

MINDSET
WAS ES LEISTEN KANN

***CULTURE EATS
STRATEGY FOR
BREAKFAST.***

Peter Drucker



DEFINITION MINDSET

Auf die Denkweise kommt es an. Das Mindset ist aber noch mehr: Es ist eine Einstellung, eine Haltung, eine Mentalität.



WAS KANN EIN MINDSET LEISTEN?

Den Fokus entlang der Strategie ausrichten:

Mit einem Mindset definieren Unternehmen ein greifbares Leitbild und eine gemeinsame Basis von expliziten und impliziten Erwartungen, die sie an alle Mitarbeitenden im Umgang mit Kollegen, Partnern und Kunden stellen.



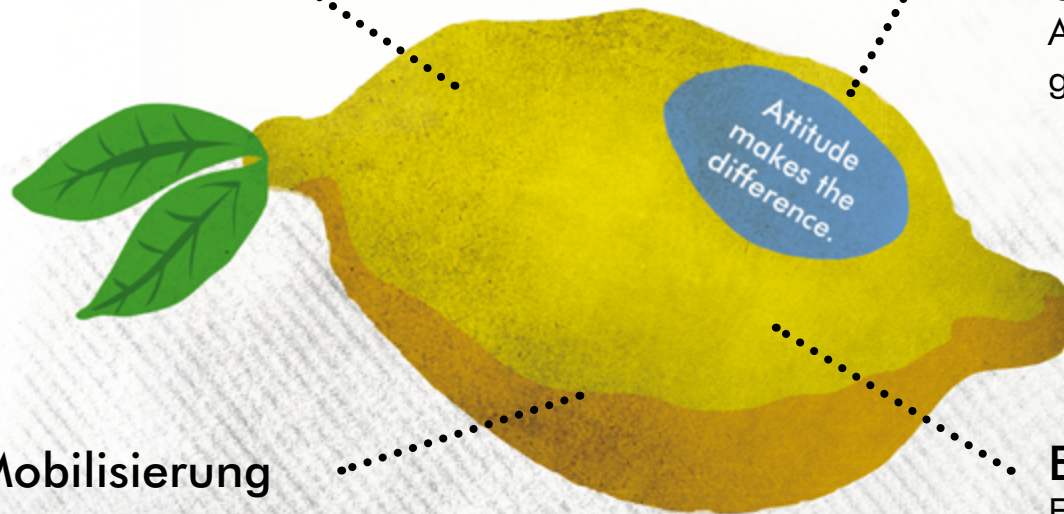
DAS KONKRETERE LEITBILD.

Erfrischung

Verbesserung des Arbeitsklimas.

Motivation

Das Mindset beschreibt durch Positivmerkmale eine Unternehmenskultur, welche die Grundlage für Entwicklung der Arbeitseffizienz und Arbeitgeberattraktivität bildet.



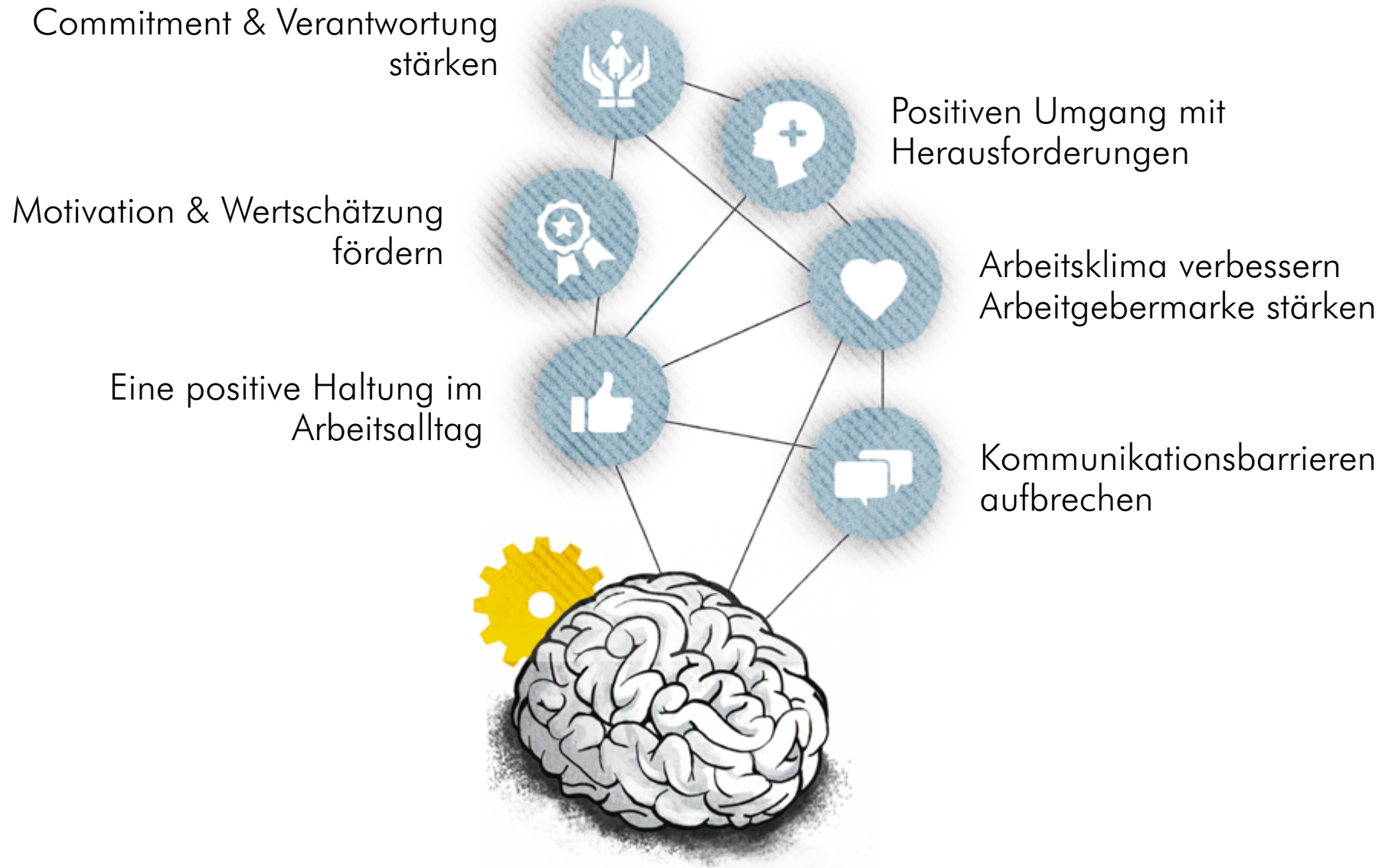
Stärkung/Mobilisierung

Teams stärken.
Entrepreneurship.

Entkalken

Festgefahrene Arbeitsweisen aufbrechen. Flexibilität herstellen.

WAS KANN EIN MINDSET LEISTEN?



WO FINDET ES ANWENDUNG?



Employer Branding



Promotion

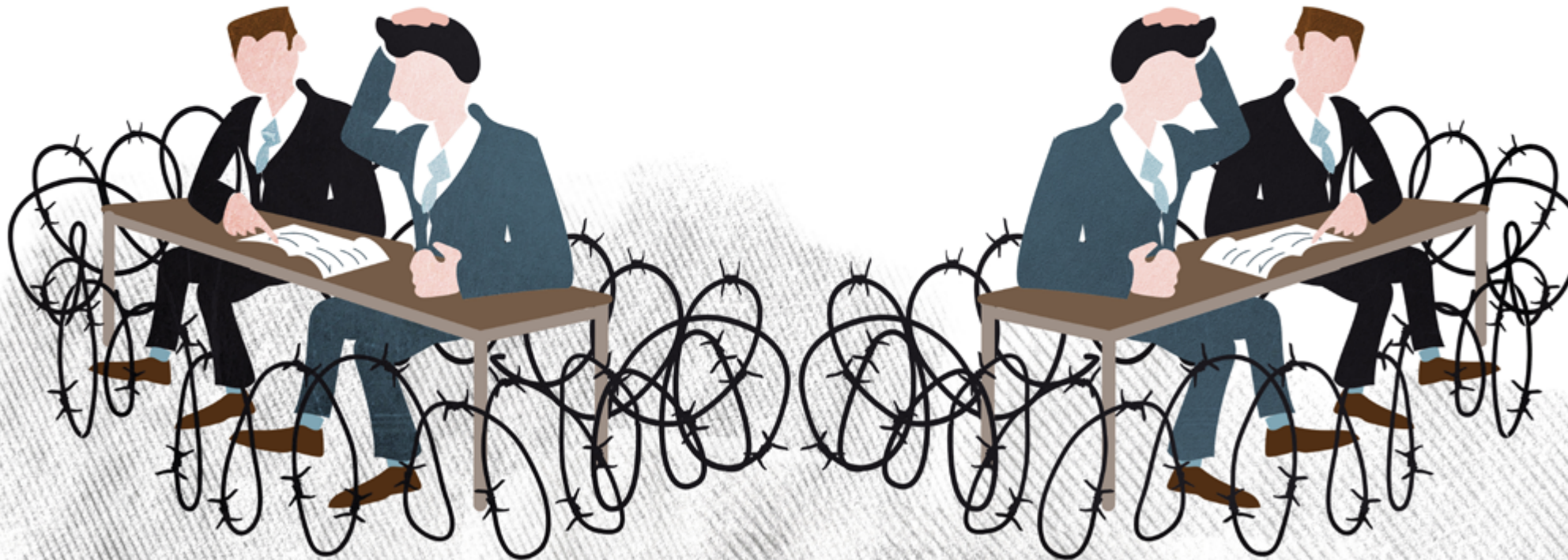


Strategieprozesse

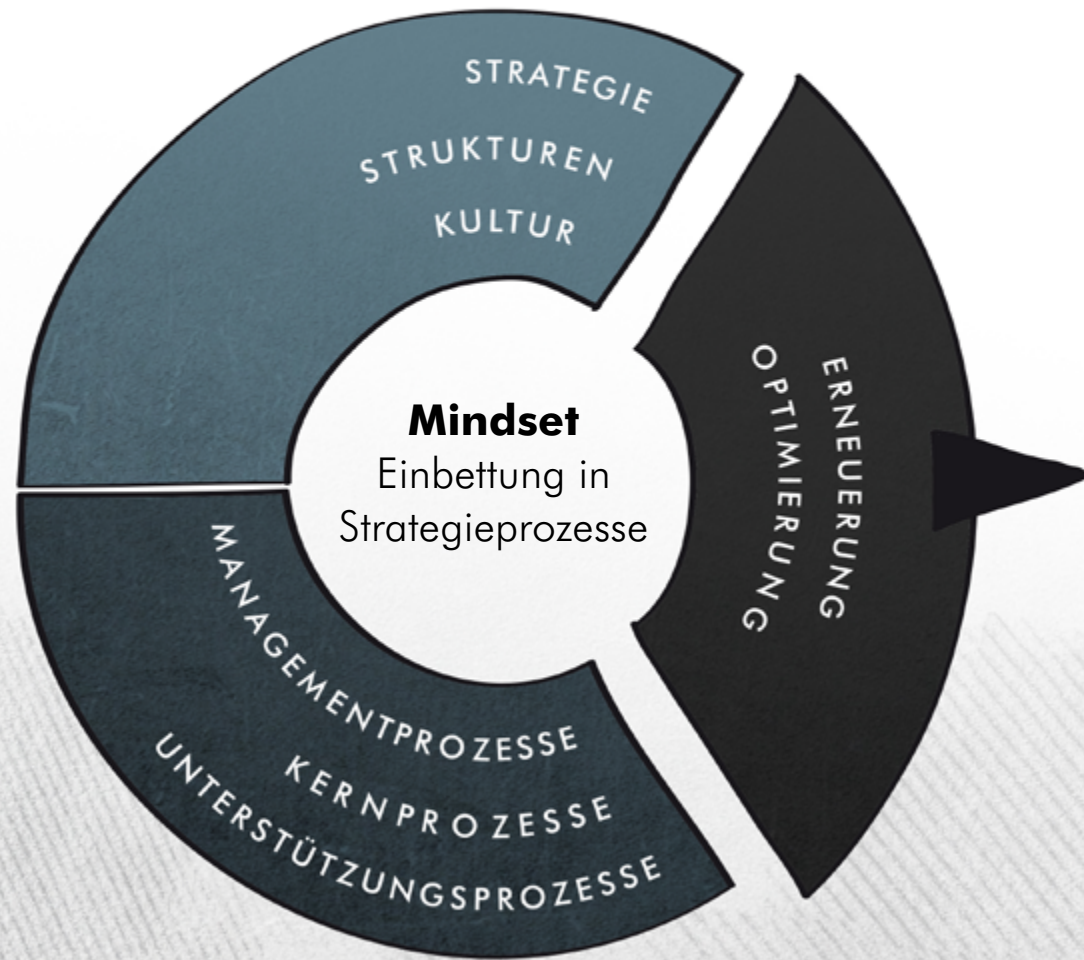


Unternehmensentwicklung

**ABTEILUNGEN ARBEITEN IN SICH
GUT ZUSAMMEN. ALLERDINGS
NICHT ABTEILUNGSÜBERGREIFEND.
#BREAKING THE SILO**



IM MINDSET KOMMT ALLES ZUSAMMEN



**EINE UNTERNEHMENSKULTUR
EXISTIERT ERST DANN, WENN
MAN EINE GEMEINSAME
VORSTELLUNG DAVON HAT.**

Edgar Schein



UNSER BEITRAG

In der Vielzahl von Projekten, die wir in Change-Prozessen und strategischer Kommunikation durchgeführt haben, waren es stets kulturelle Hindernisse, welche die Vorhaben behindert haben oder scheitern ließen.

Daher haben wir ein Vorgehen entwickelt, um durch ein Corporate Mindset zielgerichtet die Unternehmenskultur zu adressieren und Entwicklungen nicht sich selbst zu überlassen.



UNSER BEITRAG

Das Mindset wird so selbst zu einem zentralen Instrument für das Change Management. Lumen begleitet hierbei Unternehmen über alle Projektphasen: von der Konzeption über Zielfindungsworkshops, Evaluierung, Interviewkonzeption, Design bis hin zur Roll-out-Gestaltung – und natürlich auch fortlaufend bei der eigentlichen Umsetzung.



***DAS MINDSET WIRD
SO SELBST ZU EINEM
ZENTRALEN INSTRUMENT
FÜR DAS CHANGE
MANAGEMENT.***

NEUE ANFORDERUNGEN

Ein Mehr an Verantwortungsübernahme,
ein Ergebnis und Effizienzorientierung,
eine höhere Eigeninitiative und ein über
den Tellerrand hinausgehendes Denken.



***DAS MINDSET RICHTET
DIE UNTERNEHMENS-
KULTUR ENTLANG DER
STRATEGISCHEN ZIELE
FÜR DIE ZUKUNFT AUS.***

EMPOWERMENT & RESPONSIBILITY

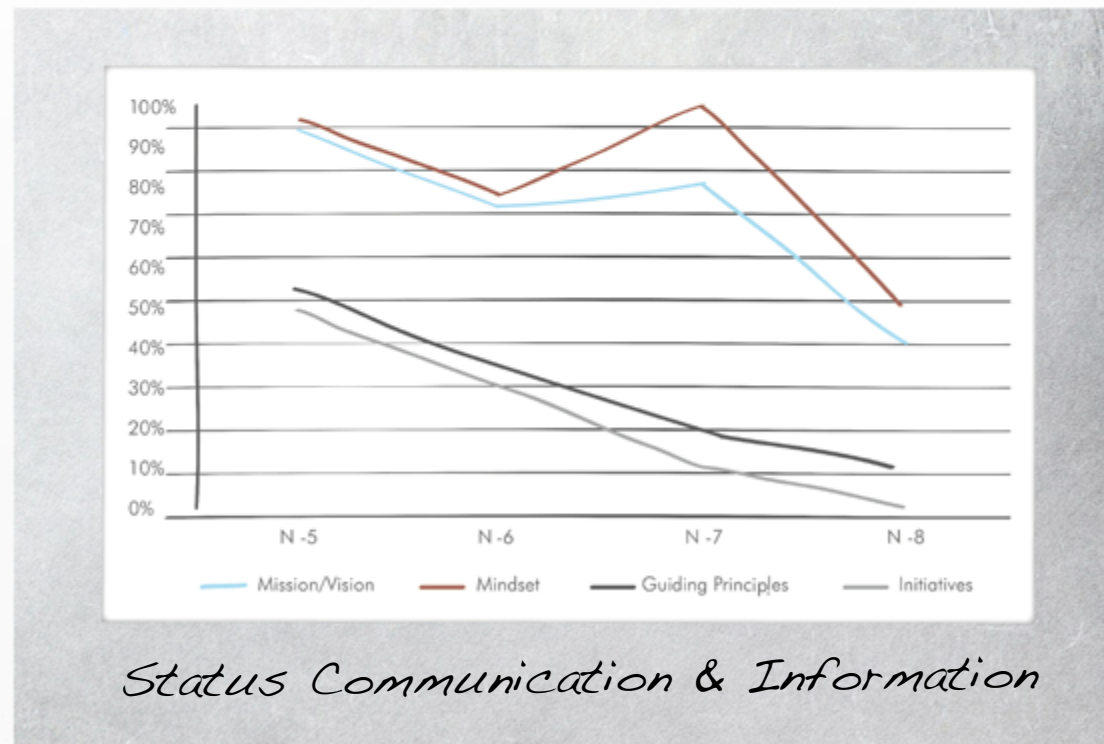
Das Mindset verhilft der Unternehmenskommunikation zu einer tieferen Rezeption und den Mitarbeitenden zu einem besseren Verständnis für Strategie und Veränderungen im Unternehmen. Es liefert bildhafte und konkrete Inhalte für die Unternehmenskommunikation. Implizite Wahrnehmungen und Vorstellungen erhalten Worte und greifbare Bilder.

Durch den Einsatz von visuellen Medien entstehen Werkzeuge, die jeder Mitarbeitende über Länder- und Generationengrenzen hinaus für sich und mit seinem Team zur Reflektion einsetzen kann.



INVESTITIONEN MESSBAR MACHEN

Häufig meinen wir, dass ein Corporate Mindset eher „soft factors“ adressiere – das bedeutet jedoch nicht, dass es als strategische Initiative und Invest nicht messbar wäre. Schon bei der Kommunikation zeigt sich, dass eine reduzierte und visuelle Kommunikation zu einer höheren Rezeption auf allen Mitarbeiter-ebenen führt.



DAS MINDSET
STÄRKT DIE GESAMTE
UNTERNEHMENS-
KOMMUNIKATION
UND ARBEITGEBER-
ATTRAKTIVITÄT.

STÄRKUNG DES EMPLOYER BRANDINGS

Das Mindset stärkt als strategische Initiative das unternehmenseigene „Branding“, sowohl für Partner, Lieferanten und Kunden, aber auch im besonderen Maße die Arbeitgebermarke für Bewerber und Mitarbeitende. Sie wird zu einem Herzstück für das „Employer Branding“, da es über rein beschreibende Marketingbotschaften hinausgeht.



FÜR 95 %

DER ARBEITNEHMER

IST DAS BETRIEBSKLIMA

WICHTIGER ALS DAS

GEHALT.

HERLEITUNG

Für die Erarbeitung des Mindsets nehmen wir uns Zeit:
 Das Mindset wird aus einer Vielzahl von Interviews und Workshops erarbeitet.
 Durch die Ergebnisse gleichen wir Eigen- und Fremdwahrnehmung ab und
 bauen so eine Analyse und ein Vorgehen auf.



WERKZEUGE

Für die konkrete Umsetzung werden begleitende Materialien, Moderationsrichtlinien und individuelle Instrumente zur Reflektion entwickelt.

Durch den Einsatz von visuellen Medien entstehen erprobte und intuitive Werkzeuge, die jeder Mitarbeitende über Kultur- und Generationengrenzen hinaus für sich und mit seinem Team zur Reflektion anwenden kann.



WERKZEUGE

The image shows a template for a strategic planning tool, organized into three horizontal rows. Each row represents a different phase or mindset:

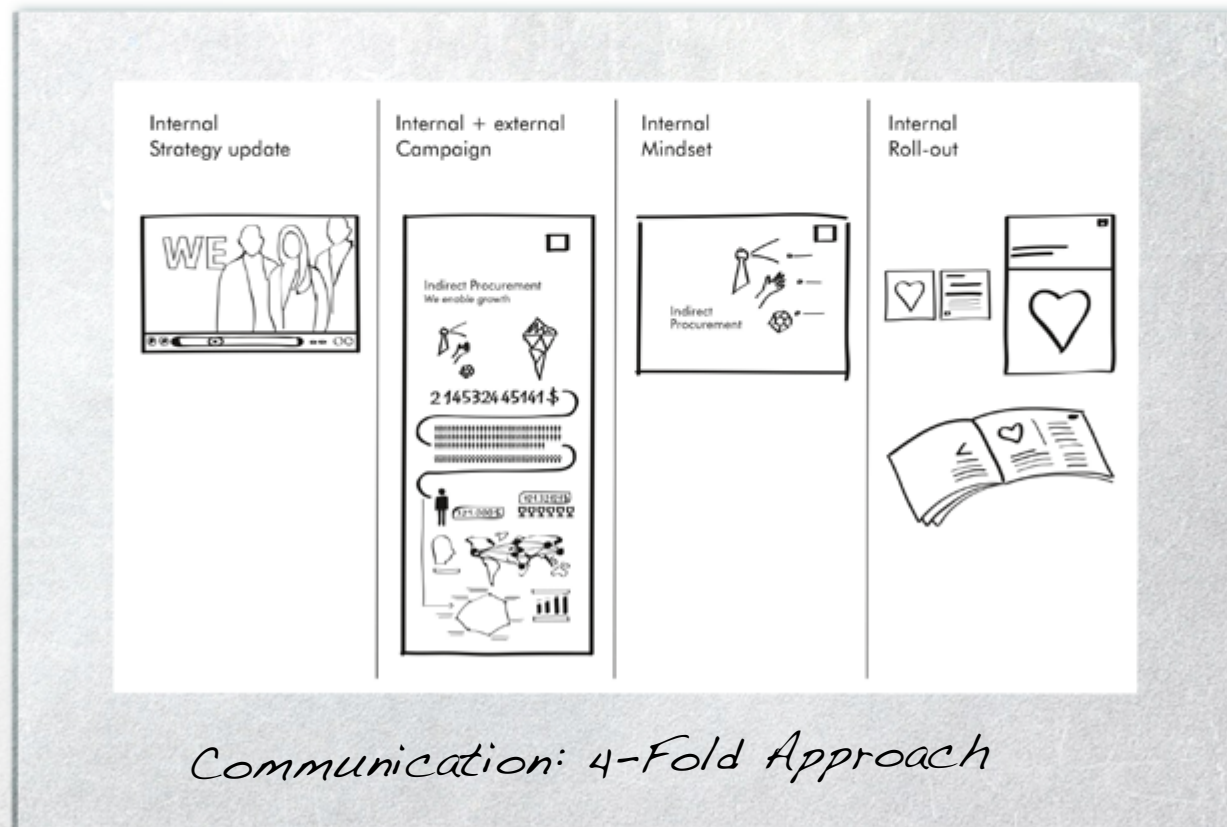
- Lead:** Mit Leidenschaft agieren.
- Think:** Verantwortung übernehmen.
- Act:** Horizonte überschreiten.

Each row contains the following elements from left to right:

- Icon:** A flag icon for 'Lead', a hand holding a document for 'Think', and a paper airplane for 'Act'.
- Title and Description:** The phase name and its associated action.
- Mapping entlang der 5 strategischen Prioritäten:** A section with five horizontal lines for notes, accompanied by a checklist icon.
- Bewertung:** A circular gauge with a needle and a pencil icon, used for evaluation.
- Messbares Ziel:** A section with five horizontal lines for defining measurable goals, accompanied by a document icon.
- Wiedervorlage:** A section with five horizontal lines for scheduling reviews, accompanied by a calendar icon.

STRATEGIE IST KOMMUNIKATION

Für den Roll-out ist es erfolgsentscheidend, alle zentralen strategischen Themen für die Interessengruppen systematisch über die jeweiligen Kommunikationskanäle medial aufbereitet zu adressieren.



EVALUATION

Auf Basis der Zielsetzung und der Strategie wird die Umsetzung des Mindsets evaluiert.

- Werden Mindset und die Notwendigkeiten für das Mindset verstanden?
- Besteht ein Link zur Strategie?
- Woran scheitert es gegebenenfalls und welches Feedback erhalten wir beim Roll-out?

Die Ergebnisse werden mit den Führungskräften systematisch reflektiert und fließen in die weitere Entwicklung ein.

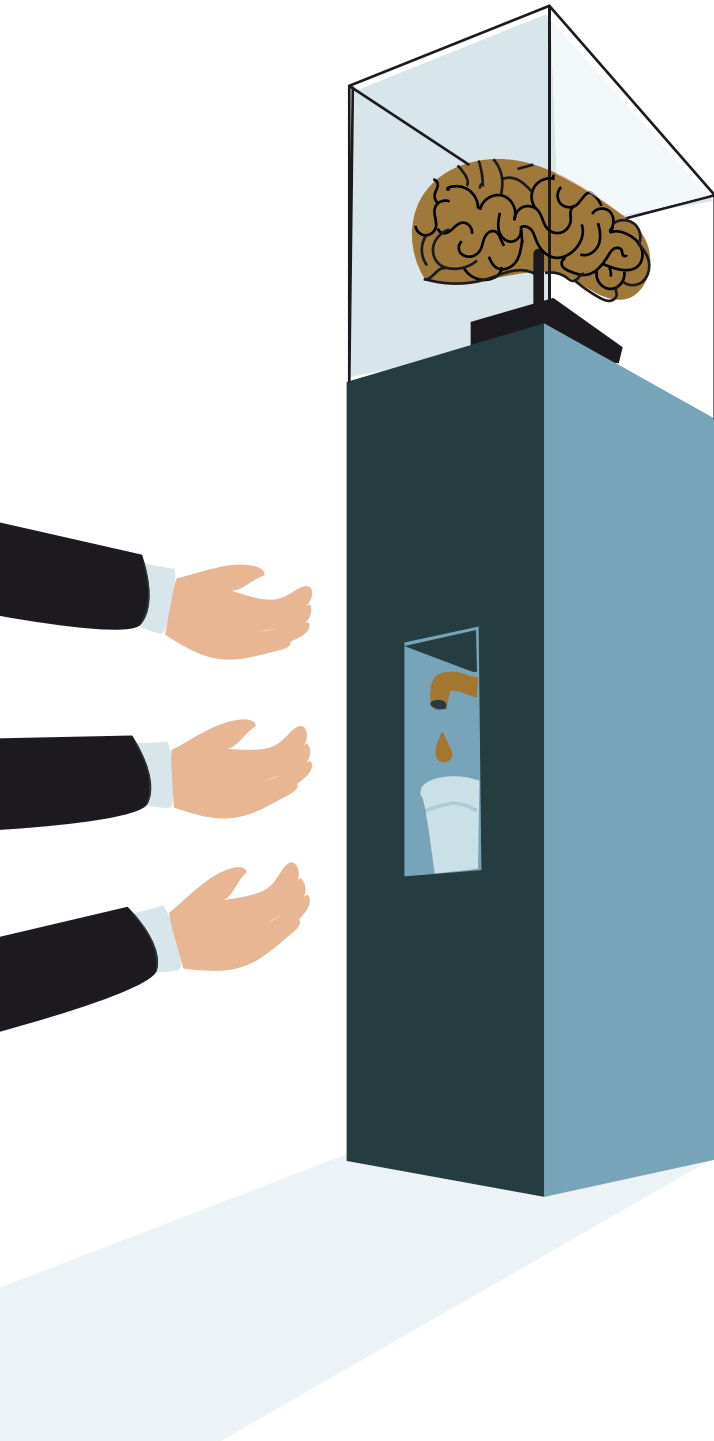
ZUSAMMENFASSUNG

Ein Corporate Mindset ist ein effektives Mittel, um die kulturellen Grundlagen für eine wirksame und effiziente Strategie zu legen. Entscheidend ist dabei die sorgsame Herleitung entlang der strategischen Ziele des Unternehmens.

Weitere Erfolgsfaktoren sind eine klare Kommunikation und eine Umsetzung, die Reflektion und Feedbackschleifen erlaubt. Dabei verliert das Mindset nicht die Kraft, auch klare Vorgaben für kulturelle Erwartungen zu definieren.

Es wird somit zu einem Herzstück für die Personalentwicklung und die Unternehmenskultur.





***DAS MINDSET
IST DAS HERZSTÜCK
DER PERSONAL-
ENTWICKLUNG UND
UNTERNEHMENS-
KULTUR.***

Indirect Procurement



Foresight



Flexibility



Focus

ANWENDUNGSBEISPIELE

Approx. **80** FTE in entities worldwide

Your spent in 2015
10.369.333 \$

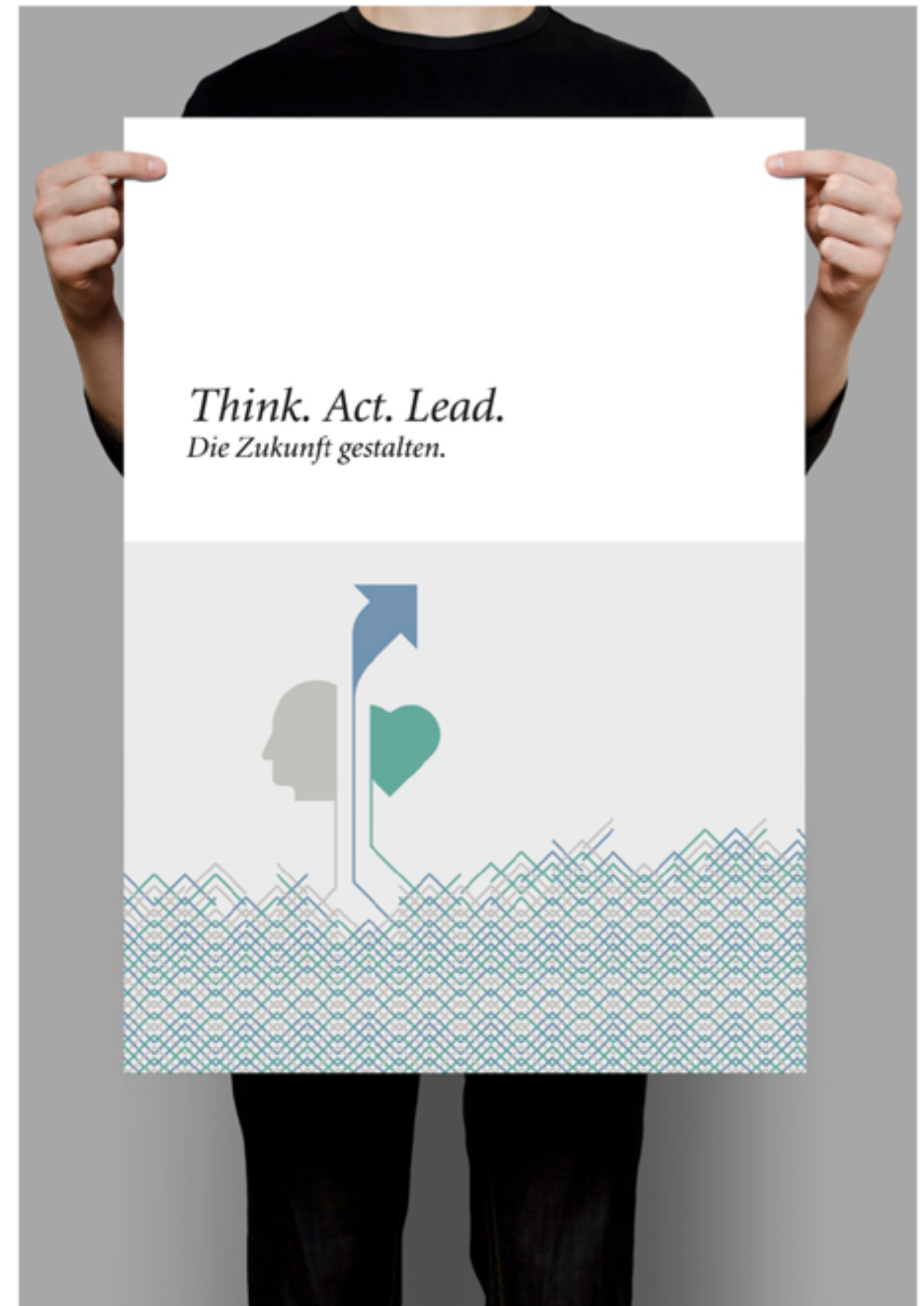
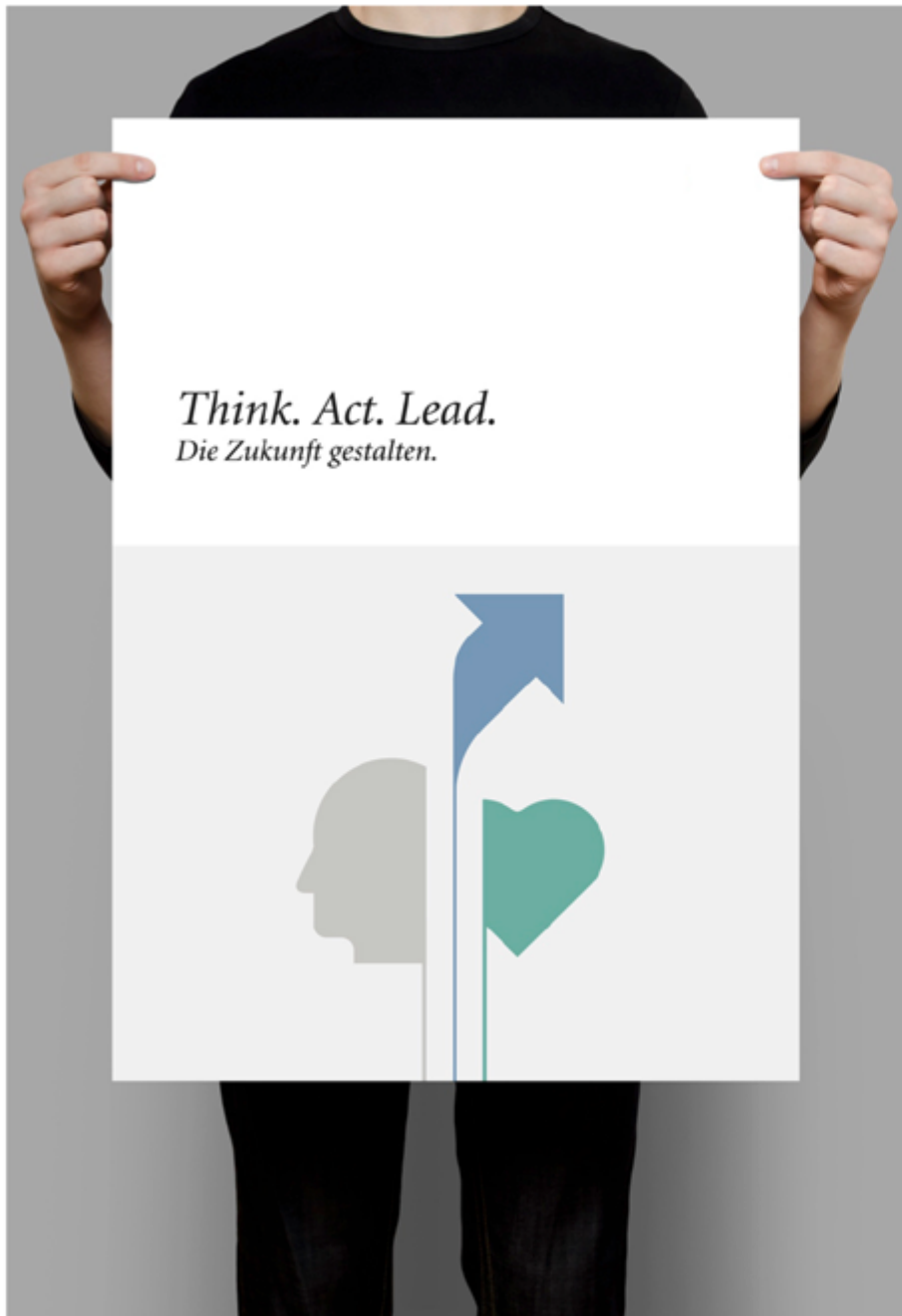
321.006 \$

Your savings in 2015

We takes a leading position in the Dow Jones Sustainability Index for Health Care with best results for Indirect Procurement



ANWENDUNGSBEISPIELE



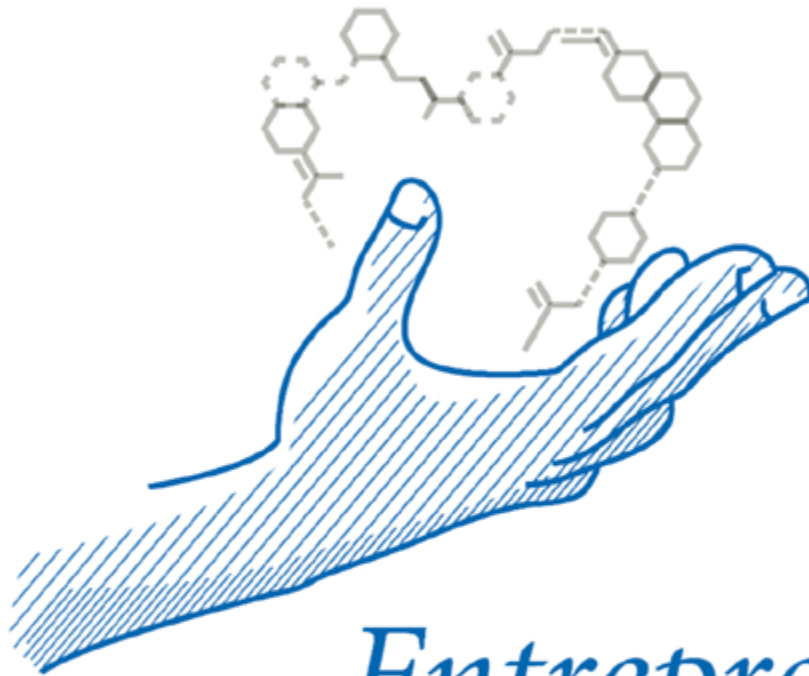
VISUELLE WERTEVERMITTLUNG



*Change &
Leadership.*

Veränderung gestalten.

VISUELLE WERTEVERMITTLUNG



Entrepreneurship.

Verantwortung übernehmen.

KLINGT KOMPLEX? MUSS ES NICHT SEIN.

Wir laden Sie gerne zu einem ersten Workshop in unsere Kreativräume in Berlin oder Wiesbaden ein. Alternativ gestalten wir gerne einen Projektraum bei Ihnen vor Ort. Wir freuen uns auf Ihren [Kontakt](#).



LUMEN

***CREATING IMPACT
THROUGH STRATEGY
& DESIGN.***

Mehr auf: www.lumen-design.de