

beckenbauer + partner

business consulting · training · coaching



BEST OF

Workshops 2010 für Führungskräfte

Von Top-Managern, Wissenschaftlern, Querdenkern und Cosmopoliten

– **lernen** und neue **Impulse** tanken –

das best-of-programm

Matthias Topp:

- Impulstag für Unternehmer, Geschäftsführer, Führungskräfte:
Neue Sichtweisen entwickeln für das persönliche und unternehmerische Handeln

Prof. Dr. Gerald Steiner

- Zukunftskompetenzen Teil 1: Durch Systemanalyse und Szenario-Entwicklung die Zukunft erfinden. Oder: „Wie man vom Zauberlehrling zum Meister wird“
- Zukunftskompetenzen Teil 2: The Beauty of Innovation – durch kollaborative Kreativität zur erfolgreichen Innovation

Dr. Alexandra Sindler

- Visionsmodellierung für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung –
Mit persönlichen Stärken, bewußten Verhaltensstilen und Interessen zur
erfolgreichen Umsetzung von Visionen

Dr. Reiner Czichos – Ausbildung zum Change Manager in 4 Stufen

- CM1: Change-Management – Führung in einem dynamischen Markt
- CM2: Change-Projektmanagement
- CM3: Change-Marketing
- CM4: Change-Coaching

Peter Brandl:

- Verhandlungsführung für technische Berufe
- Verkaufen, aber richtig – Der Schlüssel zu neuen Kunden
- Der natürliche Führungsstil

Kee-Ping Wee

- Interkulturelle Kompetenz 1: Erfolgreich in internationalen Geschäften und Projekten
- Interkulturelle Kompetenz 2: Schwerpunkt China – Erfolgreiche Geschäftsbeziehungen mit chinesischen Partnern

Christoph Bauer:

- Management-Workshop: Einstieg in die Führungsverantwortung
- Projektmanagement Grundlagen nach PMI

Robert Beckenbauer

- Projektmanagement in der Industriellen Praxis – Der Projektkrise vorbeugen durch effektive Methodik und Kommunikation
- Risikomanagement in der industriellen Praxis – Der Erfolgsfaktor für Profis

das best-of-team



Mattias Topp

- Interims Manager, Consultant und Coach
- Experte für Unternehmensstrategien
- Beratung von Führungskräften
- Bildung globaler Netzwerke
- Langjährige Erfahrung als Geschäftsführer und Vorstand namhafter deutscher Unternehmen in den Bereichen Automotive und Maschinenbau
- Mehrere Geschäftsgründungen in Asien
- Als Consultant einer japanischen Präfektur heute verantwortlich für das Business zwischen Asien und Europa



Dr. Reiner Czichos

- Experte für Change Management, Account Management, Führung und Coaching
- Ehem. Manager European Organisation and People Development bei Digital Equipment
- Seit 34 Jahren Management-Berater, Trainer, Coach und Moderator vieler großer und mittelständischer Unternehmen
- Autor von bisher 7 Büchern und mehr als 50 Aufsätzen zu den Themen Change Management, Accountmanagement und Coaching
- Master-Trainer der LIFO®-Methode

das best-of-team



Peter Brandl

- Experte für Vertrieb, Marketing und Management
- Seit über 20 Jahren in leitenden Positionen als Geschäftsführer und Manager in kundennahen Funktionen bei div. Unternehmen der IT-Industrie
- Als Berater, Trainer und Coach unterstützt er Manager und Experten in mittleren und großen Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung der optimalen Vertriebsstrategien



Dr. Alexandra Sindler

- Gründerin und Geschäftsführerin der Akademie für Neue Medien und Wissenstransfer an der Karl-Franzens-Universität Graz
- Aufbau der Open University des Autocluster Styria
- Initiative „Bildung bewegt“
- Initiative „Werte für unsere Zukunft“



Prof. Dr. Gerald Steiner

- Dozent an der Karl-Franzens-Universität Graz am Institut für Systemwissenschaften, Innovations- und Nachhaltigkeitsforschung (ISIS)
- Gastprofessor, Lektor, Forscher und Berater in den Bereichen Innovationsmanagement, Industrial Design, Systemanalyse und kreative (+nachhaltige) Zukunftsentwicklungen.

das best-of-team



Christoph Bauer

- Systemischer Berater und Coach
- Coaching und Trainings von Führungskräften mit den Schwerpunkte Mitarbeiterführung, Projektmanagement und Changemanagement
- Projekt Coaching: Coaching von Projektleitern und Projektteams in den Projekten
- 12 Jahre Erfahrung als Führungskraft und Projektmanager im internationalen Umfeld der IT-Industrie
- Erfahrung im operativen und beratenden Projektmanagement nach PMI



Kee-Ping Wee

- Aufgewachsen in Malaysia und Singapur
- Studium International Business and Marketing in USA
- MBA International Management in München
- Mehrjährige Erfahrung und Führungsverantwortung im internationalen Einkauf und Vertrieb
- Berater, Trainer, Coach für Interkulturelle Kompetenz, Interkulturelle Geschäftsentwicklung, Einkauf und Vertrieb, spez. mit chinesischen Partnern



Robert Beckenbauer

- Experte für Projektmanagement, Wissensmanagement und Kommunikation
- Seit über 20 Jahren im Projektgeschäft
- Erfahrungsschwerpunkte in der Automobil- und Nutzfahrzeugindustrie und im Bereich Energie
- Geschäftsführer, Abteilungsleiter, Manager bei div. Unternehmen der Automobil- und IT-Branche
- Berater, Trainer, Coach für Geschäfts- und Strategieentwicklung, Projektmanagement, Prozessmanagement, Wissensmanagement

Impulstag

Das Erkennen der Wirklichkeit und die Anwendung von Wissen sind die Basis für wichtige Entscheidungen. Impulse ermöglichen Reflexion und bewirken das Bewußtmachen des eigenen Wissens und der Realität.

Zur Lage

Die nationalen und globalen Marktplätze funktionieren nach neuen Spielregeln. Produkte und Dienstleistungen werden von deren Käufern intensiver als bisher hinterfragt. Kaufentscheidungen hängen mehr vom nachhaltigen Nutzen für den Erwerber ab, und Kunden wollen nur noch für das bezahlen, was sie empfinden und positiv wahrnehmen.

Wie wir darauf reagieren können

Wir sind das Land der Denker und Erfinder, wir bauen die besten Autos der Welt und haben die fortschrittlichsten Umwelttechnologien entwickelt. Jetzt heißt es, zu bewährten Tugenden zurückzukehren und von den Besten zu lernen.

Wir dürfen uns nicht ausschließlich um Rendite und Umsatzwachstum kümmern, sondern müssen die Chancen für neue Märkte und Kunden erkennen, müssen stärker in die Zukunft unserer Unternehmen investieren und dabei die Besten fördern. Nur so können wir unser Humankapital für wichtige und zukunftssichere Aufgaben weiter stärken.

Viele Unternehmen haben das längst erkannt und meistern erfolgreich diesen Wandel. Wir haben es jetzt in der Hand und können mit einmaligen Entwicklungen, lebenswerten Firmenkulturen und klugen Netzwerken die besten Antworten auf die neuen Spielregeln der globalen Wirtschaft geben.

Was ist zu tun?

Wir brauchen eine neue Sichtweise für unser ganz persönliches Handeln, damit wir:

■ **mehr aus der Realität lernen**

Dazu müssen wir uns intensiv und objektiv mit ihr beschäftigen.

■ **Absatzchancen für neue Produkte sichern**

Dazu müssen wir stärker auf kreative Ideen und Innovationen setzen, und nicht vordergründig an den Verbesserungen unseres heutigen Portfolios arbeiten.

■ **unsere Firmen stabil im neuen Markt platzieren**

Dazu müssen wir intensiv und mit dem nötigen Abstand den Zweck des Unternehmens hinterfragen.

■ **mit sinnvollen Geschäftsmodellen ein stärkeres „Wir“ erzeugen**

Damit entwickeln wir bei unseren Mitarbeitern eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen. Wir müssen lernen, den besten Mitarbeitern zuzuhören und sie ernst zu nehmen.

Ziele des Impulstages

Ein Impulstag mit Matthias Topp vermittelt Ihnen eine andere und neue Sicht auf Ihren Verantwortungsbereich und auf Ihre Handlungsfelder.

Er hilft Ihnen, die Schwerpunkte, die für die Entwicklung Ihres Unternehmens wichtig sind, klar zu erkennen. Er schafft mit Ihnen den Abstand zum Tagesgeschäft und zeigt Ihnen Ihren Wirkungsbereich aus einer anderen Perspektive.

- Sie sollen den Sinn, indem was Sie tun, erkennen.
- Sie sollen darauf Ihre Motivation aufbauen.
- Sie sollen vom eigenen Wissen und Können überzeugt werden und ein gutes Gefühl für Ihre Vorhaben bekommen.

Ein Impulstag mit Matthias Topp ist keine Consulting-Veranstaltung. Es ist eine Gelegenheit, um zu einer neuen erweiterten Sichtweise zu kommen.

Methode

Reflexion des Unternehmenserfolges aus der Eigen- und Fremdsicht
Bewertung der Management- und Unternehmensleistung

Zielgruppe

Unternehmer, Geschäftsführer, Führungskräfte

Dauer

1 Tag

Gruppengröße

Max. 2 Teilnehmer

Coach

Dipl.-Ing. Matthias Topp

Zukunftskompetenzen Teil I: Durch Systemanalyse und Szenario-Entwicklung die Zukunft erfinden. Oder: Wie man vom Zauberlehrling zum Meister wird.

Die heutige Welt ist so komplex wie noch nie zuvor, ein explodierender Wissenszuwachs, immer kürzere Entwicklungszyklen, aber auch unerwartete Störereignisse und Krisen drohen uns aus dem Gleichgewicht zu werfen. Die meist zur Anwendung kommenden – und uns im Rahmen verschiedenster Schul- und Bildungsprogramme eingetrichterten – reduktionistischen Vorgehensweisen sowie traditionellen Analyse- und Prognosemethoden helfen nur bedingt und können im Rahmen dynamischer Entwicklungen sogar irreführend sein (wie uns die täglichen Wirtschafts- und Politikberichte eindringlich vor Augen halten).

Nur wer versucht, das „ganze“ Bild zu verstehen und darauf aufbauend durch eine Synthese aus logischem und kreativem Denken die Zukunft aktiv (mit)gestaltet, wird nicht in den Turbulenzen der Gegenwart und Zukunft untergehen, sondern sogar zum erfolgreichen Vorreiter avancieren.

Ziele

Das zentrale Ziel lautet „fit für die Zukunft“ zu werden. Zu diesem Zweck werden die Teilnehmer im Rahmen dieses praxisorientierten Seminars mit den aktuellsten Ergebnissen der Zukunftsforschung vertraut gemacht und in das system- und szenariobasierte Denken und Arbeiten eingeführt. Im Speziellen geht es auch darum, ein besseres Verständnis für die gegenwärtigen und zukünftigen Implikationen eigener strategischer Ausrichtungen sowie relevanter Umfeldentwicklungen zu gewinnen. Nicht von der Umwelt als Zauberlehrling beherrscht zu werden, sondern selber zum Meister des Tuns zu werden ist die zentrale Herausforderung. Dazu werden Sie auch mit den vielversprechendsten aktuellen Modellen und Methoden vertraut gemacht und erwerben durch praxisorientierte Anwendungen die notwendigen Handlungskompetenzen. Durch dieses Seminar wird auch eine wesentliche Basis für die zukunftsgerichtete Generierung von Innovationen erarbeitet (siehe auch „Zukunftskompetenzen / Teil II“).

Inhalte

- Komplexe Systeme (wie etwa Innovationssysteme) und Entwicklungsmuster verstehen lernen
- „Nachhaltige Entwicklung“ und Zukunftsentwicklung
- Ergebnisse aktueller Zukunfts- und Trendforschung reflektieren und interpretieren können
- Innovative Formen der System(Umfeld)analyse und -beobachtung (von der Stakeholderanalyse bis zum Photodiary, Storytelling und Storyboarding sowie der Gestaltung von Personas)
- Systemmodellierung und Ableitung von Handlungsstrategien
- Beherrschung und Integration qualitativer und quantitativer Methoden der Systemmodellierung und Szenarioentwicklung (inkl. grundsätzlicher Kreativwerkzeuge)
- Erarbeitung eines dynamischen Orientierungsrahmens für die Zukunftsentwicklung des eigenen Systems (etwa des eigenen Unternehmens)
- Ausarbeitung eigener praktischer Anwendungen

Methode

Aktuellste Inputs aus dem Bereich der Systemanalyse, Szenariogestaltung und Zukunftsforschung – gecoachte problemangewandte Einzel- und Gruppenarbeiten – Diskussion und Reflexion – Best-Practise Analysen – spezifische Projektarbeit

Zielgruppe

(Aufstrebende) Führungskräfte und Projektleiter in Wirtschaft, Verwaltung und Politik sowie Entwicklungsleiter und Unternehmer aller Branchen

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

8-12 Teilnehmer

Coach

Gerald Steiner

Zukunftskompetenzen Teil 2: The Beauty of Innovation – durch kollaborative Kreativität zur erfolgreichen Innovation

Logisch und rational dominierte Denk- und Verhaltensweisen reichen für den Umgang mit komplexen gegenwärtigen Herausforderungen nicht mehr aus. Kreativität wird zum zentralen Erfolgsfaktor und verkommt dabei im unternehmerischen Alltag oft zu einer „Luftblase“, ebenso wie der strapazierte Begriff der Innovation. Denn Innovation ist nicht nur „schön“, sondern bereitet auch „Schmerzen“ und erfordert meist eine strategische Neuausrichtung, statt einfach nur ein weiteres „Add on“ im unternehmerischen Tun zu sein. Für die Generierung von Innovationen stellt Kreativität keine Wahlmöglichkeit, sondern zwingende Voraussetzung dar und erfordert ein Umdenken auf der Ebene des Individuums wie auch des Gesamtsystems.

Ziele

Die Entwicklung individueller und gruppen- bzw. organisationsspezifischer Kreativität und vor allem die prozess- und methodenspezifische Beherrschung kreativer Problemlösungsprozesse stehen im Mittelpunkt dieses Seminars. Aufbauend auf aktuellsten Erkenntnissen der theoretischen und angewandten Kreativitäts- und Innovationsforschung werden die notwendigen Handlungskompetenzen für die Gestaltung kreativer Problemlösungsprozesse erworben. Dieses Seminar baut auf dem Seminar „Zukunftskompetenzen / Teil I“ auf bzw. die Teilnehmer sollten entspr. system- und szenariospezifische Kompetenzen mitbringen.

Inhalte

- „The bright and dark side of Innovation“
- Der kreative Problemlösungs- und Innovationsprozess als Teil des gesamten Innovationssystems
- Kreativitätsklima und Innovationskultur
- Kreativitätsunterstützende Kommunikationsprozesse (wie etwa Rapid-Prototyping)
- Von der individuellen Kreativität zur kollaborativen Kreativität (Gruppe, Organisation und Netzwerk)
- Set an Innovations- und Kreativmethoden für Individuen und Gruppen (inklusive Evaluierungsmethoden)
- Gestaltung von kreativen Problemlösungsprozessen und Methodenanwendung im Rahmen eigener praktischer Anwendungen

Methode

Aktuellste Inputs aus dem Bereich der theoretischen und angewandten Innovationsforschung – gecoachte problemangewandte Einzel- und Gruppenarbeiten – Diskussion und Reflexion – Best-Practise Analysen – spezifische Projektarbeit

Zielgruppe

(Aufstrebende) Führungskräfte und Projektleiter in Wirtschaft, Verwaltung und Politik sowie Entwicklungsleiter und Unternehmer aller Branchen

Dauer

3 Tage

Gruppengröße

8-12 Teilnehmer

Coach

Gerald Steiner

Visionsmodellierung für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung

Visionen sind die Beschreibung einer angestrebten zukünftigen Situation, die auf das Individuum oder das Team wirken. Visionen sind ein starker Anfang, der zu kreativen Leistungen inspiriert und motiviert. Die erfolgreiche Umsetzung von Visionen hängt eng zusammen mit persönlichen Stärken, persönlichen Interessen und Verhaltensstilen.

Ziele

Das Ergebnis ist eine starke Vision mit darauf abgestimmten Handlungsorientierungen für ihre Umsetzung. Diese basieren auf den individuellen Fähigkeiten und Stärken, die durch ein Selbstbild und Fremdbild ermittelt werden, der erarbeiteten bzw. modellierten Vision, und den vorhandenen Entwicklungspotenzialen.

Es werden Fertigkeiten in der Identifikation individueller Stärken und Entwicklungspotentiale erweitert, Fähigkeiten für die Gestaltung von persönlichen Entwicklungsplänen und Bildungsmaßnahmen erworben sowie Handlungskompetenzen im Hinblick auf die Entwicklung und Kommunikation von Visionen aufgebaut.

Inhalte

Kennenlernen und bewusst machen von individuellen, situationsabhängigen Verhaltensstilen und Wertesystemen. Dieses Wissen über die eigenen Verhaltensmuster in günstigen und ungünstigen Situationen hilft, die persönlichen Stärken je nach Situation gezielt einzusetzen. Da auch unsere Kompetenzen in erster Linie durch Handeln zum Ausdruck kommen, erfolgt eine erste Ableitung von sozial-kommunikativen, fachlich-methodischen, personalen und aktivitätsbezogenen Kompetenzen nach Erpenbeck. Darauf aufbauend erfolgt eine Erweiterung der allgemeinen Kompetenzen um spezifische Kompetenzen, Interessen und Motive zum persönlichen Kompetenzspektrum. Es impliziert bereits mögliche Ziele und Visionen, die in der nächsten Phase der Visionsentwicklung aufgegriffen und konkretisiert werden.

Da es sich bei Visionen häufig um sehr facettenreiche Konstrukte handelt, müssen diese modelliert werden. Der Weg zur Vision wird mittels Aktionsplan beschrieben, indem das zuvor entwickelte Selbstbild (IST) den auf die Vision abgestimmten erforderlichen Kompetenzen, Verhaltensstilen und Umfeldbedingungen (SOLL) gegenübergestellt wird.

Methode

Vermittlung von Basiswissen, Story Telling;
Einsatz standardisierter Instrumente wie Fragebögen, Checklisten, Kompetenzatlas, u.v.m.;
Identifikation von Verhaltensstilen in Anlehnung an LIFO; Selbstbild versus Fremdbild;
Strategisches Sehen nach Minzberg;
Modellierungstechniken

Zielgruppe

Unternehmer aller Branchen, Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs
Entwicklungsleiter und Projektleiter in Wirtschaft, Verwaltung und Politik
Teams, Projektgruppen, Einzelpersonen, die Visionen, Strategien und Ziele entwickeln und umsetzen wollen.

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Alexandra Sindler

Verkaufen – aber richtig

Der Schlüssel zu neuen Kunden

Die technischen Merkmale von Produkten und Lösungen alleine reichen heute nicht mehr aus, um genügend neue Kunden gewinnen zu können. In diesem Verkaufs-Seminar lernen Sie, wie Sie schneller neue Kunden gewinnen und so Ihren Umsatz dauerhaft steigern können.

Ziele

Sie erfahren eine praxiserprobte Verkaufsmethode und erarbeiten daraus Ihre individuelle Verkaufsstrategie. Dabei lernen Sie das notwendige Handwerkszeug zur Erzielung von Verkaufserfolgen kennen.

Inhalte

- **Grundlagen des systematischen Verkaufens**
 - Die Verkaufsmethode als roter Faden für alle Beteiligten
 - Vom Interessenten zum Neukunden
 - Die Pflege der Stammkunden
- **Gesprächs- und Verhandlungsführung**
 - Grundlagen der Kommunikation
 - Das strukturierte Verkaufsgespräch
 - Die Gesprächsvorbereitung
 - Bedarfsorientierte Fragetechnik
 - Informationen sammeln durch aktives Zuhören
- **Das Kaufverhalten der Kunden – die Kaufmotivation**
 - Erkennen der typischen Verhaltensmuster
 - Wann und warum kaufen Kunden
 - Die emotionalen Aspekte beim Verhandeln und Verkaufen
 - Argumentationstechniken beim Verkaufen
 - Bedarfsanalyse durch strukturierte Fragetechnik
 - Nutzenorientiertes Verkaufen: Merkmale – Vorteile – Nutzen
 - Behandlung von Einwänden, Erkennen von Vorwänden
 - Kaufsignale erkennen – der optimale Abschluss
 - Kontinuierlicher Ausbau der Kundenbeziehungen

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Peter Brandl

Methode

Trainerinputs, Fragen und Diskussion
Einzel- und Gruppenarbeiten
Rollenspiele und Feedbackrunden

Zielgruppe

Verkaufsingenieure, Verkaufsberater, Außendienstmitarbeiter in Service und Vertrieb, Nachwuchsverkäufer

Verhandlungsführung für technische Berufe

Sehr häufig konzentrieren sich Fachleute aus den technischen Bereichen zu stark auf die Sachinhalte und Fakten bei Verhandlungen und beim Verkaufen. Verhandlungen werden so oft ungenügend vorbereitet, die Ergebnisse kommen oft zufällig zustande.

Ziele

In diesem Seminar lernen Sie die grundsätzlichen Regeln zur Vorbereitung und Führung von Gesprächen mit Kunden kennen. Sie erarbeiten Ihre individuelle Verhandlungsstrategie zur Sicherung zukünftiger Erfolge.

Inhalte

- **Der Projekt- und Vertriebszyklus als roter Faden zur Kommunikation mit dem Kunden**
 - Die richtige Kommunikation mit dem Kunden
 - Die verschiedenen Verhandlungssituationen in der Pre- und Post-Sales Phase
 - Die unterschiedlichen Rollen der Beteiligten
- **Die Vorbereitung von Verhandlungen als Basis für den Erfolg**
 - Informationssammlung über die Branche, Unternehmen, Gesprächspartner
 - Was sind die Ziele, welche Ergebnisse sollen erreicht werden?
 - Entwicklung der Verhandlungsstrategie und der Alternativen
- **Die strukturierte Verhandlungs- und Gesprächsführung**
 - Die typischen Strukturen von unterschiedlichen Gesprächen
 - Mit kluger Fragetechnik und aktivem Zuhören den Bedarf ermitteln und verstehen
 - Die Gesprächsführung – hart (klar, bestimmt) in der Sache – weich (überzeugend) zu den Menschen
- **Die Verhaltensmodelle des Kunden – Kaufmotivation**
 - Die typischen Verhaltensformen der Gesprächspartner
 - Sachliche und emotionale Verhandlungsmotive
 - Erkennen und Bewerten der Absichten und des Verhaltens der Gesprächspartner
- **Durch gute Argumente zum erfolgreichen Abschluss**
 - Der kundenspezifische Vorteil – die Nutzen-Argumentation
 - Die Behandlung von Einwänden – das Erkennen von Vorwänden
 - Erkennen der Kaufsignale und Abschlusstechniken

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Peter Brandl

Methode

Trainerinputs, Fragen und Diskussion
Einzel- und Gruppenarbeiten
Rollenspiele und Feedbackrunden

Zielgruppe

Außendienstmitarbeiter in Service und Vertrieb – Ingenieure, Informatiker und Techniker –
Technische Berater, Projektleiter

Interkulturelle Kompetenz 1: Erfolgreich in internationalen Geschäften und Projekten

In international tätigen Unternehmen arbeiten Mitarbeiter aus verschiedenen Ländern und Kulturen zusammen. Die Fähigkeit, sich auf andere Kulturen einzustellen, ist ein entscheidender Faktor für den eigenen Erfolg, den Erfolg des Teams und des Unternehmens. Ist diese Fähigkeit unzureichend ausgebildet, leiden Effizienz und Effektivität in der täglichen Zusammenarbeit.

Ziele

Das interkulturelle Training vermittelt die Fähigkeit, sich auf verschiedene Kulturen einzustellen, unnötige Missverständnisse zu vermeiden und die Arbeitseffizienz und Selbstsicherheit im interkulturellen Umfeld zu steigern. Die erworbenen Kenntnisse werden in praktischen Übungen angewendet.

Inhalte

- Die eigene Position in den verschiedenen Kulturebenen und -dimensionen erkennen
- Unterschiedliche Denk- und Wertemuster
- Umgang mit Vorurteilen – Wie funktionieren Wahrnehmung und Kommunikation
- Kulturschock überwinden – Auf dem Weg zur interkulturellen Kompetenz
- Arbeit und Team – Multikulturelle Teams
- Kritische Ereignisse

Methode

Trainerinputs – Einzel- und Gruppenarbeit – Kultursimulationen – Fallstudien

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte sowie Projektmanager, die in häufigem Kontakt zu Kunden, Mitarbeitern, Kollegen und Partnern anderer Kulturen stehen.

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Kee-Ping Wee

Interkulturelle Kompetenz 2: Schwerpunkt China – Erfolgreiche Geschäfts- beziehungen mit chinesischen Partnern

China ist das weltgrößte Schwellenland mit einem hochdynamischen Markt voller Chancen für europäische Unternehmen. Trotz der wachsenden Rolle Chinas in der Welt sind Denkweise und Verhalten der Chinesen vielen Europäern wenig vertraut. Chinesen machen Geschäfte nicht mit Firmen und Verträgen, sondern mit Personen und Emotionen.

Ziele

Das Seminar vermittelt Ihnen interkulturelle Kenntnisse und Fähigkeiten, mit denen Sie Ihre Geschäftsbeziehungen zu chinesischen Partnern erfolgreicher gestalten. Sie lernen nicht nur die sozialen Regeln des Geschäftslebens kennen, sondern führen praktische Übungen zu entscheidenden bzw. kritischen Situationen durch. In die Übungen können Sie auch Ihre eigenen Praxisfälle einbringen und erhalten damit konkrete berufsbezogene Ergebnisse.

Inhalte

- Chinesische Kultur und Mentalität
- Wahrnehmung der eigenen und chinesischen Geschäftskultur
- Chinesische Verhaltensweisen im Geschäftsleben und wie man damit umgeht
- Aufbau einer tragfähigen Geschäftsbeziehung
- Chinesische Verhandlungsführung und wie man sich darauf einstellt

Methode

Trainerinputs – Kultursimulationen und Diskussionen – Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte, die in direkter Geschäftsbeziehung mit chinesischen Partnern stehen

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Kee-Ping Wee

Change-Management – Führung in einem dynamischen Markt

Für die Ausbildung Ihrer Führungskräfte zum Change Management Professional können Sie die vier Workshops des Change Management Curriculum als Paket buchen.

Es ist aber auch jedes Seminar für sich mit dem jeweiligen Themenschwerpunkt sinnvoll.

Schließlich können alle Module des Change Management Curriculum nach Bedarf für Ihr Unternehmen flexibel angepaßt werden.

In jedem Fall empfehlen wir vorab eine sorgfältige Situations- und Bedarfsanalyse, die über das normale Briefing des Auftraggebers hinausgeht. Dazu führen wir im Vorfeld Interviews mit ausgewählten Mitgliedern der Zielgruppe durch.

In allen Ausbildungsmodulen zum Change Management Professional erhalten Sie für Ihre Rolle als Change Manager und Change Leader einen gut sortierten und praxisbewährten Werkzeugkasten mit Prozessen, Methoden und Techniken für Ihr professionelles Change Management.

Ziele

Sie lernen, wie man Projektideen systemisch-vernetzt und in ihren Auswirkungen durchdenkt. Sie lernen zu beobachten, wie Menschen in Veränderungssituationen reagieren. Sie erhalten Tipps, Methoden und Werkzeuge, um Ihre Mitarbeiter erfolgreich im und durch den Change zu führen.

Inhalte

- Werkzeuge des „hemdsärmeligen“ Change Managements
- Systemisches Denken und Organisations-(Re-)Design
- Wie Menschen in Veränderungssituationen reagieren und wie Sie die Menschen im Change führen müssen

Methode

Kurze Trainerinputs – Einzel- und Gruppenarbeit
Rollenspiele und Simulationen – Trainerfeedback
Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Führungskräfte aller Ebenen, Change Manager, Projekt-Manager

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 8 Teilnehmer

Coach

Dr. Reiner Czichos

Change-Projektmanagement

Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass die Anzahl von Projekten in Unternehmen deutlich zunimmt. Projekte zielen immer darauf ab, den Status Quo zu verändern, Neues einzuführen, z.B. neue Prozesse, neue IT-Systeme.

Die Mitarbeiter können diese Projekte aber nicht neben ihrem normalen Tagesgeschäft bewältigen. Die Folge: Change wird meist nur halbherzig implementiert.

Ziele

Sie lernen die Change-Prozess-Management-Technologie kennen. Sie lernen, die dazu gehörenden Werkzeuge und Rollen einzusetzen. Sie entwickeln konkrete Ideen, wie Sie ein Change-Projektmanagement einführen und erfahren, wie Sie geeignete Mitarbeiter auswählen und betreuen.

Inhalte

- Change-Projektmanagement und häufige Fehler
- Die Change-Prozess-Management-Technologie
- Implementierung von Change-Projektmanagement in Ihrem Hause
- Auswahl, Führung, Training und Coaching von Change-Projektmanagern

Methode

Kurze Trainerinputs – Einzel- und Gruppenarbeit
Rollenspiele und Simulationen – Trainerfeedback
Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Führungskräfte aller Ebenen, Change Manager, Projekt-Manager

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 8 Teilnehmer

Coach

Dr. Reiner Czichos

Change-Marketing

Ihre Mitarbeiter sind Ihre „Kunden“, wenn Sie Neues in Ihrem Unternehmen einführen wollen. Change Manager können viel von Verkäufern lernen. Sie verkaufen nicht durch rhetorische Glanzleistungen und gekonnte Einwandbehandlung.

Sie helfen, einzukaufen. Sie kennen ihre Kunden, deren Kultur und Werte, deren Ziele.

Sie nutzen ein vielfältiges Instrumentarium von Kommunikations- und Involvierungstechniken und -methoden.

Ziele

Sie lernen die breite Palette der Strategien, Methoden und Medien des Change Marketing kennen.

Sie entwickeln für Ihre eigenen Change-Projekte konkrete Marketing-Strategien.

Sie setzen sich intensiv mit Werte-Management auseinander: Welches sind unsere Werte? Was müssen wir tun, um unser Werte-Leben zu verstärken und für den Change einzusetzen?

Inhalte

- Das Neue „verkaufen“
- Stakeholder-Analyse und Stakeholder-Strategien
- Werte-Management

Methode

Kurze Trainerinputs – Einzel- und Gruppenarbeit

Rollenspiele und Simulationen – Trainerfeedback

Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Führungskräfte aller Ebenen, Change Manager, Projekt-Manager

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 8 Teilnehmer

Coach

Dr. Reiner Czichos

Change-Coaching

Die Veränderung von Strukturen, Prozessen oder/und Technologien erfordert (fast) immer auch kleinere oder größere Verhaltensänderungen von den Mitarbeitern.

Vielleicht wissen auch Sie aus eigener Erfahrung, wie schwierig es ist, langjährig eingefahrene Verhaltensweisen aufzugeben und sich neue anzueignen.

Besonders den Managern der mittleren und unteren Ebenen bleibt es überlassen, dafür zu sorgen, dass die Mitarbeiter das Neue verstehen, akzeptieren, sich aneignen und auch umsetzen.

Ziele

Sie kennen nach diesem Seminar mit Hilfe der LIFO®-Typologie Ihren eigenen bevorzugten Lern- und Coaching-Stil.

Durch die Brille der LIFO®-Typologie betrachtet erkennen Sie, auf welche Art und Weise Ihre Mitarbeiter lernen. Sie wissen, wie Sie Ihre Mitarbeiter dabei unterstützen können, das Neue zu verstehen, zu akzeptieren, sich anzueignen und umzusetzen.

Sie können Verhalten und Stärken Ihrer Mitarbeiter richtig einschätzen und sind in der Lage, Ihre Coaching-Strategien auf jeden Mitarbeiter individuell ausrichten.

Sie verstehen das Konzept der Verhaltensänderung und können pragmatische Techniken zur Steuerung der Verhaltensänderung einsetzen.

Inhalte

- **Die LIFO®-Methode**
Wie Werthaltungen, Denk- und Kommunikationsstile unser Change-Verhalten bestimmen
- **Lernen und Verhaltensänderung**
Der Mitarbeiter-Reifegradmodell nach Hersey und Blanchard
- Zielvereinbarung, Mitarbeiterentwicklungsplan und -beurteilung als Coaching-Werkzeuge

Methode

Kurze Trainerinputs – Einzel- und Gruppenarbeit
Rollenspiele und Simulationen – Trainerfeedback
Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Führungskräfte aller Ebenen, Change Manager, Projekt-Manager

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 8 Teilnehmer

Coach

Dr. Reiner Czichos

Projektmanagement in der Industriellen Praxis

Fast jedes Projekt gerät nachweislich irgendwann in die Krise. Die Gründe sind nach wie vor fast immer dieselben, die Ursachen wiederholen sich.

Aber warum geraten Projekte in Schwierigkeiten?

Was sind die wahren Gründe hinter den Symptomen?

Wo ansetzen und wie erfolgreich umsetzen?

Wie Konflikte vermeiden bzw. lösen?

Wie Sie frühzeitig Probleme erkennen, Ursachen identifizieren und die richtigen Gegenmaßnahmen ergreifen, erfahren Sie in diesem Seminar.

Ziele

In diesem Workshop erarbeiten wir gemeinsam eine objektive Darstellung von kritischen Projektsituationen. Wir schaffen eine Basis für erfolgreiche Verhandlungen und nachhaltige Lösungen. Zudem ermitteln wir den Bedarf für Weiterqualifizierung und Professionalisierung Ihres Projektmanagements.

Im Verlauf dieses Workshops lernen Sie:

- Projekte steuerbar und überwachbar zu gestalten
- weshalb Methodik die unverzichtbare Basis für effektive Kommunikation ist
- den ständig wachsenden Auftragsumfang besser zu händeln und zu managen
- die Balance zwischen Kundenzufriedenheit und Wirtschaftlichkeit zu halten
- wie Sie Projekterfolge nicht zufällig erzielen, sondern durch professionelle Teamarbeit

Inhalte

- Projektarbeit im Unternehmen – wertschaffend oder wertvernichtend
- Projekte in Schieflage – Gründe Zusammenhänge, Auswirkungen
- Etablierte PM-Standards als Wissensbasis für Projektmitarbeiter
- Projektarbeit in der Praxis – Analyseverfahren und Maßnahmen zur Optimierung
- Prozess-Wissen, Prozessarten und Projektmanagement
- Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Projektarbeit
- Der PM-Zyklus im Rahmen von Festpreisprojekten
- Projektstrukturierung und Planung
- Projektdurchführung und Controlling
- Projektabschluss und Einführung
- Verbesserte Kommunikation im Projektumfeld, mit Kunden und im Team
- Analysemethoden für den Projektalltag
- Schlüsselerfolgsfaktoren für die Projektarbeit
- Standards und Wissensbasis für ein Projektmanagement-System
- Vergessene und vernachlässigte Elemente des Project Life Cycle

Methode

Reflexion der eigenen Arbeit durch Fragen, Diskussion, Austausch
Praxisnahe Übungen, Gruppenarbeiten, Fallstudien
Trainerinput, Theorie- und Wissensvermittlung

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektmanager, Projektleiter, Projektmitarbeiter

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Robert Beckenbauer

Risikomanagement in der industriellen Praxis – Der Erfolgsfaktor für Profis

Risikomanagement ist etwas für Pessimisten, sagen die einen - Risikomanagement ist etwas für echte Profis, sagen die anderen.

Fakt ist: Wer Großes und Außergewöhnliches vor hat, muss die damit verbunden Risiken akzeptieren. Ebenso muss er die Risiken kennen und wie seine Kompetenzen und Stärken berücksichtigen.

Ziele

Sie sind sicher vor bösen Überraschungen und unerwarteten Ereignissen

Sie schützen Ihre Investitionen und müssen nicht Geld opfern für teure Gegenmaßnahmen oder entstandene Schäden

Sie können Risiken objektiv beurteilen, statt anhand subjektiver Eindrücke die falschen Entscheidungen zu treffen

Es eröffnen sich für Sie und Ihre Projekte neue unerkannte Chancen

Am Ende des Seminars nehmen Sie praktikable Lösungen für Ihre aktuellen Projekte mit

Inhalte

- Grundlagen des Risikomanagement
- Risikobewußtsein und Riskiokultur
- Prozesse, Methoden und Tools zur
 - Risiko-Identifikation,
 - Risikoanalyse und -bewertung
 - Risikoplanung und -steuerung

Methode

Risiken aus der eigenen Praxis identifizieren
Praxisnahe Übungen und Gruppenarbeiten
Trainerinput, Theorie- und Wissensvermittlung

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektmanager, Projektleiter, Projektmitarbeiter

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Robert Beckenbauer

Projektmanagement-Grundlagen nach PMI

Immer mehr Unternehmen setzen bei der Erfüllung ihrer Aufgaben auf flexible und effiziente Projektgruppen. Projektmanagement avanciert damit zu einer der Kernkompetenzen im Unternehmensalltag.

Beginnen Sie ihre Projektmanagement-Karriere mit dem notwendigen Wissen.

Ziele

In diesem Seminar lernen Sie alle wichtigen Projektmanagement-Methoden und -Werkzeuge kennen und nutzen. Das Seminar basiert auf den Projektmanagement-Standards des Project Management Institute PMI. Sie werden die vermittelten Best Practices durch eine Vielzahl von Übungen und Fallstudien praktisch anwenden.

Inhalte

- Grundlagen des Projektmanagement, Definitionen von Projekt, Projektmanagement, Projekterfolg
- Wie initiiere ich Projekte? Projektziele, Projektumfeld, Projektauftrag
- Wozu sind Projektphasen und Phasenmodelle nützlich?
- Der Projektstrukturplan: Wie und wozu erstelle ich ihn?
- Wie kann ich Projekte planen? Terminplanung, Ressourcenplanung, Aufwandschätzungen, Kostenplanung
- Wie betreibe ich ein effizientes Risikomanagement im Projekt?
- Was ist beim Projektabschluss zu beachten? Abnahme, Checklisten zum Projektabschluss, Projektabschlussgespräch

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Christoph Bauer

Methode

Trainerinputs
Einzel- und Gruppenarbeit
Fallstudien

Zielgruppe

Projektmanagement-Einsteiger, Projektmitarbeiter, Teilprojektleiter

Einstieg in die Führungsverantwortung

Manche sagen Führung sei eine Haltung, die man nicht erlernen kann. Die Haltung ist sicher ein wesentlicher Faktor. Dazu gehört auch, sich der eigenen Rolle als Führungskraft und der damit verbundenen Aufgaben bewusst zu sein. Gleichzeitig gibt es konkrete Instrumente, die eine Führungskraft beherrschen sollte.

Ziele

In diesem praxisnahen Seminar erproben Sie ein mitarbeiterorientiertes Führungsmodell. Sie lernen Prinzipien wirksamer Mitarbeiterführung kennen und werden sich über Ihre Rolle und Aufgaben als Führungskraft klar. Dabei erhalten Sie ein Set von ganz konkreten Werkzeugen, mit denen Sie in Ihrem Führungsalltag arbeiten können. Sie werden alle Werkzeuge sofort im Seminar anwenden.

Inhalte

- Wie definiert sich die Rolle der Führungskraft und welche Aufgaben sind damit verbunden?
- Was versteht man unter mitarbeiterbezogener und situativer Führung?
- Wie vereinbare ich klare Ziele mit den Mitarbeitern und was muss ich bei der Delegation von Aufgaben beachten?
- Wie kann ich meine Mitarbeiter motivieren und welchen Grenzen bin ich dabei ausgesetzt?
- Wie gebe ich dem Mitarbeiter Orientierung sowohl durch Lob und Anerkennung, als auch durch konstruktive Kritik?

Methode

Trainerinputs und Trainerfeedback
Einzel- und Gruppenarbeit
Rollenspiele und Simulationen
Praxisfallarbeit

Zielgruppe

Führungskräfte, Führungskräfte-Nachwuchs, Projektleiter

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Christoph Bauer

Der natürliche Führungsstil

Die erfolgreiche Führung von Mitarbeitern und Teams erfordert in der heutigen komplexen Arbeitswelt umfangreiche Fähigkeiten. Die ständig neuen Herausforderungen können nur durch Konzentration auf die Erzielung konkreter Ergebnisse und eine starke Mitarbeiterorientierung gemeistert werden.

Ziele

In diesem Seminar lernen Sie die elementaren Führungsprinzipien und Instrumente kennen, um auf die anstehenden Führungsaufgaben vorbereitet zu sein. Sie erkennen Ihre eigenen Stärken besser und setzen diese bewußter zur Erreichung Ihrer Ziele ein.

Das Seminar kann an die Führungsaufgaben in den verschiedenen Funktionen eines Unternehmens angepasst werden. Auch ist er ideal geeignet für die Festigung von Management-Teams.

Inhalte

■ Die wichtigsten Führungsstile und deren Einsatz in der Praxis

- Management by Objectives
- Situatives Führen
- Führung durch Mitarbeiter-Coaching

■ Das natürliche Führungsprinzip

- Ermitteln des persönlichen Stärkenprofils mithilfe der LIFO®-Methode
- Die eigenen Stärken erkennen und für sich nutzbar machen
- Mitarbeiter motivieren durch Erkennen und Nutzen ihrer Stärken
- Weiterentwicklung auf der Basis der eigenen Stärken und Fähigkeiten
- Anleitung zur Bildung optimaler Teams

■ Die gängigen Führungsinstrumente

- Mit Zielen führen – systematisch Zielvereinbarungen einsetzen
- Qualitative und quantitative Ziele
- Mitarbeiter beurteilen, vergüten und fördern
- Die Führungskraft als Coach seiner Mitarbeiter

■ Kommunikation als Führungsaufgabe

- Die typischen Verhaltensformen der Mitarbeiter
- Die verschiedenen Kommunikationsstile
- Das Führen von strukturierten Mitarbeitergesprächen
- Fragen und aktives Zuhören
- Moderation und Leitung von Besprechungen

Dauer

2 Tage

Gruppengröße

Max. 12 Teilnehmer

Coach

Peter Brandl

Methode

Trainerinputs, Fragen und Diskussion
Fragebogen zur Stärkenermittlung
Einzel- und Gruppenarbeiten
Rollenspiele und Feedbackrunden

Zielgruppe

Führungskräfte, Führungskräfte-Nachwuchs, Projektleiter