

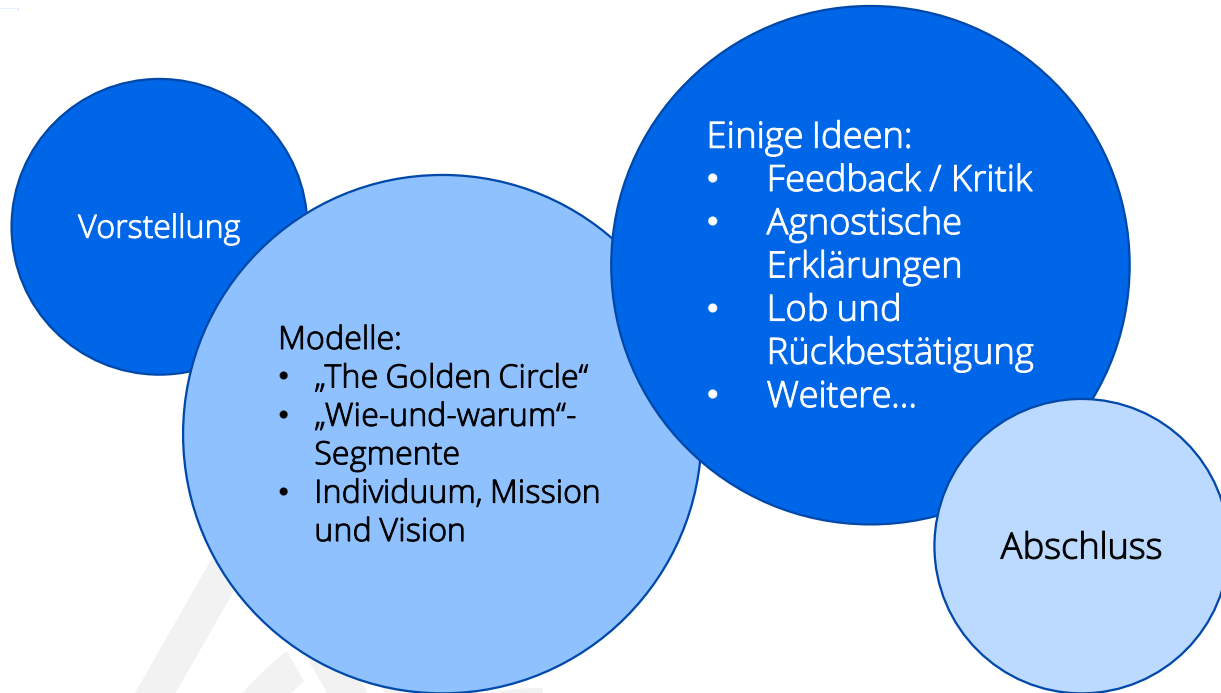


# Wie und warum?

## Ein Modell zur Motivation auch in Remote-Teams

Matthias Brinkmann

# Inhalt





# #Geschichte



Unser **IT-Beratungshaus** wurde 1990 von Peter Dix, Bernhard Opitz und Rolf Scheuch in Bensberg bei Köln gegründet – mit dem Ziel, Organisationsberatung und IT-Projektentwicklung in einem Unternehmen zu vereinen.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren Kunden führte zur überregionalen Expansion. Unter dem Dach der **OPITZ CONSULTING** Unternehmensgruppe führen heute die OPITZ CONSULTING Deutschland GmbH acht Standorte in Deutschland und die OPITZ CONSULTING Polska Sp. z.o.o. zwei Standorte im benachbarten Polen.

Als **Digitale Service Manufaktur helfen** wir unseren Kunden, mit individuellen Lösungen die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern und besser zu sein als ihr Wettbewerb.



„Wir sind seit 1990 ein inhabergeführtes Unternehmen und werden es in zweiter Generation weiterhin sein – *Bernhard und Sarah OPITZ.*“



# Change-Facilitation

- **Unterschied zum Change-Management:**  
Change-Facilitation ist kein statisch geplanter Prozess sondern die Begleitung eines stattfindenden Prozesses
- **Wir bilden unsere Change Facilitator in einer eigenen Schulung aus:**  
Die meisten unserer Consultants sind mit den Methoden vertraut
- **Einsatz-Möglichkeiten:**
  - Veränderung von Prozessen
  - Veränderungen in den Team-Strukturen
  - Veränderung von Zielen und Vorgaben

# Aktuelle Zahlen zu Home-Office

- Lagebild von 500 Unternehmen
- 42% will nach Corona die Home-Office-Möglichkeiten ausweiten
- Kaum ein Unternehmen will zurück zu weniger Home-Office
- Fast 90% sind der Ansicht, Home-Office ist ohne Nachteile möglich

Quelle: Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation und Deutsche Gesellschaft für Personalführung

# Modelle



# Modell vs. Methode

- Systemischer Ansatz:  
Das Verständnis für ein Modell kann die Handlungsweisen verändern
- Modell:  
Hintergrund-Information
- Methode:  
Konkrete Handlungsanleitung
- Keine (bzw. selten) Beispiele mit direktem Bezug zum Thema!

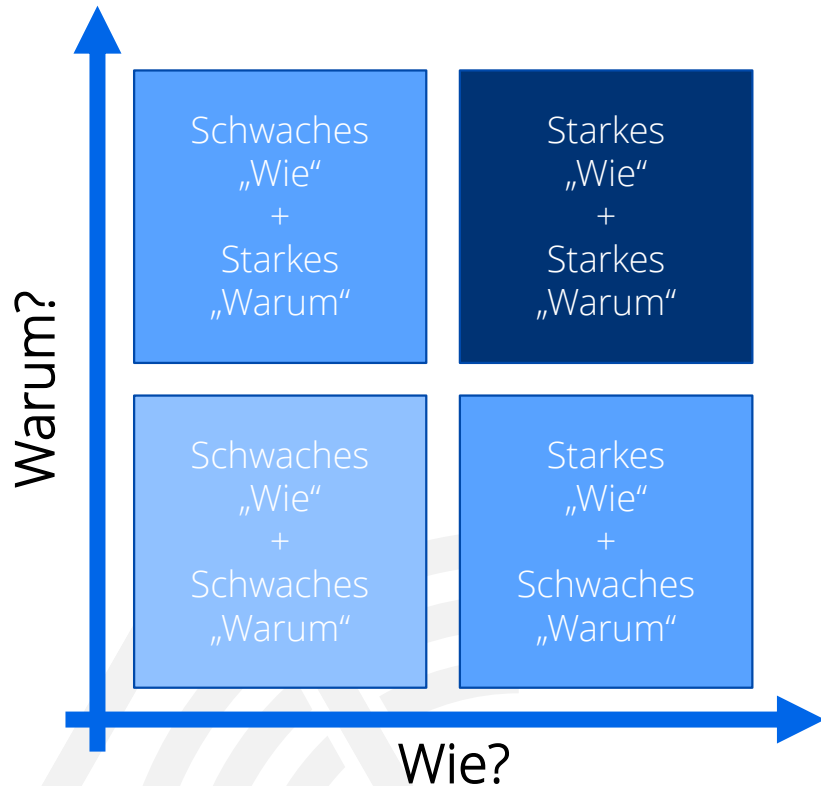


# „The Golden Circle“



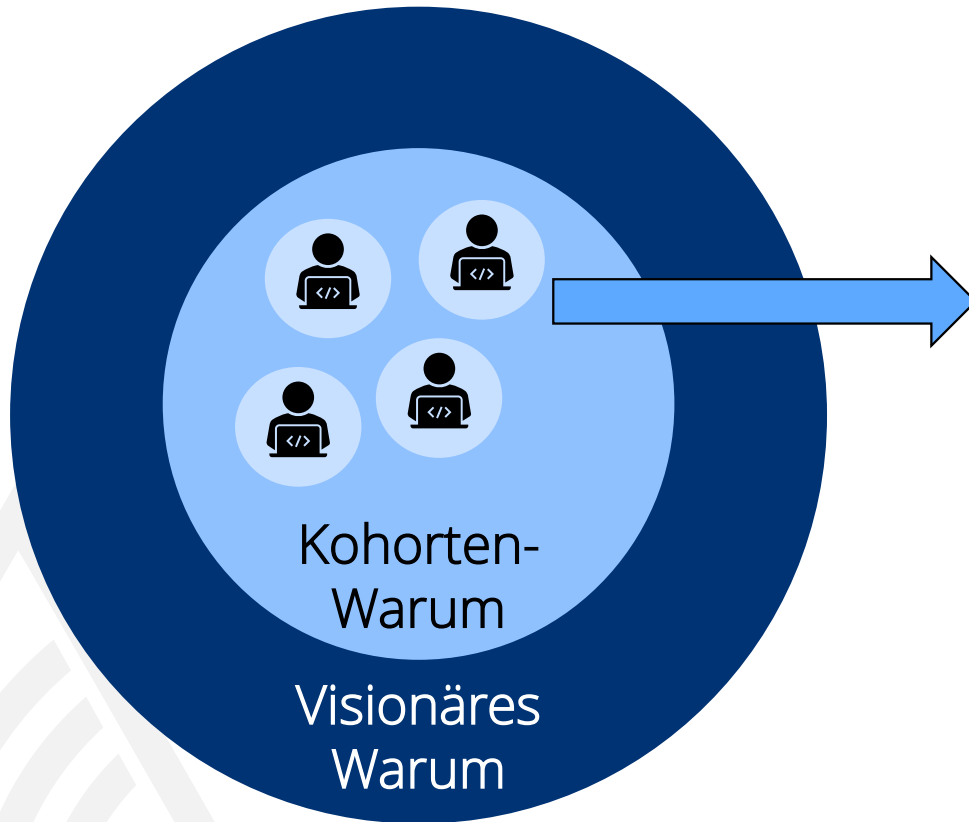
- Marketing-Modell von Simon Sinek
- Ursprünglich gedacht zur Unternehmens- bzw. Produkt-Darstellung
- Die Art der Kommunikation hat Einfluss auf die Außen-Wirkung (z.B. ggü. Kollegen, Team, usw.)

# Die „Wie-und-Warum“-Segmente



- Jede (Teil-)Organisation „kultiviert“ ihr individuelles Segment
- Auch Individuen kultivieren ihre eigenen Segmente
- Eine Bewegung von einem Segment zu einem anderen ist möglich

# Individuum – Mission – Vision



- Individuelles „Warum“:
  - Geld
  - Urlaub
  - Familie
  - Haus
  - u.v.m.
- Individuelles, steuerbares „Warum“:
  - Rückbestätigung

# Einige Ideen



# „Warum im Feedback“

Sandwich- bzw.  
Hamb



- Sandwich-Feedback ist eine „geplante Kritik“!
- Direktes Feedback
- Gründe erfragen
- Erklären („Warum tun wir das?“)
- Hilfe in der Umsetzung („Wie?“) anbieten

# „Agnostische“ Erklärungen

Eine tolle Präsentation!  
Alles lief perfekt!



- Erklärungen ohne Ableitung des Entstehungsweges
- Häufig im formalen Umfeld zu finden

Ich brauche:  
Ein Beleg des Brots mit Schinken  
...ein Beleg des Brots mit Ei...



# Das „Warum“ im Lob

- „Ned g'schimpft is gnuug Lob!“
- Wir haben ein Problem damit, offensichtliche Erkenntnisse zu wiederholen



# Das „Warum“ im Lob

- „Das ist sehr gute Arbeit von Dir!“
- Zahlt ein auf das individuelle „Warum“ der Selbstbestätigung
- „Das ist sehr gute Arbeit von Dir! Damit bringst Du uns unserem gemeinsamen Ziel (...) noch viel näher!“
- Zahlt ein auf das Kohorten-Warum und / oder auf das Visionäre warum



# Weitere Maßnahmen

- Arbeitsergebnisse des Einzelnen sollte der Einzelne auch vorstellen
- Team-Ergebnisse sollten rollierend vorgestellt werden
- Die private Meta-Ebene einfangen
- Ehrliches Interesse zeigen
- Erfolge feiern!



# Zusammenfassung

- Systemische Ansätze basieren darauf, Erlebnisse und Erkenntnisse in einem anderen Blickwinkel zu beurteilen und Veränderungen herbei zu führen
- Umkehrung von „Was?“ zu „Warum?“ erzeugt eine andere Form der Kommunikation
- Die Segmente können bei der Beurteilung von (Sach-)Verhalten helfen
- Es gibt unterschiedliche Ebenen der Motivation, die individuell stimuliert werden können
- Unsere Consultants sind in diesen Modellen und Methoden ausgebildet

## Das letzte „Warum“ zum Schluss

Warum...  
saß ich jetzt eigentlich 45  
Minuten in diesem Vortrag?



## Matthias Brinkmann

Manager Solutions

[matthias.brinkmann@opitz-consulting.com](mailto:matthias.brinkmann@opitz-consulting.com)

+49 151 58 06 62 56



[WWW.OPITZ-CONSULTING.COM](http://WWW.OPITZ-CONSULTING.COM)



[@OC\\_WIRE](https://twitter.com/OC_WIRE)



[OPITZCONSULTING](https://www.youtube.com/OPITZCONSULTING)



[opitzconsulting](https://www.linkedin.com/company/opitzconsulting)



[opitz-consulting-bcb8-1009116](https://wa.me/opitz-consulting-bcb8-1009116)