

- 1.) Suchen Sie sich konkrete, **echte Menschen und Fälle**, mit und an denen Sie ihre Ideen erproben.
- 2.) Machen Sie ihr Experiment sichtbar.
- 3.) Sie dürfen **niemanden zwingen** mitzumachen. Niemand darf Sie zwingen, aufzuhören oder etwas anders zu machen. Sie müssen also Freiwillige finden, die mitmachen. Gerne abteilungsübergreifend. Die Abteilungs- und Gruppenleiter wissen Bescheid. Sie werden ihre Leute gewähren lassen.
- 4.) Geben Sie nicht mehr als **10.000 EUR** für Ihr Experiment aus. Wägen Sie bitte gut ab, ob Chancen und Risiken die Ausgabe rechtfertigen. Die Entscheidung liegt bei Ihnen. Wir wissen, dass Sie das Geld im Sinne der Firma nutzen werden. Wenn es für 0 EUR geht: Umso besser!
- 5.) Bevor Sie starten: Holen Sie sich **Rat von kritischen Kollegen** ein. Lassen Sie sich nicht bremsen von deren Skepsis – aber hören Sie deren Argumente. Vielleicht können Sie etwas lernen, was hilft.
- 6.) Wenn Sie spüren, dass Sie gegen die gegebenen Leitplanken – **die Prinzipien** – verstoßen, dann müssen Sie nachfragen. Sonst dürfen Sie einfach „machen“.
- 7.) Bitte zeigen Sie von Zeit zu Zeit ihre **Zwischenergebnisse** und Erkenntnisse. Es ist Ihre Verantwortung, die „Richtigen“ dafür einzuladen. Kritisches Feedback ist zwar unangenehm – aber hilft.
- 8.) Es ist **ok, mehrmals zu scheitern** und erneut aber etwas anders ran zu gehen. Neues entsteht so. Wenn Sie trotz vieler

Versuche scheitern: Respekt. Sie haben es versucht. Zeigen Sie ihr Scheitern.

- 9.) Die Lösung muss nicht ihren Vorgesetzten gefallen. Sie muss funktionieren. Dann ist gemeinsame **Reflektion** gefragt: Wie nutzen wir diese Erkenntnisse? Vielleicht klebt die Lösung an der besonderen Personen-Konstellation? Vielleicht an der engen Kommunikation? Vielleicht muss sich das Organigramm ändern? Vielleicht Prozesse?
- 10.) Wichtig: Das Experiment dient dazu, die zentrale Herausforderung in den Griff zu bekommen.