



all for one
Group

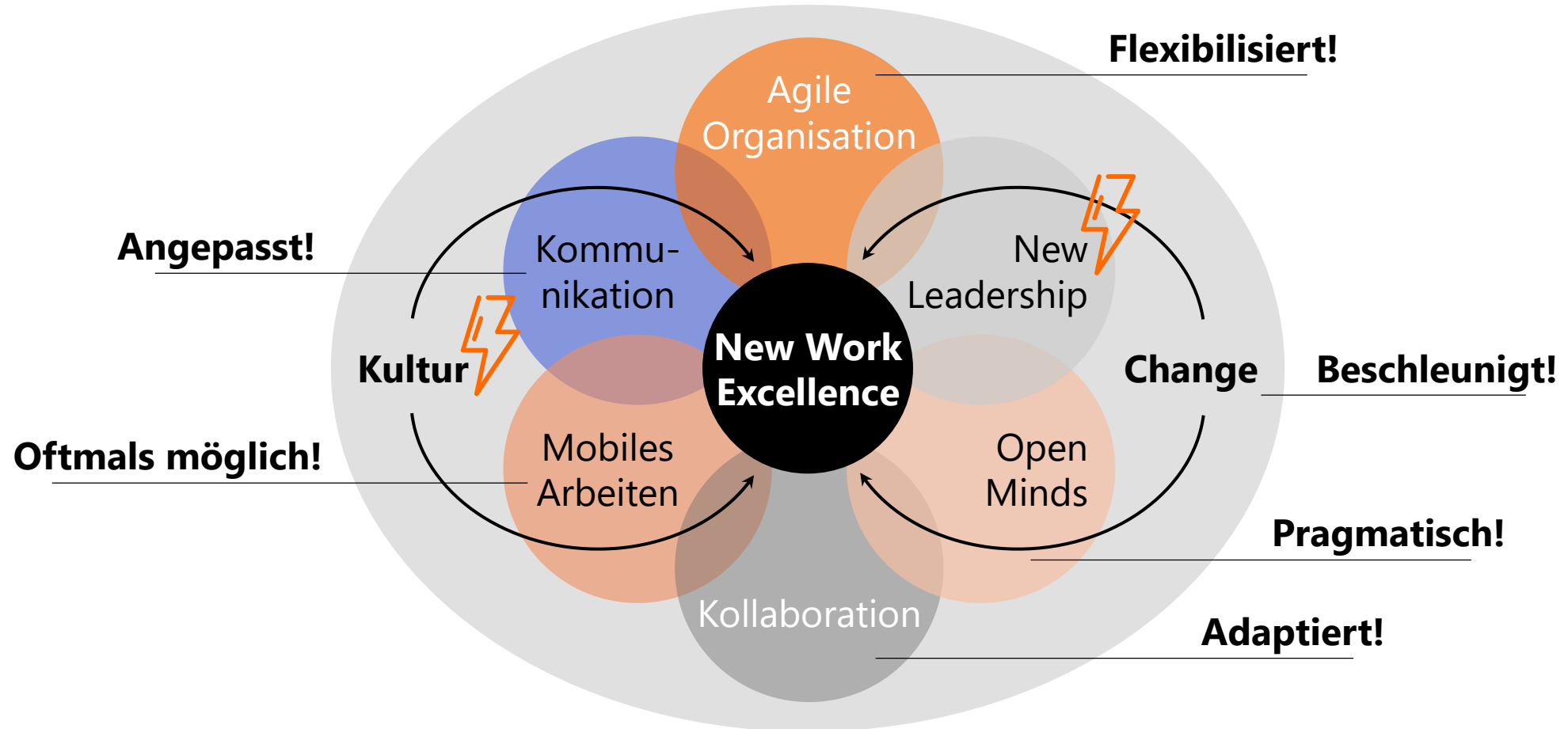
MITTELSTANDSFORUM 2020

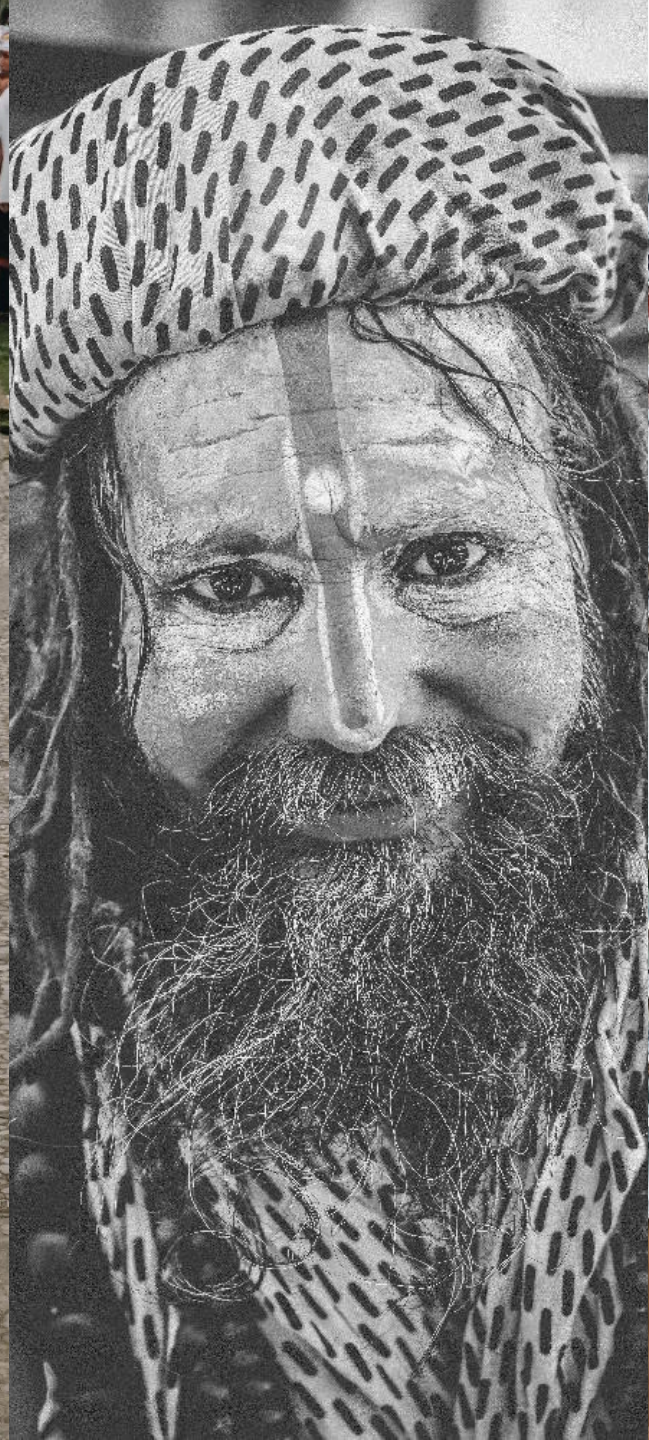
Kultur & Mindset: Unterschätzte Erfolgstreiber

Max Görner - Senior Director, Allfoye Managementberatung GmbH



Wer vorhin schon dabei war:
Entwicklung der Zusammenarbeit in Zeiten von COVID-19
durch eine „New Work“ Brille





DIFFICULT
ROADS
LEAD TO
BEAUTIFUL
DESTINATIONS



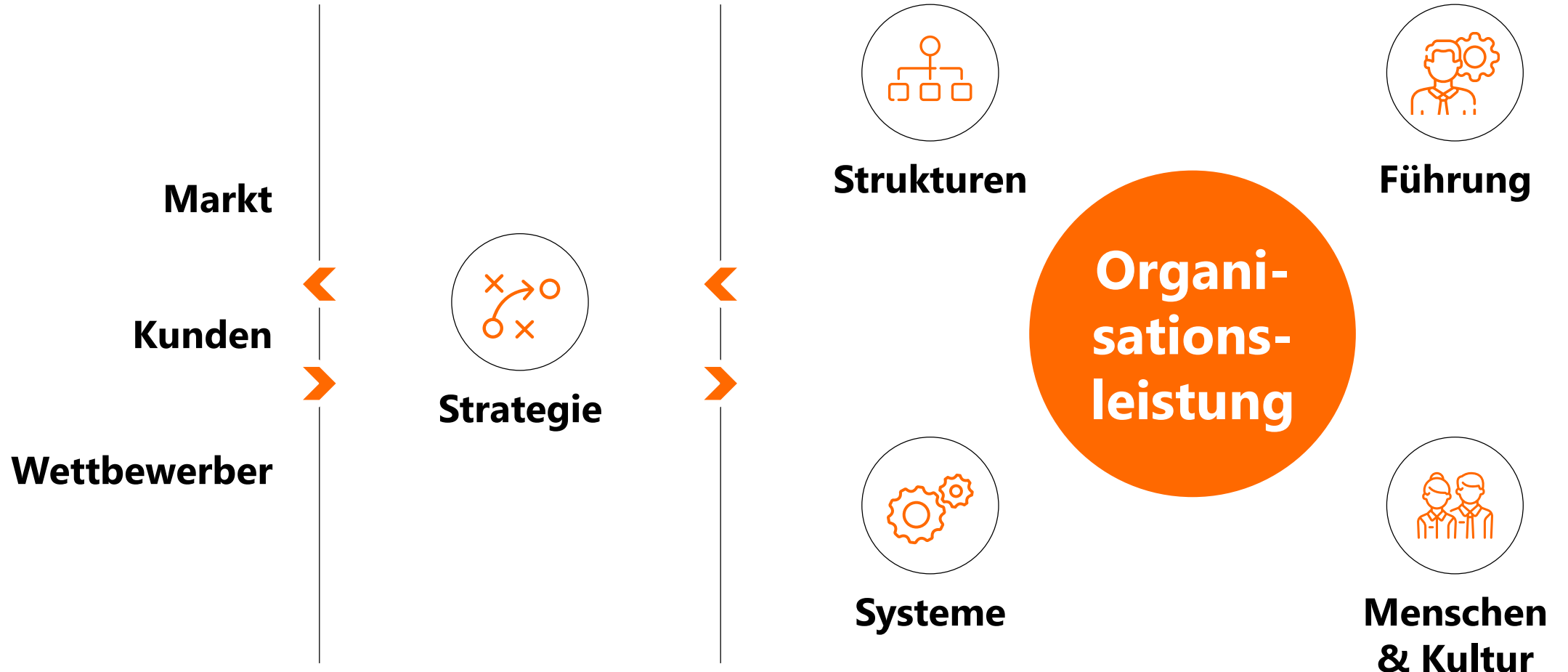


„**Culture**
isn't just **one aspect**
of the game, it is **the game.**“

Lou Gerstner, ehem. CEO IBM



Die Passung machts – Unternehmenskultur als Schlüssel



Merkmale Unternehmenskultur

Muster von Grundprämissen, basierend auf unbewussten und unsichtbaren Anschauungen, Wahrnehmungen, Emotionen, Standards und Normen

Durch **Sozialisation weitergegeben** bzw. Ergebnis eines Lernprozesses (von den Unternehmensmitgliedern im Umgang mit der externen und internen Umwelt erlernt)

Informelle Regeln sowie Sinn- und Orientierungsmuster bestehen parallel zu **formalen Regeln**



Der Vater des Graves Value Systems

Clare W. Graves (1914 - 1986)

- » war Professor für Psychologie am Union College in New York (USA).
- » war nicht nur in der Forschung tätig, sondern er war auch jahrelang als Berater in Wirtschaftsunternehmen, Kliniken und Bildungsinstituten tätig.
- » kombinierte im Rahmen seiner universitären Forschungsarbeit zur Persönlichkeitstheorie vier verschiedene wissenschaftliche Disziplinen in seiner Theorie und Forschung:
 - » Biologie und Neurobiologie
 - » Psychologie und die Theorie der Persönlichkeitstypen
 - » Soziologie und Anthropologie
 - » Systemtheorie
- » entwickelte darauf aufbauend das Graves Value Modell in langjähriger empirischer Forschung (1956-1978).



„Ich bin kein Freund endgültiger Weltbeschreibungen. Modelle, in denen das Welträtsel mit zehn 'bullet points' auf einer PowerPoint-Folie erklärt wird, rufen meine spontane Aversion hervor.

Es gibt jedoch ein Modell, das alle Grundüberlegungen und Erkenntnisse aus der Spiel-, Evolutions- und Systemtheorie in ein angemessenes und doch anschauliches Bild fasst.“

Matthias Horx:
Deutschlands führender Zukunftsforscher über
das Modell von Prof. Graves [S. 310]



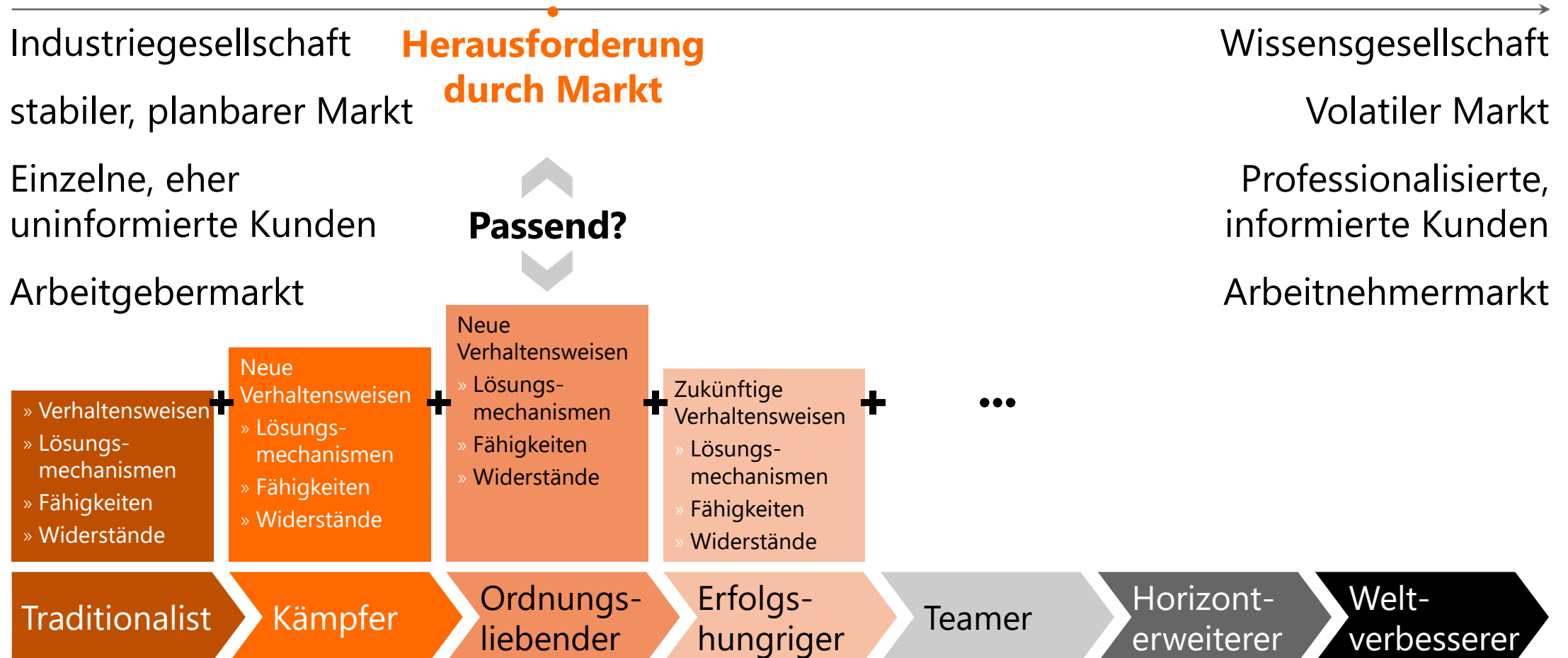


Typische Wertemerkmale in den unterschiedlichen Ebenen nach Prof. Graves

	Traditionalist	Kämpfer	Ordnungs- liebender	Erfolgs- hungriger	Teamer	Horizont- erweiterer	Welt- verbesserer
Charakteristika	Tradition	Macht	Disziplin	Leistung	Kooperation	Individualität	Unternehmerische Verantwortung für die Gemeinschaft
	Gastfreundschaft	Mut	Loyalität	Prestige (Status)	Harmonie	Selbstreflexion	Nachhaltigkeit
	Zugehörigkeit	Selbstvertrauen	Ordnung	Verantwortung	Konsens	Multiperspektivität	Netzwerkintelligenz
	Gewohnheit	Ehre (Ansehen)	Zuverlässigkeit	Persönlicher Erfolg und Gesamterfolg	Dialog	Wissen	Verantwortung für die Zukunft des Lebens
	Weitergabe von Überlieferungen	Stärke	Kontrolle	Karriereorientierung	Empathie	Kreativität	Systemisches Handeln
	Respekt vor Tabus	Impulsivität	Wahrheit	Wettbewerb	Partizipation	Persönliche Entwicklung	Akzeptanz globaler Komplexität
	Gehorsam	Dominanz	Geduld	Produktivität	Wertschätzung	Eigenverantwortung	Kollektive Intuition
	Geborgenheit	Unabhängigkeit	Einhaltung von Regeln	Herausforderung	Fairness	Vernetzung	Hohe Ideale
	Schutz	Eroberung, z.B. neuer Märkte	Rang/Status	Unternehmerisches Denken	Anpassung	Lebenslanges Lernen	Weitsichtigkeit
	Opferbereitschaft	Persönlicher Erfolg	Klarheit	Selbstständigkeit	Gemeinsamkeit/ Gemeinschaft	Profunde Kompetenz	
	Sicherung der Existenz	Gewinnen um jeden Preis	Gerechtigkeit	Konzentration	Langfristige Erfolgssicherung		
	Einklang		Sicherheit	Wertschöpfung			
	Bezug	Wir	Ich	Wir	Ich	Wir	Ich



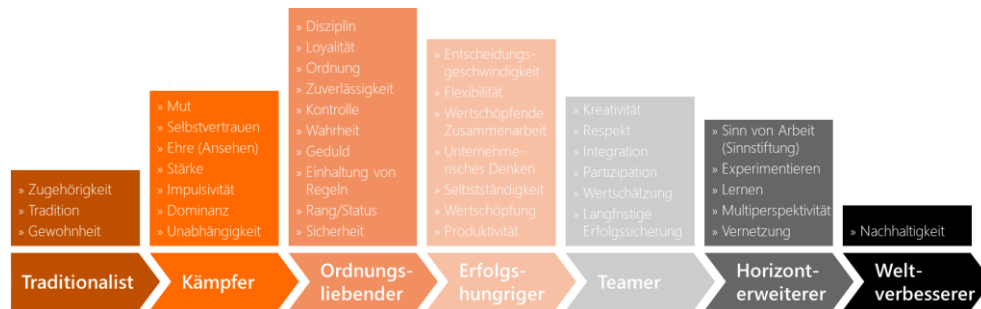
Verständnis des Graves Value Modells





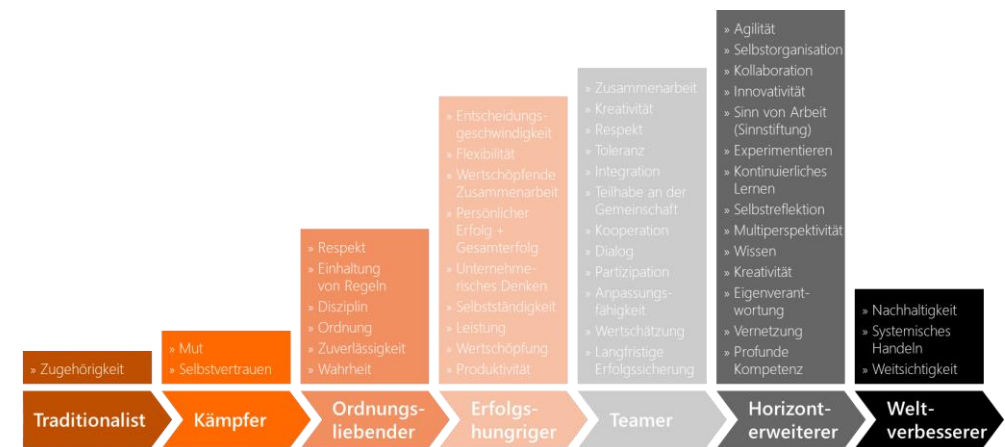
Performance-Kultur für Hybride Teams

Beispiel-Kultur aus unserer täglichen Arbeit



! Fokus: Struktur, Wissen und Status

IDEAL-Kultur für hybride und virtuelle Teams:

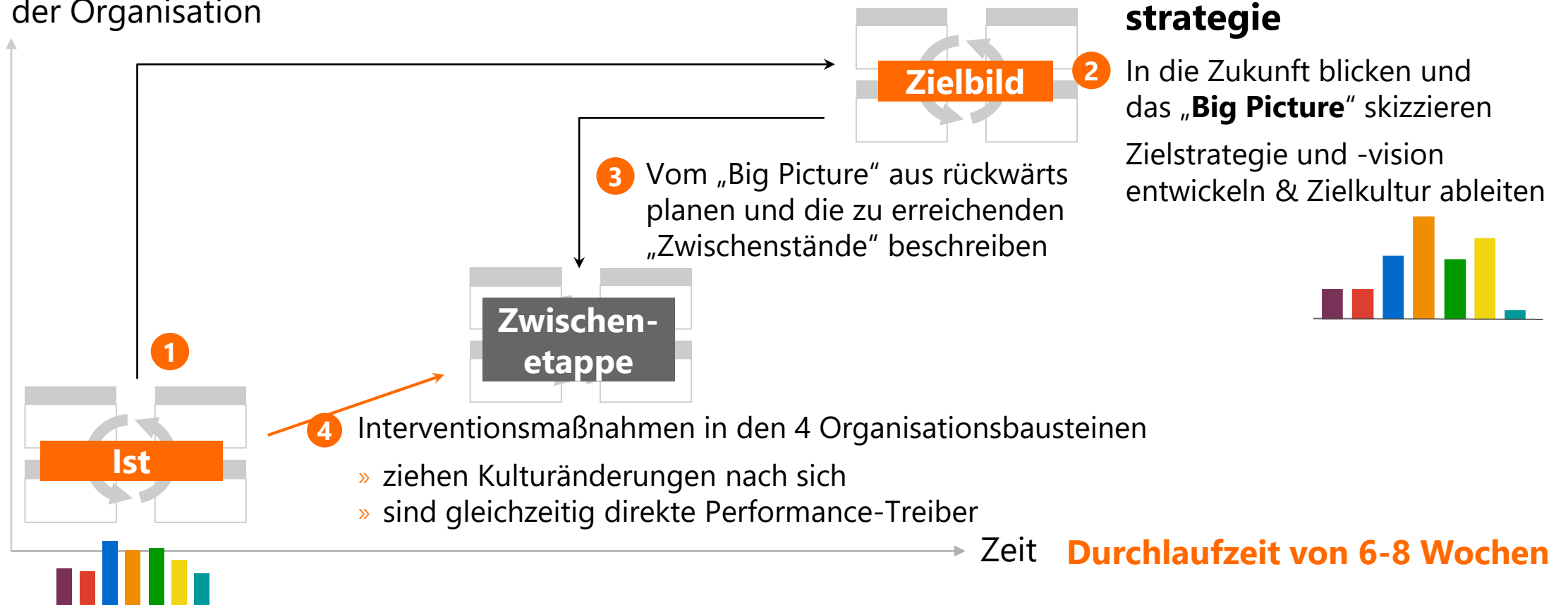


! Fokus: Vernetzung, Kollaboration & Integration



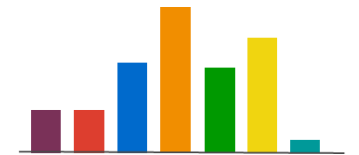
Das „Ist“ wird gemessen, das Zielbild gemeinsam entwickelt und der Weg zum Ziel abgeleitet

Leistungsniveau
der Organisation



Vision, Unternehmensstrategie

In die Zukunft blicken und das „**Big Picture**“ skizzieren
Zielstrategie und -vision entwickeln & Zielkultur ableiten



Kultur und Mindset fördern: Was kann ich tun?

- » **Machen Sie Kultur mess- und greifbar:** Führen Sie eine 9L-Kulturanalyse durch. ;-)
- » **Starten Sie bei sich:** Überprüfen Sie für sich, wo Sie sich kulturell verorten und was Sie mit Ihrem Team erreichen wollen.
- » **Auf die Menschen eingehen:** Reflektieren Sie das Verhalten der letzten Monate und lernen Sie aktiv mehr über das individuelle Wertesystem Ihrer Mitarbeiter
- » **Technologie als Kulturbeschleuniger nutzen:** Nutzen Sie Zusammenarbeitssoftware wie M365 um virtuell Nähe zu schaffen und nutzen Sie interaktive Formate, um Teams vor Ort **mit Menschen außerhalb zu verbinden.**
- » **Gemeinsam reflektieren:** Nutzen Sie **Kultur-Checkpoints** als regelmäßige Methode, um die Kulturarbeit immer wieder nach zu justieren.



Auf einen virtuellen Kaffee?

Max Görner

Senior Director



Allfoye Managementberatung GmbH
Graf-Adolf-Platz 1-2
40213 Düsseldorf
allfoye.com

M: +49 (0)160 4094632

E: max.goerner@allfoye.com
[LinkedIn-Profil](#)

**Ich freue mich
darauf.**



Wir unterstützen Sie bei der Entwicklung Ihrer Unternehmenskultur!

Für Führungskräfte



- » **Dauer:** 2 Tage
- » **Ergebnis:** Sie haben in kurzer Zeit Ihre Organisation kulturell verortet und das Handwerkszeug, mit dem Sie eine New Work Culture wirksam im Mindset und Handeln Ihrer Mitarbeiter etablieren.

Mehr erfahren: [Zum Workshop-Flyer](#)

Für Teams



- » **Dauer:** 1 Tag
- » **Ergebnis:** Sie haben live erlebt, wie sich die Umsetzung von New Work in Ihrem Unternehmen anfühlen kann und verfügen über einen Plan, wie Sie New Work schrittweise realisieren können.

Mehr erfahren: [Zum Workshop-Flyer](#)



one idea ahead



Disclaimer

Die Informationen in diesen Unterlagen sind vertraulich und dürfen nicht ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch All for One Group SE bekannt gegeben werden. Alle Texte, Bilder und Grafiken unterliegen dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutz des geistigen Eigentums. Alle Rechte an diesen Unterlagen sind der All for One Group SE vorbehalten.

All for One Group SE stellt diese Unterlagen ohne jegliche Verpflichtung, Gewährleistung oder Garantie, weder ausdrücklich noch stillschweigend, zur Verfügung. All for One Group SE übernimmt keine Verantwortung für Fehler oder Irrtümer in diesem Dokument, es sei denn, derartige Schäden beruhen auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Der Inhalt dieser Unterlagen kann von All for One Group SE jederzeit geändert werden. Diese Unterlagen dienen ausschließlich informativen Zwecken und dürfen in keinen Vertrag aufgenommen, für Handelszwecke weiterverwendet oder an Dritte weitergegeben werden, soweit sie nicht für eine solche Verwendung gekennzeichnet sind oder eine vorherige schriftliche Genehmigung von All for One Group SE vorliegt.