glied zwischen **Strategie und kontinuierlicher
Verbesserung** (vertikale und horizontale Integration)



1. Übersicht systemischer Prozess **IM** Integrales **M**anagement

Was will er:

- Ein Prozess, der ein Unternehmen achtsam dabei unterstützt wieder als Ganzes zusammenzuwachsen. Es quasi von „**innen heraus heilt**“.
- Ein Prozess der **nachhaltig** die **Unternehmenskultur weiterentwickelt**, sie wieder lebendig werden lässt. Alle im System Beteiligten bekommen darauf Lust sich einzubringen.
- Ein Prozess bei dem **strategische Ziele**, die unerreichbar scheinen **Wirklichkeit werden**.



1. Übersicht systemischer Prozess **IM** Integrales **M**anagement

Wie wirkt er:

- Wertschöpfung durch Wertschätzung
- Von Ressourcenausnutzung zur Potentialentfaltung
- Schafft Rahmenbedingungen für sinnstiftende hierarchieübergreifende Zusammenarbeit



2. Übersicht über die Rollen des **IM** „Prozessowners“

IM-Berater:

Geschäftsführung bei Analyse, Strategie, Unternehmen / Organisation

IM-Coach:

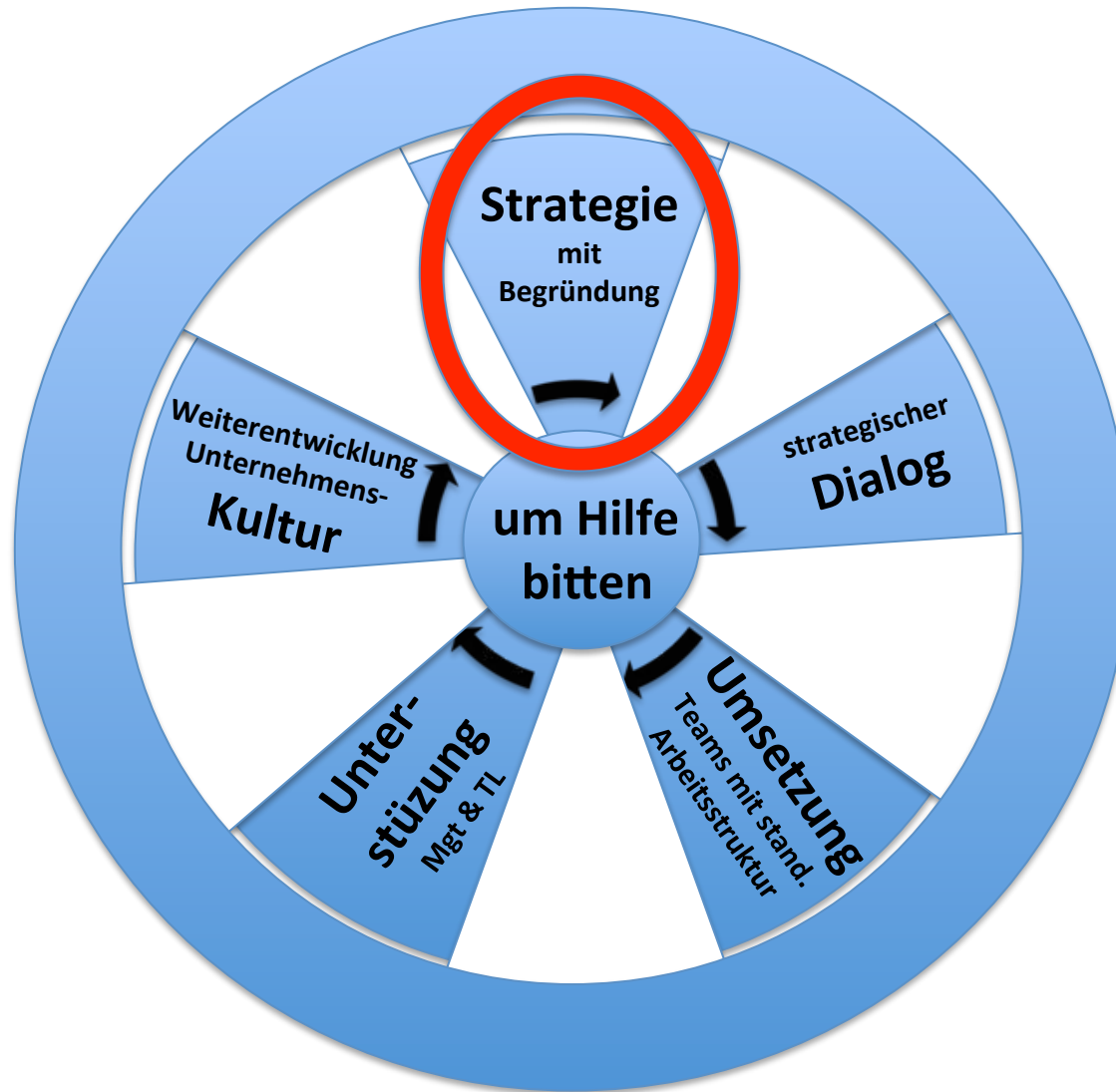
Geschäftsführung, Führungskräfte, Teamleiter, IM Teams und identifizierte Rollen wie externer oder interner Co-Trainer, interne Seminarleiter (ggf. Doppelrolle als Co-Trainer) & interne Coaches (aus Management, Team- und Seminarleitern)

IM-Trainer (Lernfahrschule des IM Prozesses):

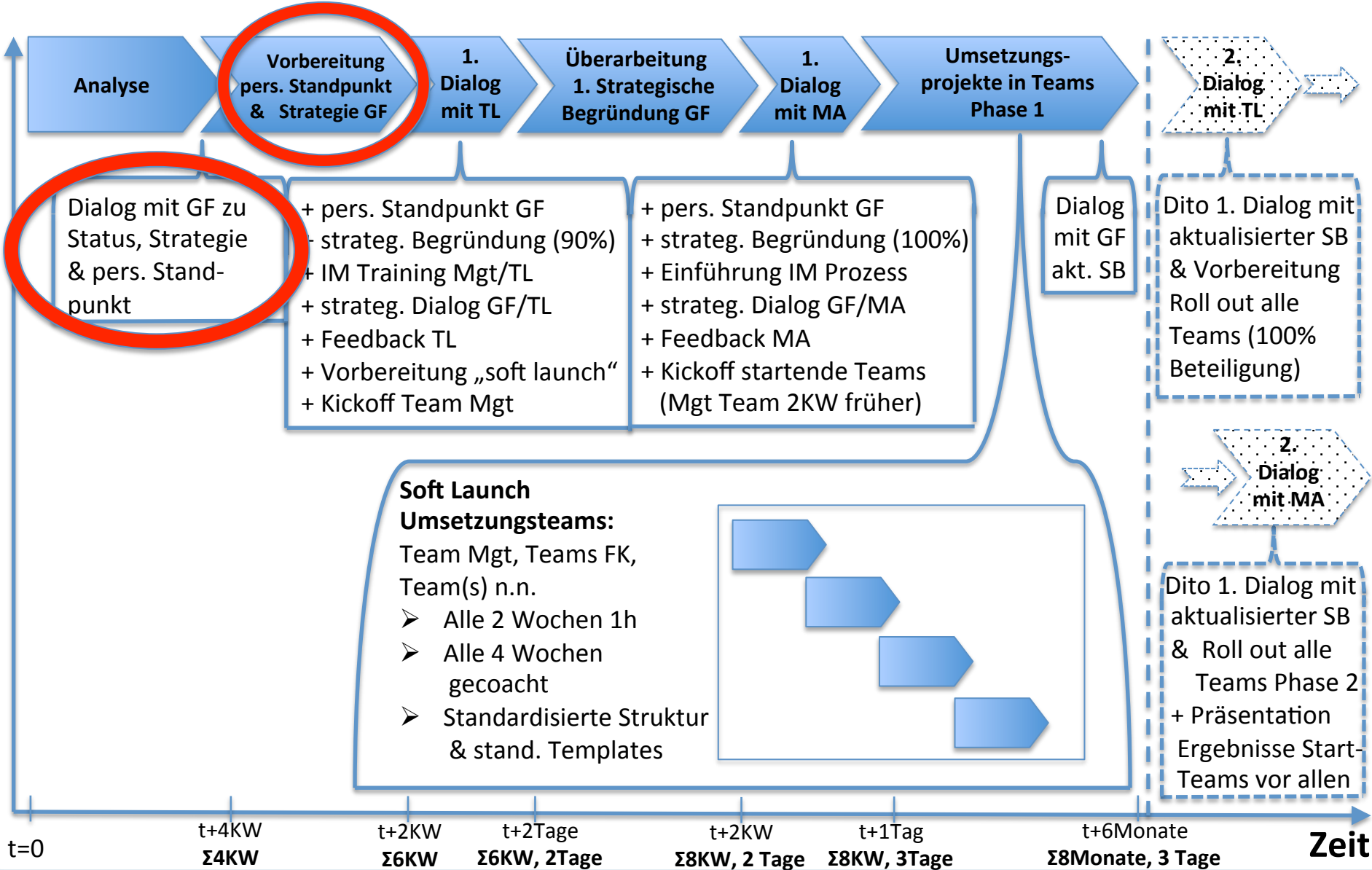
Management, Teamleiter, Co-Trainer & Seminarleiter



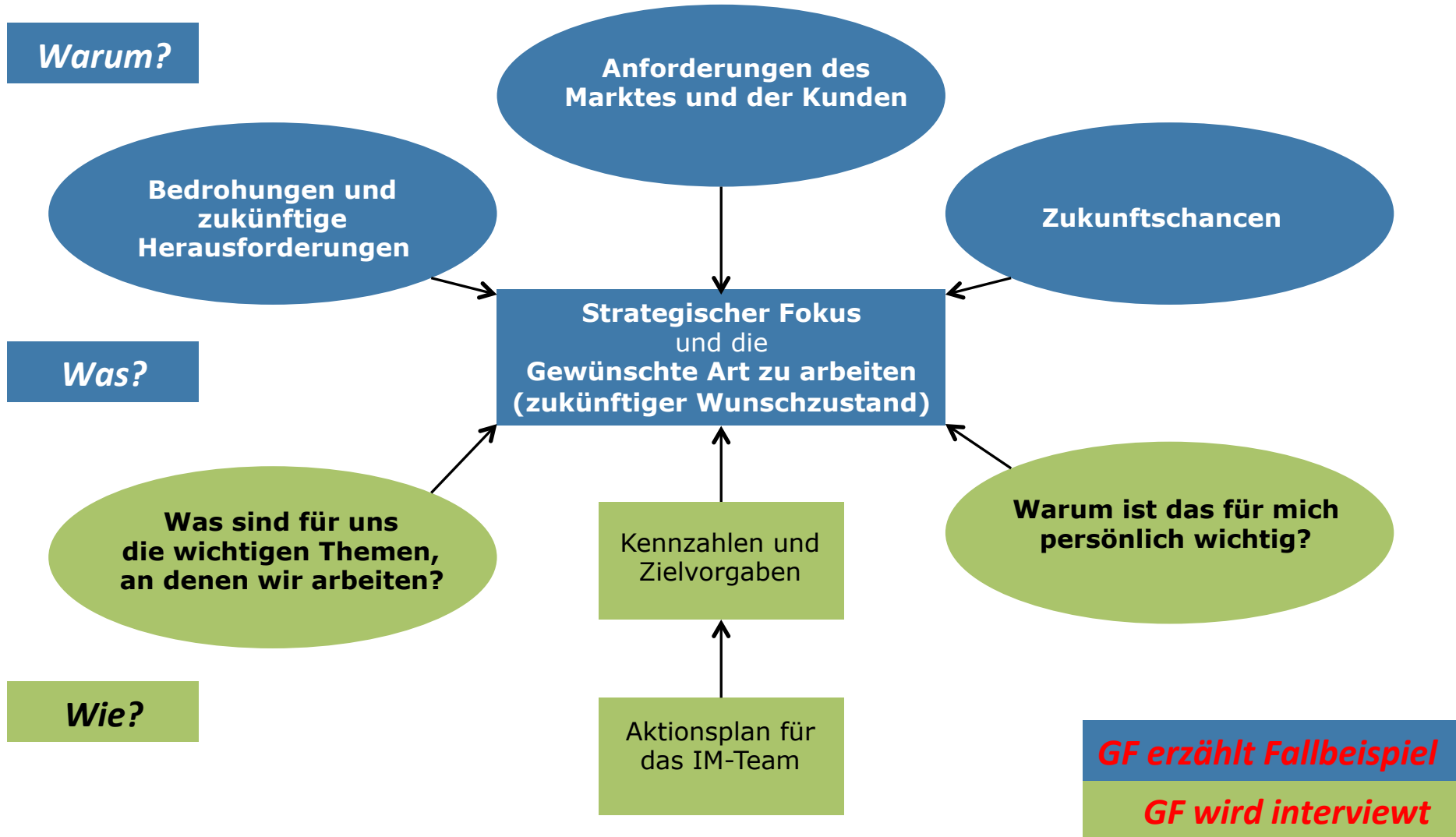
3: Das Schwungrad des IM Prozesses



4. IM Prozesslandkarte



5. Von der Strategie über den strategischen Fokus zur strategischen Begründung



6. Workshop: „ein strategisches Interview“: Fallbeispiel als Handout für den Geschäftsführer

Das Unternehmen produziert und konzipiert Anlagen zur Abscheidung/Trennung von tropfenförmigen Flüssigkeiten aus einem Flüssigkeits-/Gasgemisch. Es liefert maßgeschneiderte Lösungen für die Geschäftsfelder der Rauchgasentschwefelung in Kohlekraftwerken, Klimatechnik auf Schiffen und Tropfenabscheider für die Prozessindustrie in den Branchen Petrochemie und Öl&Gas, sowie der Zucker- und Papierindustrie.

Es ist ein 100% ige Tochter eines private-equity geführten schwedischen Konzernes.

Alle Funktionen von F&E über Produktion bis zum Verkauf incl. aller Serviceabteilungen (HR, Co&FiBu, supply chain) sind am Standort. Es gibt einen Betriebsrat.

Der Alleingeschäftsführer berichtet an den Vice President der „business area“ der direkt dem Konzernvorstand untersteht. Es sind derzeit 130MA incl. Azubis im Unternehmen.

Nach erfolgreichen Geschäftsjahren zeichnet sich seit 2 Jahren ein massiver Geschäftseinbruch ab.

Es werden aktuell erstmalig rote Zahlen geschrieben. Der Turnaround ist nicht in Sicht. 80% des Umsatzes wird für die Kohlekraftwerke erzielt, den Rest teilen sich zu je 10% die beiden anderen Geschäftsfelder. Die Kohlekraftwerksinvestition ist stark von der länderspezifischen politischen Lage abhängig und seit 5 Jahren unter massivem Preisdruck aus China. Die Patente sind ausgelaufen. Ehemalige Vertriebsmitarbeiter haben Wettbewerbsunternehmen gegründet.

Der Umsatzeinbruch beläuft sich auf -40% im Vergleich zum Vorjahr, die Bestände steigen bei rückläufigem Auftragseingang. Trotz Unterauslastung liegt die Liefertreue bei nur knapp über 40%.

Die Prozesse sind instabil, 50% der Vertriebsmannschaft haben innerhalb eines Jahres gekündigt.

Der Geschäftsführer hat die strategischen Fokus auf die Liefertreue als Stabilitätskennzahl und den Auftragseingang zur Sicherung der Auslastung gewählt. Hier mit dem Ziel höherer Marktanteile außerhalb der Kohlekraftwerke zu gewinnen.



7. Workshop: „ein strategisches Interview“: Handout für den Interviewer (unabhängig vom jeweiligen Fall)

Ziel: Eine strategische Begründung die alle vollkommen unterstützen

Inhalt: Eine Kommunikation die durch Einsicht die Energie und die Zustimmung aller bewirkt

- *Glaubwürdig, überprüfbar, verständliche Sprache, Sprache der Mitarbeiter, sinnvoll, machbar fürs Unternehmen, die Richtung vorgehend, eng genug mit der Realität der Mitarbeiter verbunden, was müssen die Mitarbeiter hören damit jeder wird erreicht eine Beziehung dazu finden kann und die Herzen ein bisschen schneller schlagen*

Ergebnis: Commitment aller, jeder kann im Team mit Aktionen anfangen um seinen bestmöglichen Beitrag zur Umsetzung der Strategie zu leisten

- *Pers. Identifikation jedes Mitarbeiters, sich zu eigen machen, realisierbar für Mitarbeiter in Teams, sich darum kümmern was im Unternehmen passiert weil sie verstehen, was auf dem Spiel steht*

Nachhaltigkeit: Dauerhafte Einsicht in die Durchführung der Strategieumsetzung im Unternehmen und im Team



8. Feedback im Plenum

Metareflection: „Murmeln“ in Gruppen à 4

Was war nützlich?

Was war hilfreich?

Was haben wir gelernt?



Literaturtipps

Integrales Management

Integral Management *Lasse Ramquist & Mats Eriksson*
zu beziehen über www.integpartner.com

Spiral Dynamics *Don Edward Beck & Christopher C. Cowan*

Ganzheitlich Handeln, die Integrale (R)EVOLUTION *Ken Wilber*

Reinventing Organizations *Frédéric Laloux*

The Cultural Map *Erin Meyer*

The End of Certainty *Illya Pripogine*

Der Weg zu den besten *Jim Collins*

Spiral Dynamics *Don Edward Beck & Christopher C. Cowan*

Führen mit Hirn *Sebastian Purps-Pardigol*

