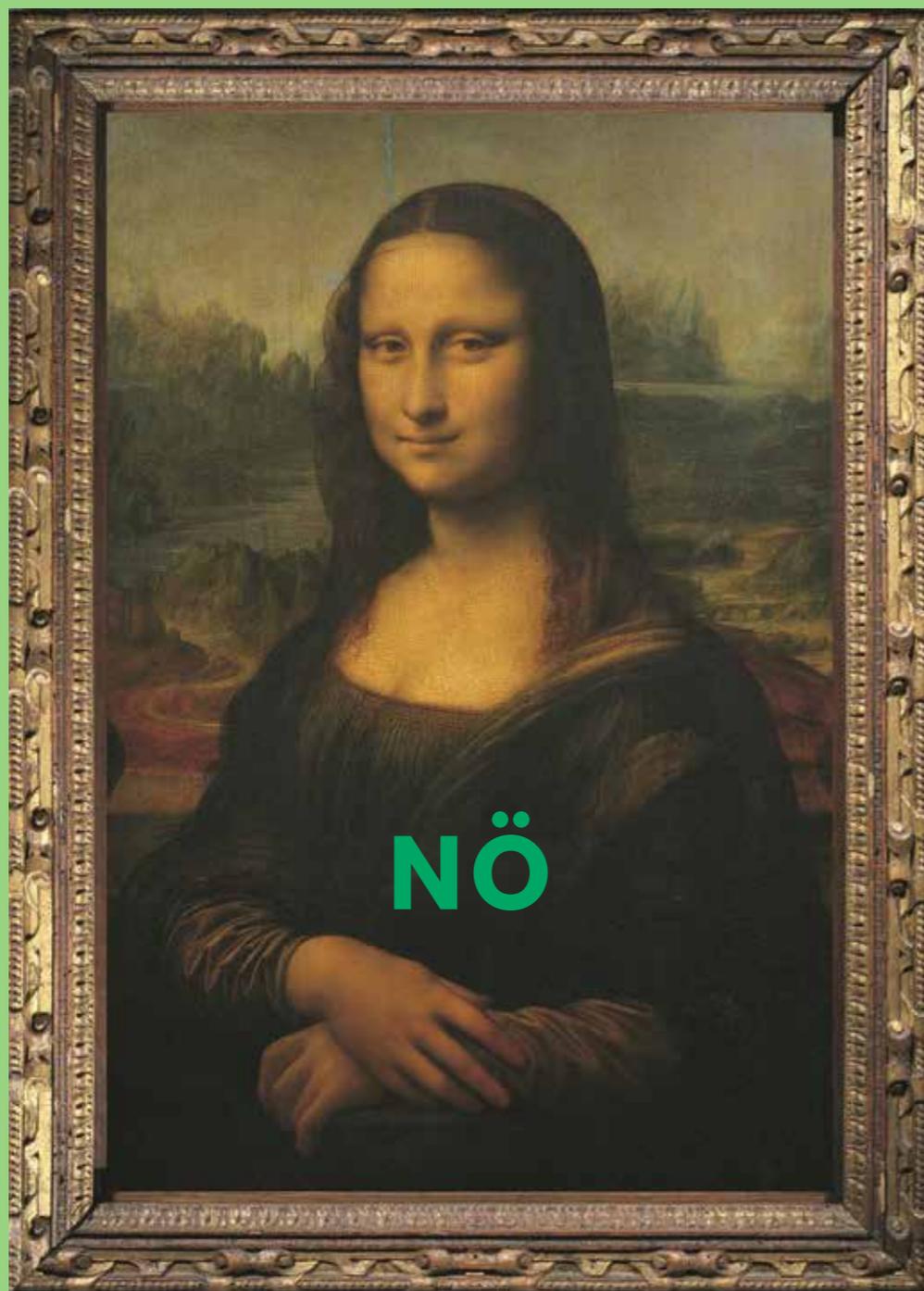




WAS GENAU IST EIGENTLICH DIESES
VIZ...THINK?



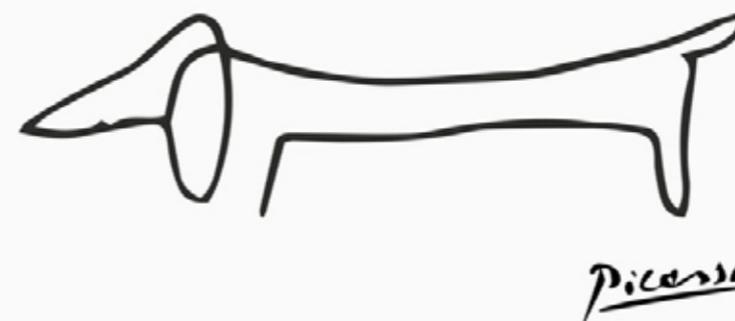
?



NÖ

Original: Leonardo Da Vinci, Grafik von Trefl, puzzle-mania.de

!



YES!

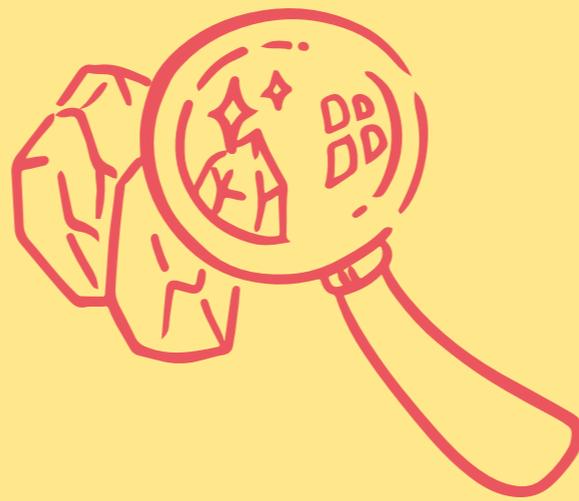
Original: Pablo Picasso, Grafik von Art-O-Rama, redbubble.com

WER SIND
WIR?

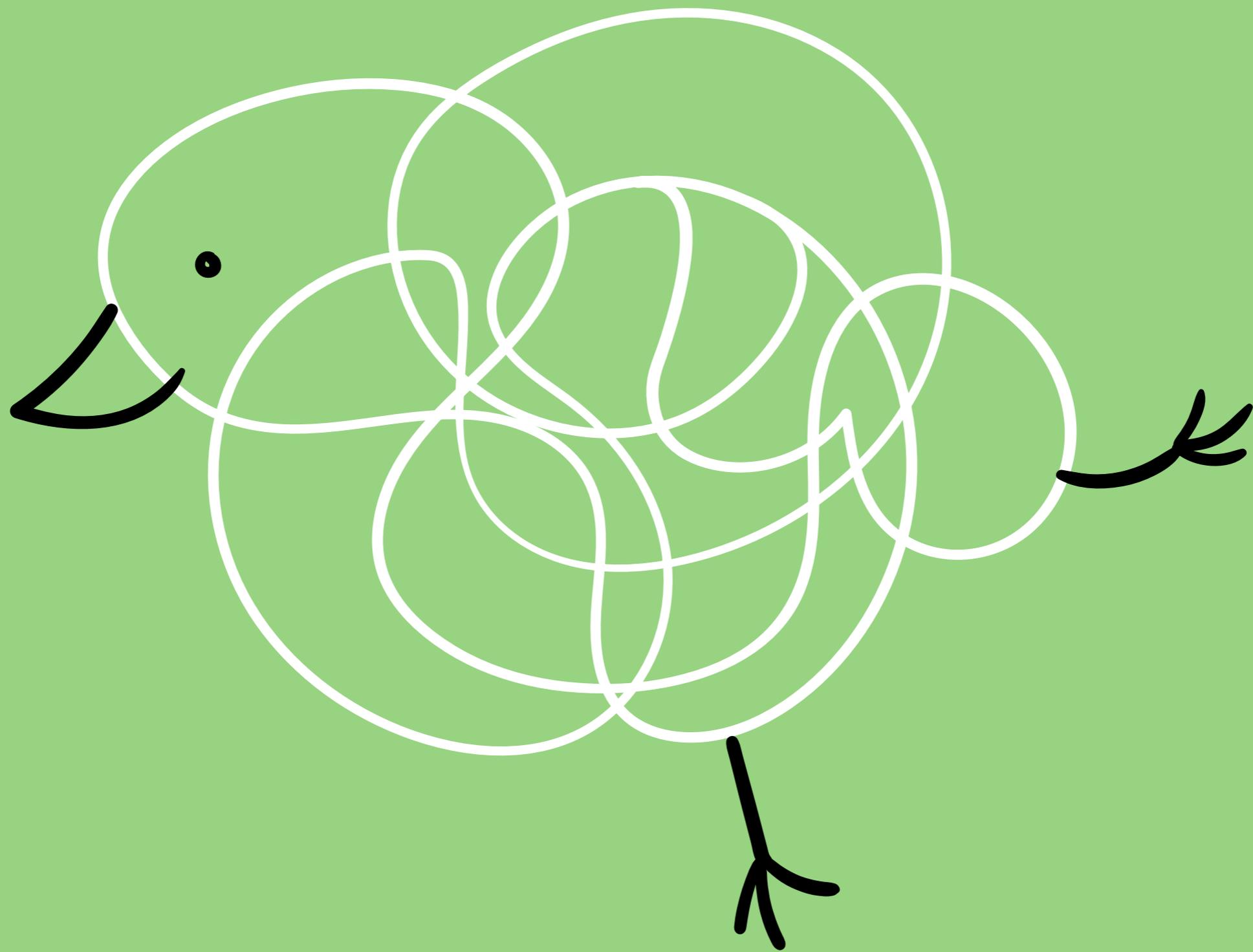
MARKO



CLAUDIE



**JETZT ABER ENDLICH:
WARM-UP!**





Strekalova, dreamstime.com



UND WER SEID
IHR?



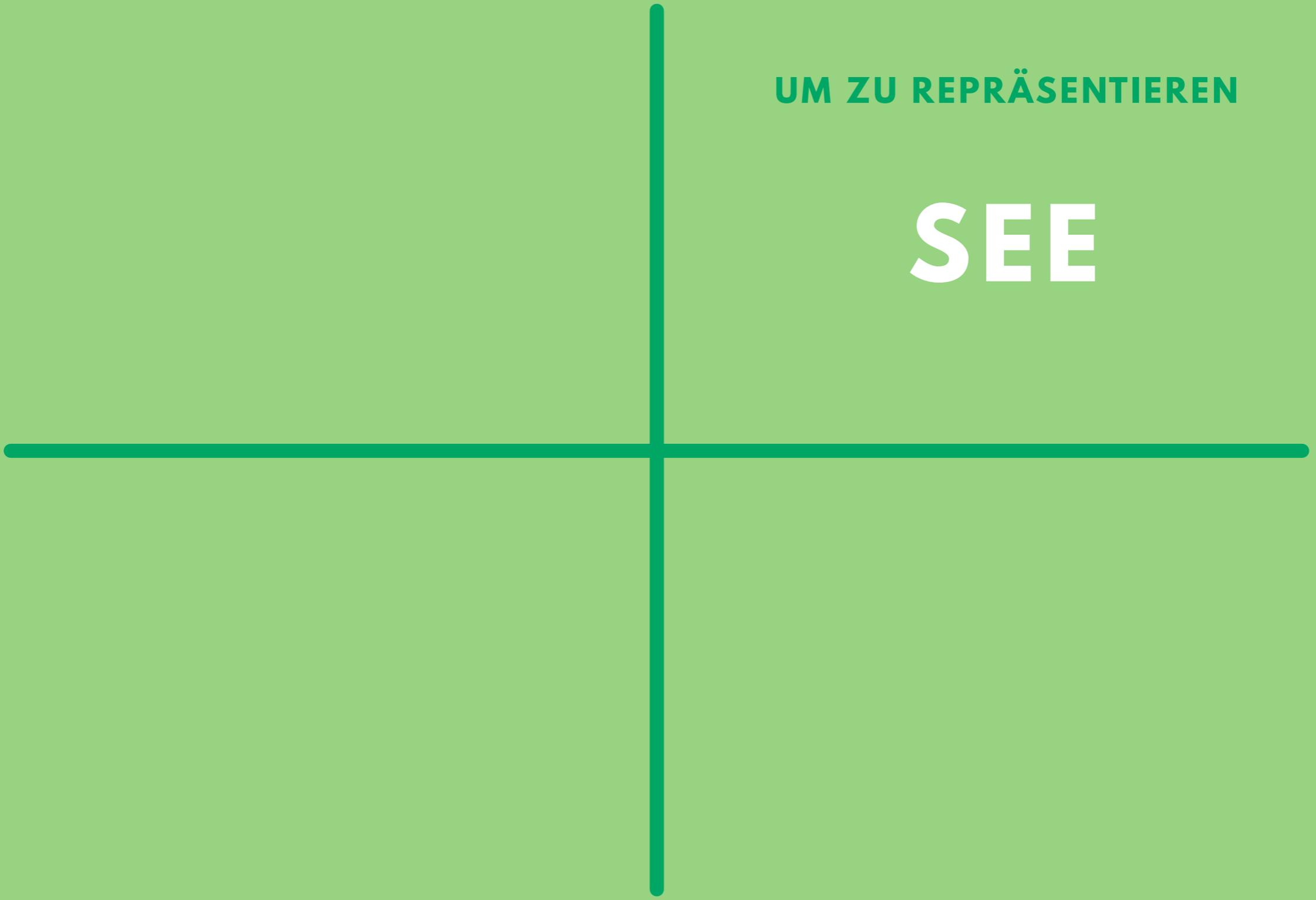
**DIE 4 WEGE DER VISUALISIERUNG, ODER:
THE DRAW QUAD**

INDIVIDUELL

UM ZU REPRÄSENTIEREN

SEE

ÄUßERLICH



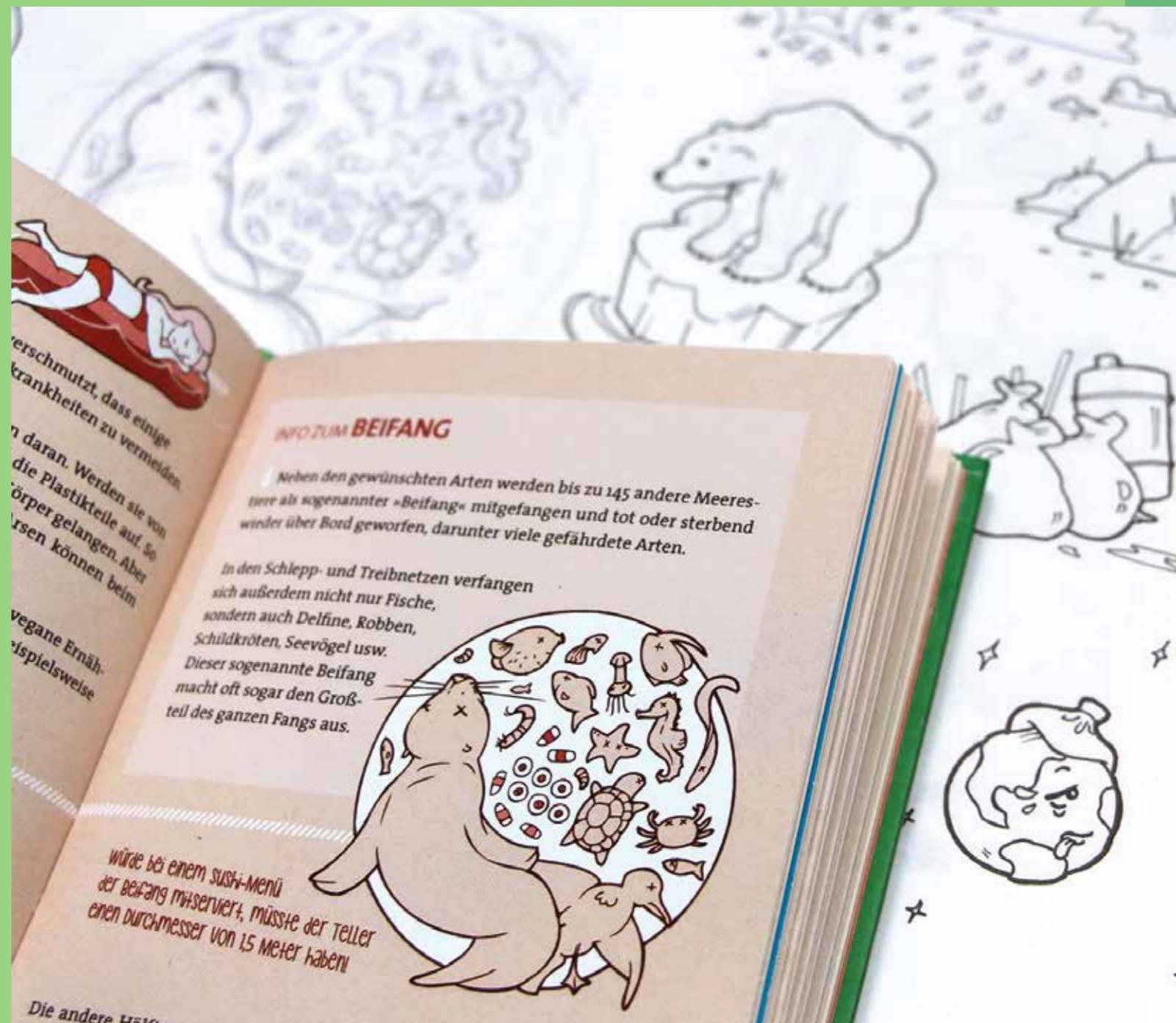
PRÄSENTATIONEN



ZEITSCHRIFTEN, MAGAZINE, BÜCHER



Ruben Hussong



Claudia Zech

BILD-MANIPULATION



WEB & MOBIL



Webmail | Vorlesungsverzeichnis | Pinnwände | English

Bauhaus-Universität Weimar

UNIVERSITÄT | ARCHITEKTUR UND URBANISTIK | BAUINGENIEURWESEN

Aktuell | Profi | Struktur | Studium | International | Forschung und Kunst | Partner und Alumni | Service

UNIVERSITÄT • STRUKTUR • ZENTRALE EINRICHTUNGEN • Zentrum für Universitätsentwicklung

Zentrum für Universitätsentwicklung

Illustration: Claudia Zech und Johanna Diebst

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Zentrums für Universitätsentwicklung (ZUE) unterstützen und beraten die Bauhaus-Universität Weimar in den Themenfeldern Universitäts- und Strategieentwicklung, Strategisches Projektmanagement sowie Qualitätsinformation und -beratung.

Kontakt

Zentrum für Universitätsentwicklung
Amalienstr. 13
99423 Weimar

Dr. Andreas Mal
Leiter des Zentrums

Cornelia Hauer
Sekretariat

Telefon: +49 (0) 36 43/58 12 50
Telefax: +49 (0) 36 43/58 12 53
E-Mail: [zue\[at\]uni-weimar.de](mailto:zue[at]uni-weimar.de)

Quicklinks

- [Arbeitsplattform ZUE](#)
- [Fachtagung: Hochschulwege 2015](#)

INDIVIDUELL

UM IDEEN ZU DURCHDENKEN

UM ZU REPRÄSENTIEREN

THINK

SEE

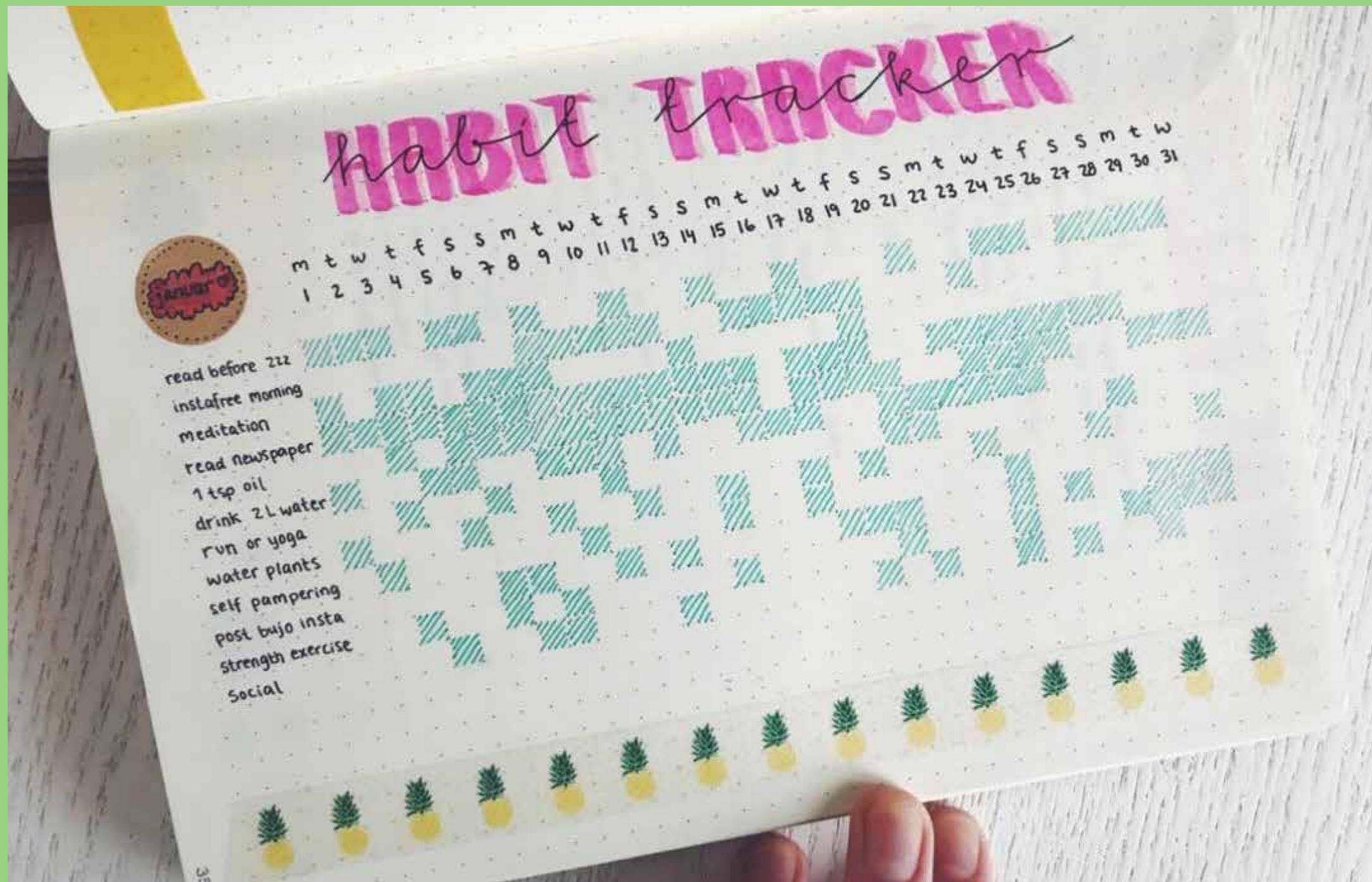
INNERLICH

ÄUßERLICH

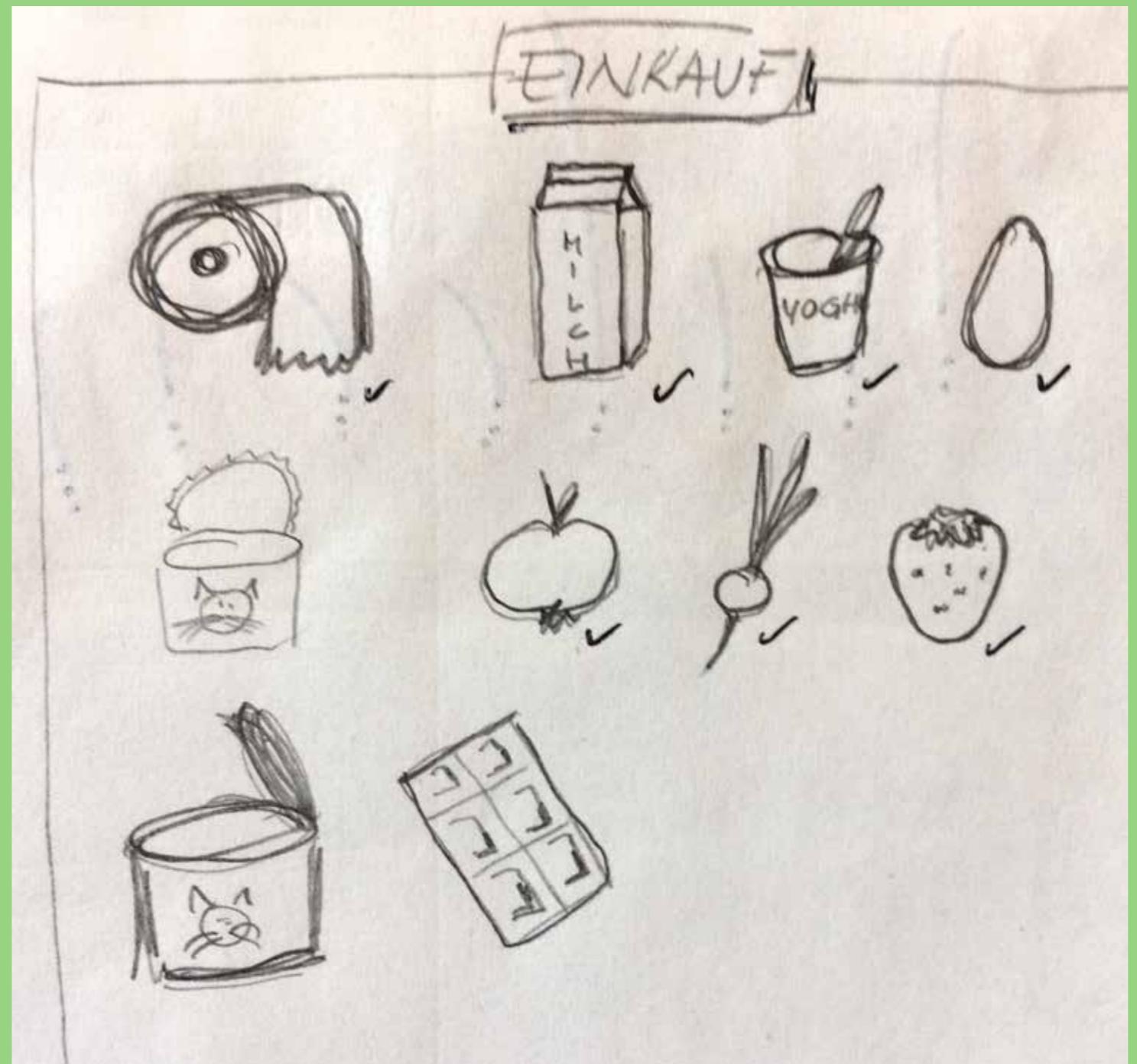
TO-DO-LISTE/BULLET-JOURNAL



HABIT-TRACKER



EINKAUFSLISTE

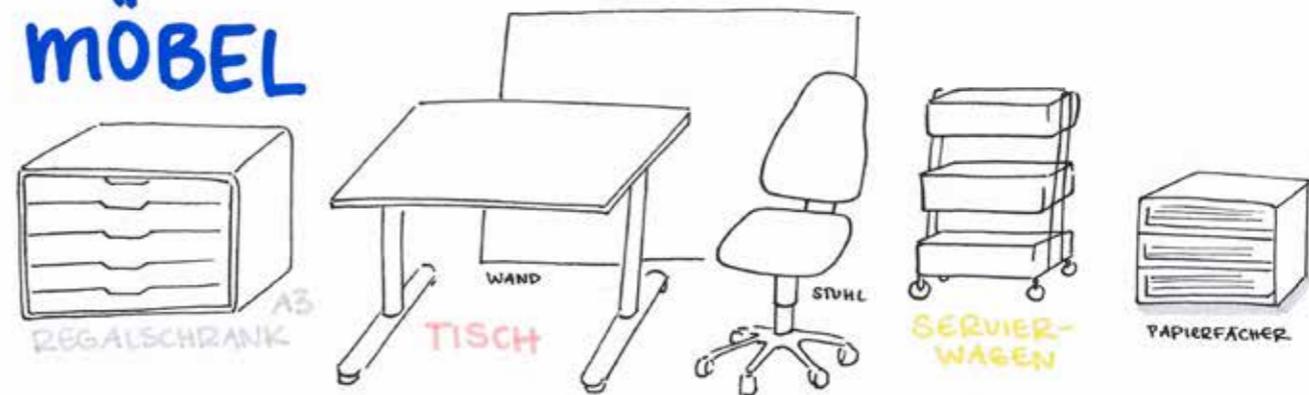


PACK-LISTE

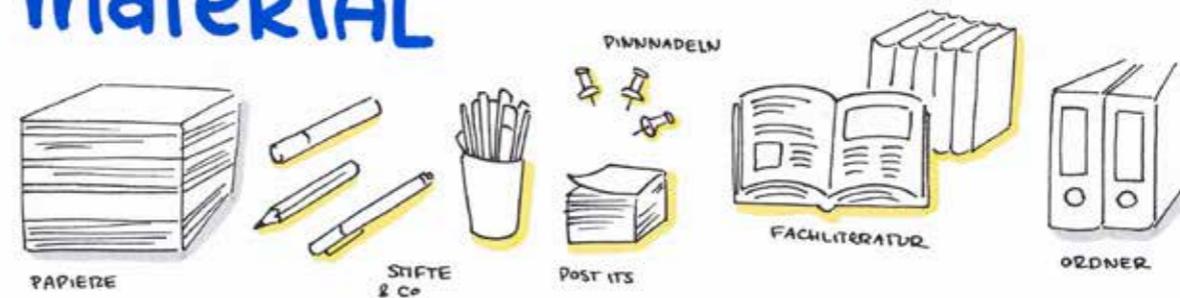
ELEKTRONIK



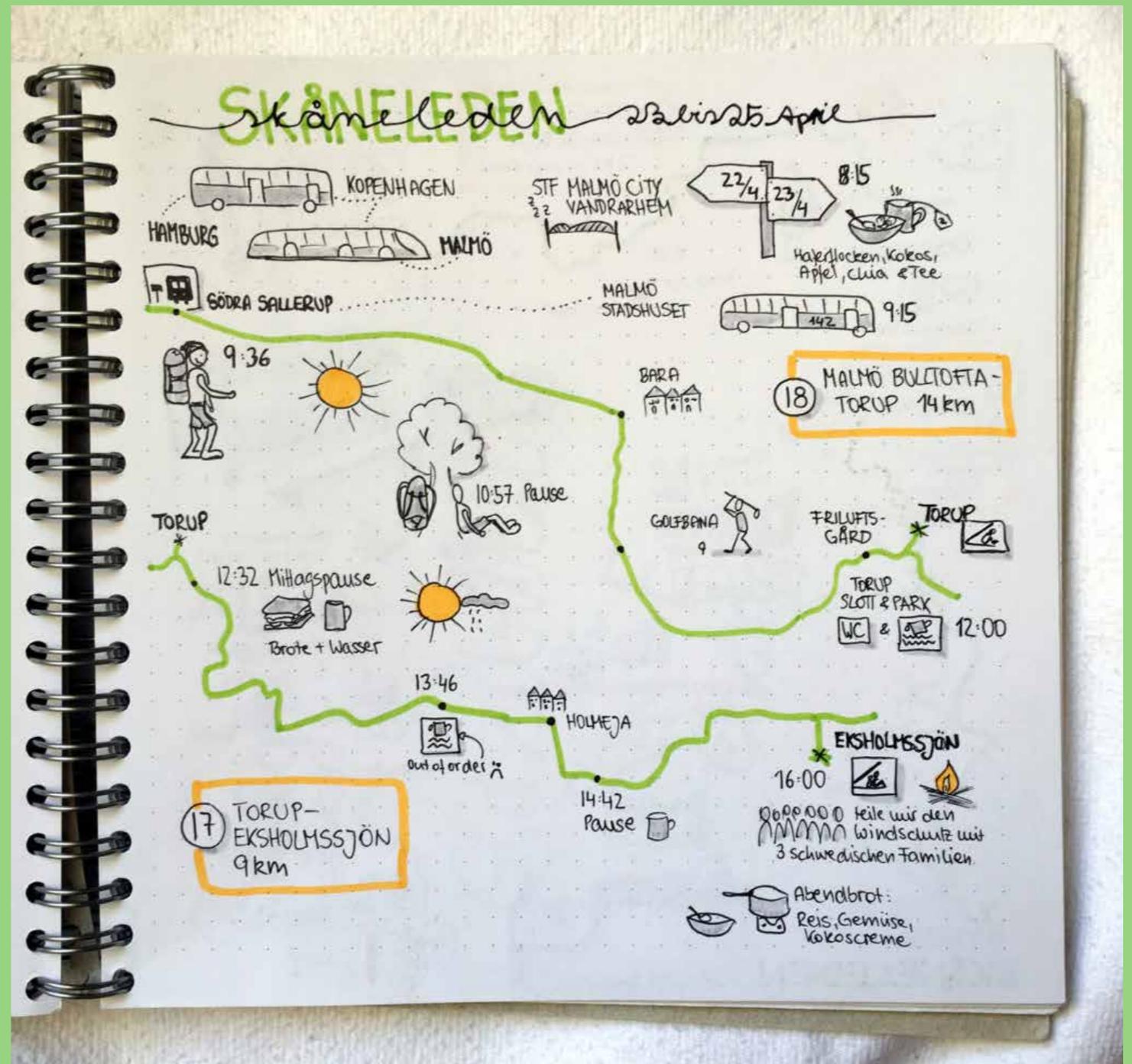
MÖBEL



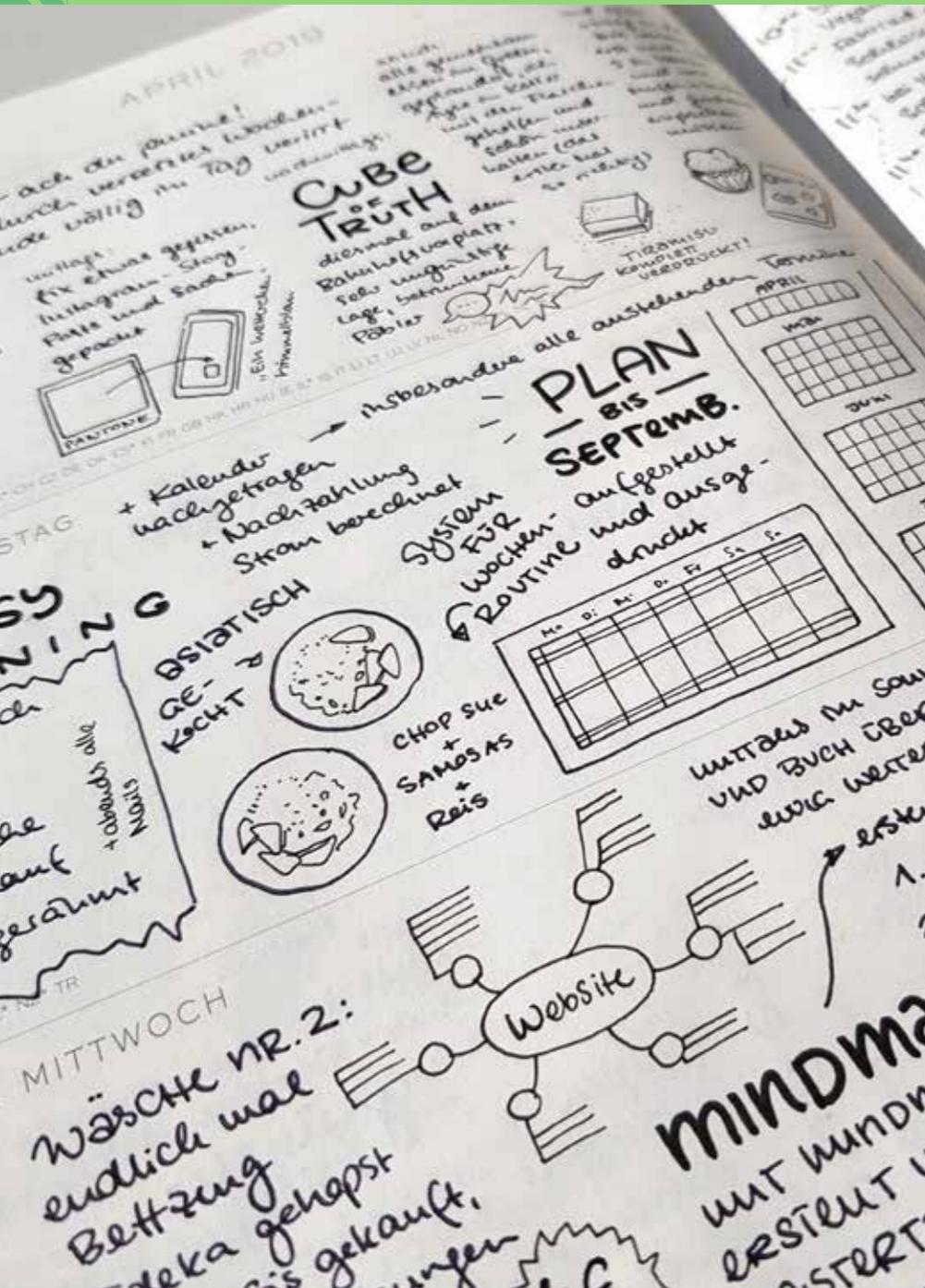
MATERIAL



REISE-NOTIZEN



TAGEBUCH



SKETCHNOTES: ZUR ERINNERUNG

BUSINESS PLAN

für 3 Jahre

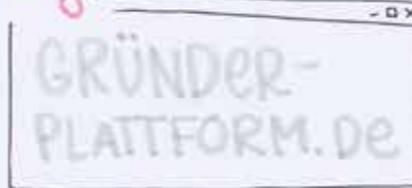
» Fische finden Fontänen fantastisch zum Fliegen. «

Arbeitszeugnis
GFw, Mißbrauchsg.
12-15 Seiten

für große Investitions-
mehr für Banken & Investoren

= argumentative Begründung
Basis, die Hand und Fuß hat

gibt Sicherheit,
um Rückschläge gut
abfedern zu können



2. Markt & Wettbewerb

eig. Branche



- BEWEIS: dass in einem Markt eintritt, der wächst und nicht stagniert
- Relation zum Wettbewerb = Plausibilität + Marktzahlen

Eigens. Konkurrenz	Lage Preis				
	1	2	3	4	5
ich	✓	✓	✓	✓	✓
andere	✗	✓	✓	✓	✓

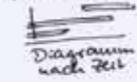
wenn Preis höher, begründen mit Qualität, Leistungsumfang

- „Kopf schlägt Kapital“
Leidenschaft im Business
- Wickpyramide
zu 83% Körpersprache & Stimme für Überzeugungen essentiell nur 7% Inhalt
- Veit Lindau - Super Coach
- „Ohne Stimmung keine Zustimmung.“
- „Preise sind immer ein Qualitätsfaktor.“

3. Marketing & Vertrieb



Kanäle, Kommun. Kooperat. Empfehlungen, Referenzen, Online / Offene, was ist am wichtigsten?

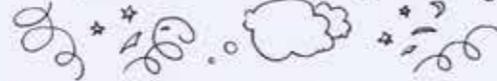


7. Projektierung

große Projekte im Business, z.B. Büro, Stadtbibliothek

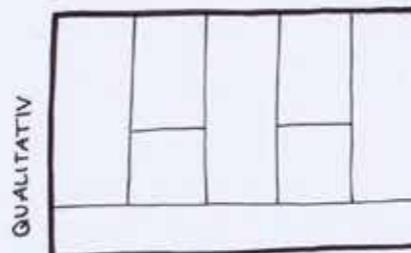
1. ZUERSTERST:

freie Ziel- und Strategiefindung



2. DANN:

BUSINESS MODEL CANVAS



= flexible Übersicht für Vor-Strukturierung

Leistung, Zielgruppe, Kundenbeziehung, Schlüsselaktivitäten, -ressourcen, -partner, Kosten, Strategien, Marketing-Kanäle

3. ERST DANACH

BUSINESS-PLAN



Zielgruppe, Partner, rechtl. Bestimmung, Normen, Endkunden vs. Leistungsnahmer, Patentbegnad. Schutzstrategien

1. Geschäftsidee

MODELL A

- a) Grundnutzen: besser fühlen
- b) - funktional: Parkplätze, Wasser, Toiletze, Service, Musik, andere Kunden
- emotional: Abholen, Wohlbefinden
- sozial: Gruppengefühl, Nachhaltigkeit, Inklusivität, Partnerschaften

Angebot USP &

4. Rechtsform & Standort

kurz und knapp, Vorteile Erford.

5. Unternehmer & Organisation

- auch soziale und persönl. Kompetenzen
- Stärken, Charakter
- wer macht Buchhaltung?
- ... Unterstützung
- Werte und was man nicht will

8. Finanzierung

- reine Dienstleistung nach Stunde oder Paketen
- Ausgaben, Gemeinkosten, laufende Kosten, Gründungskosten
- normal: im 1. und 2. Jahr im Minus! wichtig für Banken, weil Zinsen
- Investitionsplanung
- Finanzielle? woher Geld?
- Liquiditätsplanung v.a. bei Vorleistungen

6. Chancen & Risiken

- Markt: pos. Entwick. und auch neg., Branche
- Zukunftssicht
- Mikro- & Makro-Sicht

INDIVIDUELL

UM IDEEN ZU DURCHDENKEN

UM ZU REPRÄSENTIEREN

THINK

SEE

INNERLICH

ÄUßERLICH

SHOW

UM ZU KOMMUNIZIEREN

KOLLEKTIV

KONZEPT

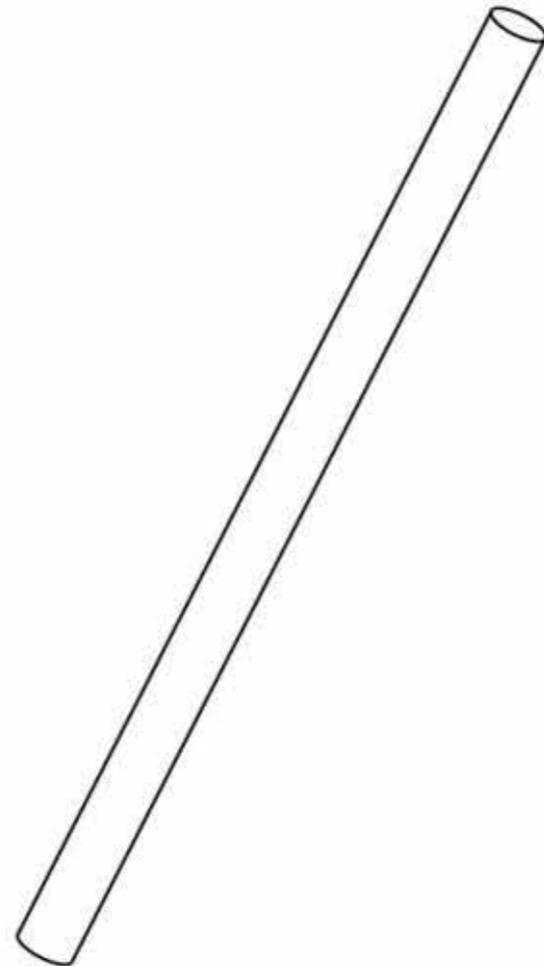


VERSTÄNDIGUNG

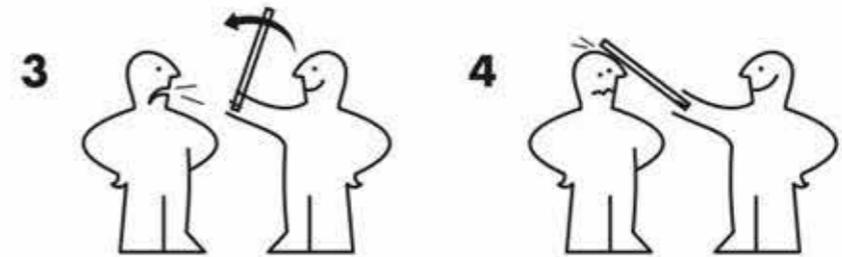
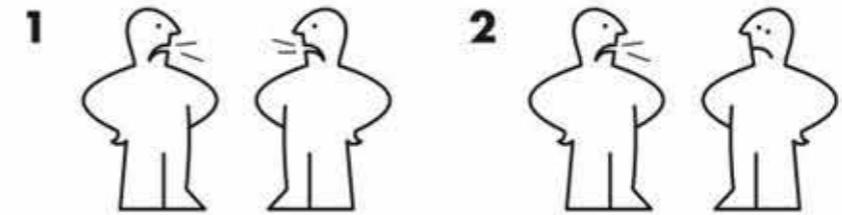
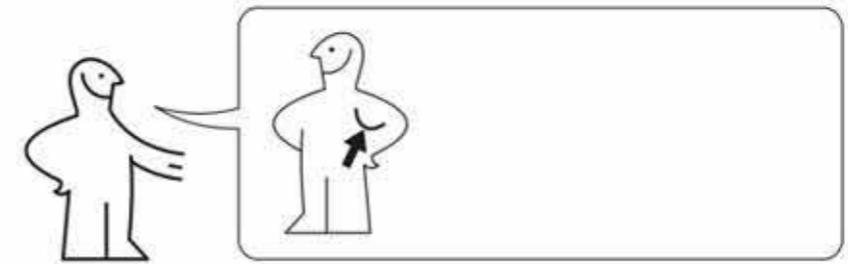


ANLEITUNG

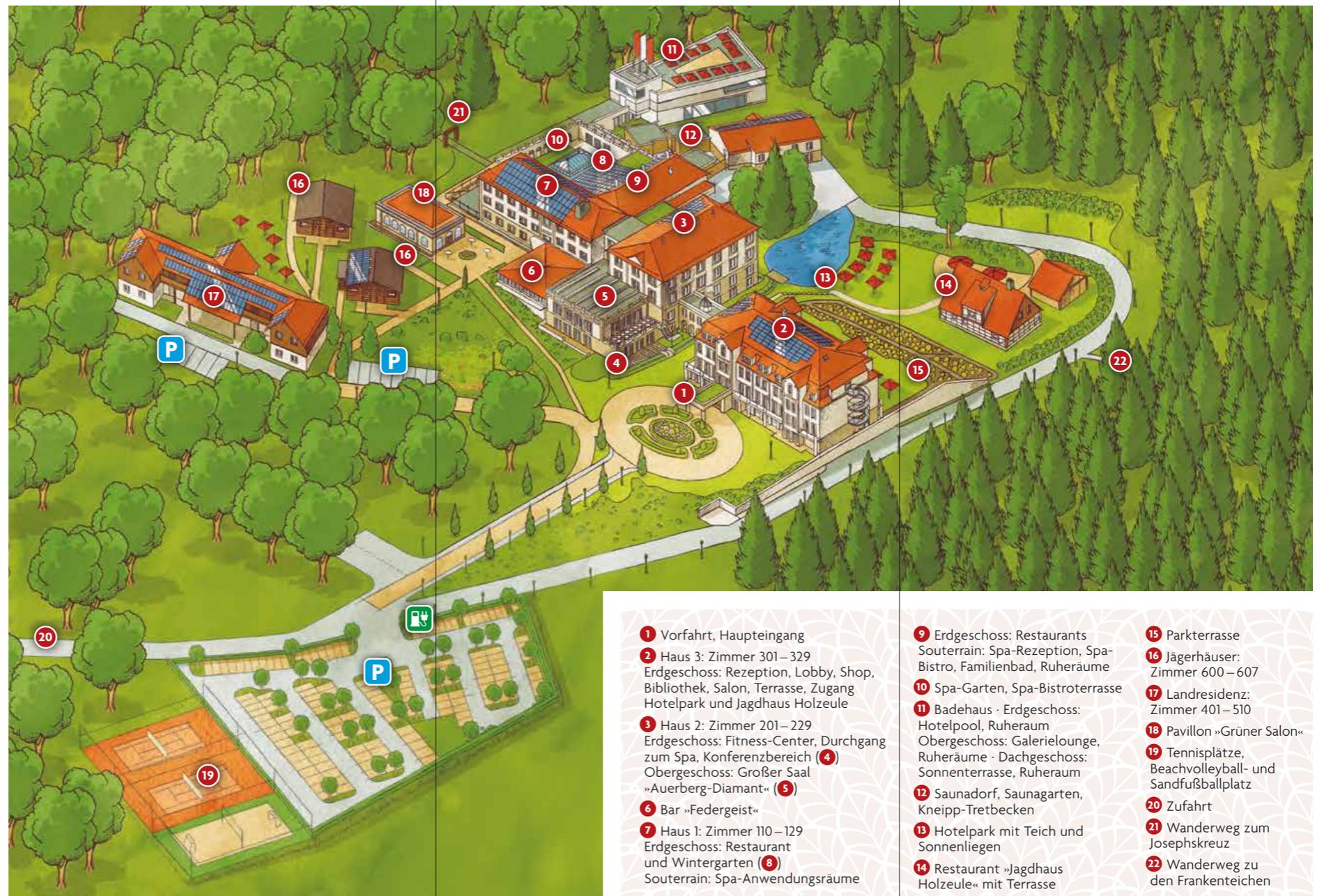
KLOPPE



IKEA
Design and Quality
IKEA of Sweden



ORIENTIERUNG



- | | | |
|---|---|--|
| <p>1 Vorfahrt, Haupteingang</p> <p>2 Haus 3: Zimmer 301–329
Erdgeschoss: Rezeption, Lobby, Shop, Bibliothek, Salon, Terrasse, Zugang Hotelpark und Jagdhaus Holzeule</p> <p>3 Haus 2: Zimmer 201–229
Erdgeschoss: Fitness-Center, Durchgang zum Spa, Konferenzbereich (4)
Obergeschoss: Großer Saal »Auerberg-Diamant« (5)</p> <p>6 Bar »Federgeist«</p> <p>7 Haus 1: Zimmer 110–129
Erdgeschoss: Restaurant und Wintergarten (8)
Souterrain: Spa-Anwendungsräume</p> | <p>9 Erdgeschoss: Restaurants
Souterrain: Spa-Rezeption, Spa-Bistro, Familienbad, Ruheräume</p> <p>10 Spa-Garten, Spa-Bistroterrasse</p> <p>11 Badehaus · Erdgeschoss: Hotelpool, Ruheraum
Obergeschoss: Galerielounge, Ruheräume · Dachgeschoss: Sonnenterrasse, Ruheraum</p> <p>12 Saunadorf, Saunagarten, Kneipp-Tretbecken</p> <p>13 Hotelpark mit Teich und Sonnenliegen</p> <p>14 Restaurant »Jagdhaus Holzeule« mit Terrasse</p> | <p>15 Parkterrasse</p> <p>16 Jägerhäuser:
Zimmer 600–607</p> <p>17 Landresidenz:
Zimmer 401–510</p> <p>18 Pavillon »Grüner Salon«</p> <p>19 Tennisplätze,
Beachvolleyball- und Sandfußballplatz</p> <p>20 Zufahrt</p> <p>21 Wanderweg zum Josephskreuz</p> <p>22 Wanderweg zu den Frankenteichen</p> |
|---|---|--|

INFOGRAFIKEN

Netzstrukturen, welche es ermöglichen, die Anforderungen eines geänderten Strommarktes und den Rück-Planung von Netzen und Förderung von Technologien gesamtwirtschaftlich zu berücksichtigen und dabei **den (fossilen) Primärenergieeinsatz zu minimieren**. Der Projektansatz hat darüber hinaus zum Ziel, eine **se auf vergleichbare Netzstrukturen abzuleiten und zu veröffentlichen**. Hierbei sollen die Methoden auf die Städte Konstanz, Sindelfingen und Düsseldorf angewandt werden.

unterstützungssystem (EUS) für die spartenübergreifende, kombinierte Auslegung und ökonomische Optimierung von Strom-, Gas- und Wärmenetzen unter Beachtung der Siedlungs- und Bebauungsstruktur und des Einsatzes unterschiedlicher Technologien zur Heizwärme- und Stromerzeugung. Zur Steigerung der Realitätsnähe vorhandener Modelle zur Planung, Simulation und Optimierung von Energienetzen sollen u.a. neue technische, rechtliche und ökonomische Entwicklungen im Bereich der kommunalen Energieversorgung sowie **sozioökonomische, -demographische und -kulturelle Aspekte** berücksichtigt werden.

ANALYSE

PHYSISCHE EINFLUSSFAKTOREN

Geographie (lokale Solareinstrahlung, regionale Klimatisse, durchschnittliches Temperaturregime)

SOZIOÖKONOMISCHE EINFLUSSFAKTOREN

Sozioökonomische (wie Einkommen & Nutzenkalküle), Demographische (u.a. Lebensalter & Geschlecht) und Kulturelle Aspekte (z.B. Bildung & Umweltbewusstsein)

ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN

Flächenverbrauch, etc.

ENERGIEVERBRAUCH & -ERZEUGUNG

NETZELEMENTAREBENE

Industrie- & Nicht-Wohngebäude, Handel, Dienstleistung & Industrie)

GEBÄUDEEBENE

Wohn- & private Nicht-Gebäude, Schienennetz, Grün- & Gewässerflächen u.v.m.)

ENERGIEVERTEILUNG

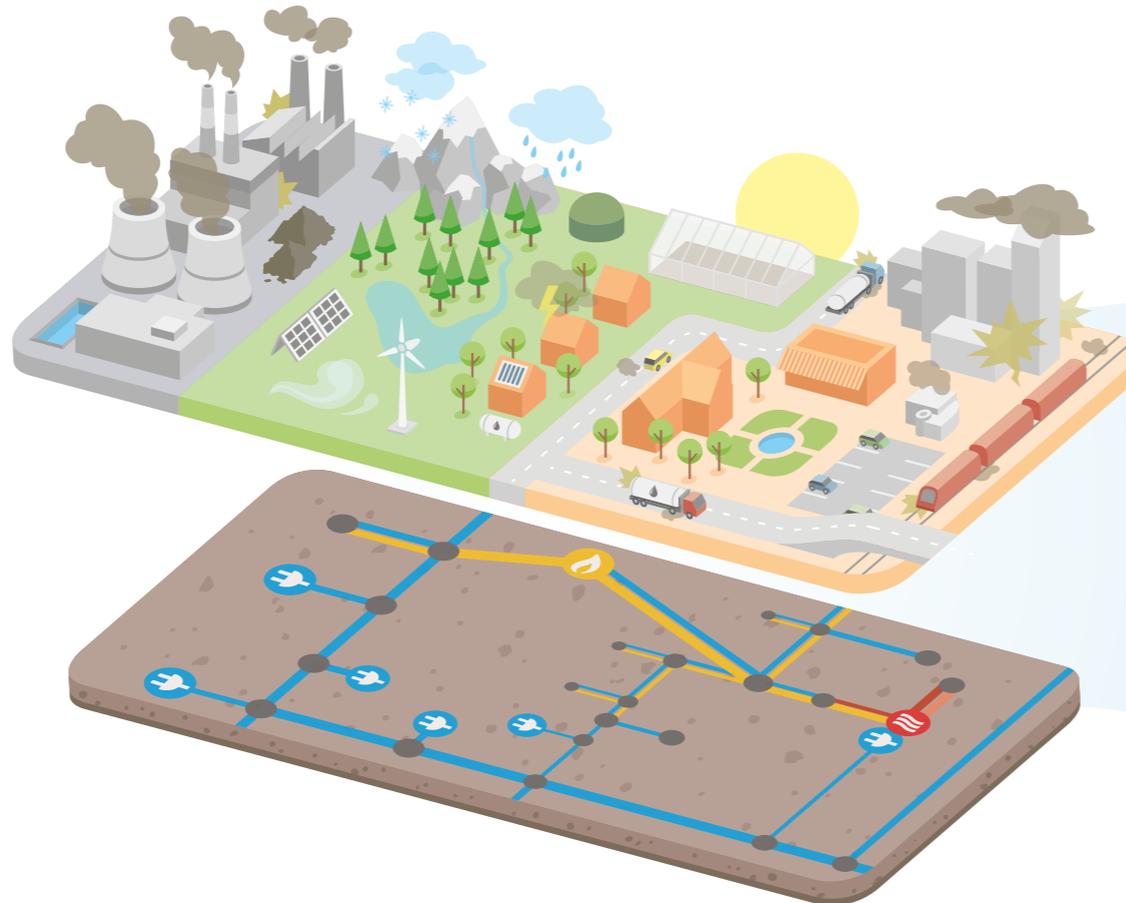
STADTNETZ

REGIONALNETZ

FERNWÄRMENETZE

VERKEHRSMITTEL-UNTERSTÜTZUNG

Verkehrsmittel-Unterstützung für Energieträger (Gas, Wärme, usw.)



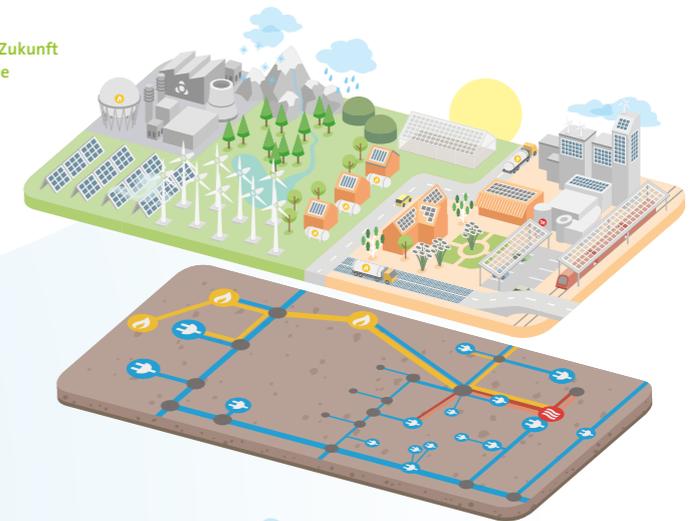
STADTWERKE KONSTANZ

Stadtwerke Sindelfingen GmbH

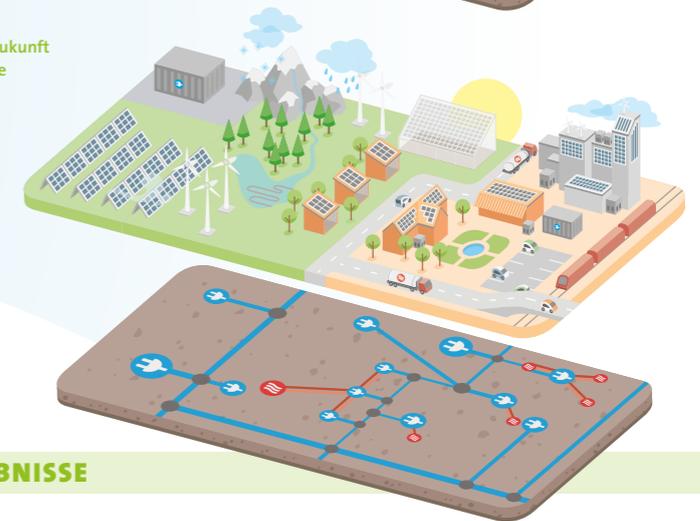
Stadtwerke Düsseldorf

ZUKUNFTSSZENARIOEN

brennstoffarme Zukunft über synthetische Brennstoffe



brennstofflose Zukunft über vollständige Elektrifizierung



ERGEBNISSE

STATISTISCHE ANALYSEN

Induktive und explorative Verfahren zur Datenauswertung (Regressionsanalysen, multivariate Regressionsanalysen)



RESIDUALLAST-ANALYSE

Entwicklung von Stromnachfrage und -angebot mit Fokus auf Verwendung der EE-Stromüberschüsse



METHODENUNTERSTÜTZUNG

Erstellung von softwaregestützten Modellen in verschiedenen Entwicklungsumgebungen (wie u.a. CPLEX, MATLAB & GIS)



SIMULATION

Räumliche und zeitliche Abbildung von Energiesystemen auf Gebäude- und Netzebene



TECHNOLOGIE-RANGLISTEN

Szenarioabhängige Ermittlung der n-optimalen Reihenfolge von Technologiekombinationen auf Hubebene



PLANUNGSTOOLS

Benutzerfreundliche Software-Tools für Entscheidungsunterstützung

HAFTLICHKEITS-ANALYSE

Vergleiche der Einnahme- & Ausgabesituation bei Alternativen (z.B. mittels LCOE)



ANALYSE VON PLANUNGSVERFAHREN

Reflexion und ggfs. Neubewertung von Planungsheuristiken (u.a. Gleichzeitigkeitsfaktor) unter veränderten Rahmenbedingungen

gefördert vom
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Gefördert durch das

SKETCHNOTES: ZUSAMMENFASSUNG



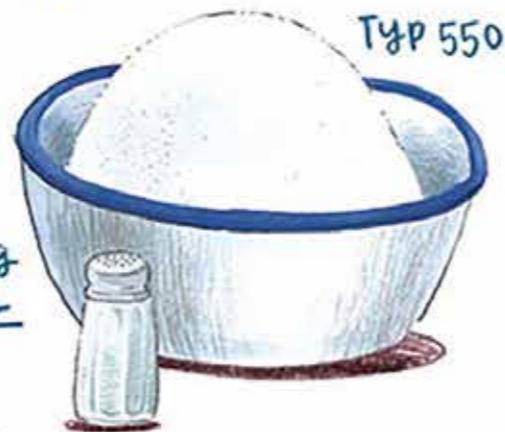
PROZESS-VISUALISIERUNG

HEFETEIG

40g ZUCKER



250g MEHL



15g HEFE

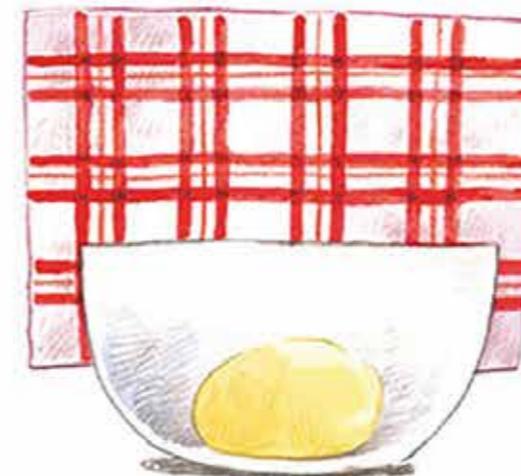


MISCHE DAS MEHL, ZUCKER, FRISCHE HEFE UND 1 PRIESE SALZ IN EINER SCHÜSSEL.



ERWÄRME 125 ML MILCH HANDWARM IN EINEM TOPF.

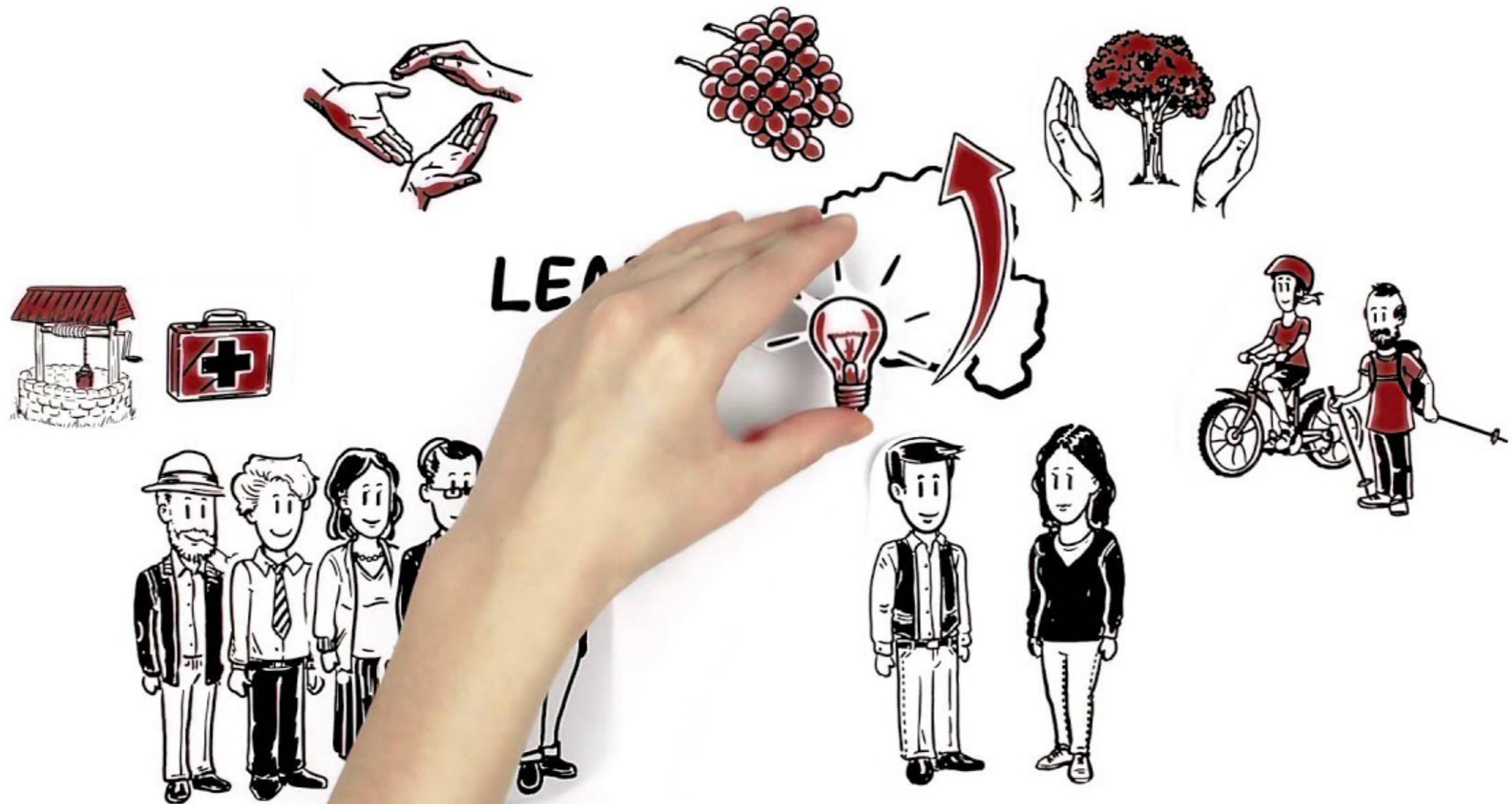
VERKNETE 1 Ei MIT WARMER MILCH UND 50g BUTTER IN STÜCKEN MIT DEN TROCKENZUTATEN.



DECKE DEN TEIG MIT EINEM TUCH AB.

LASSE IHN 30 MINUTEN GEHEN.

ERKLÄR-VIDEOS



GRAPHIC-RECORDING



Peter Tasev

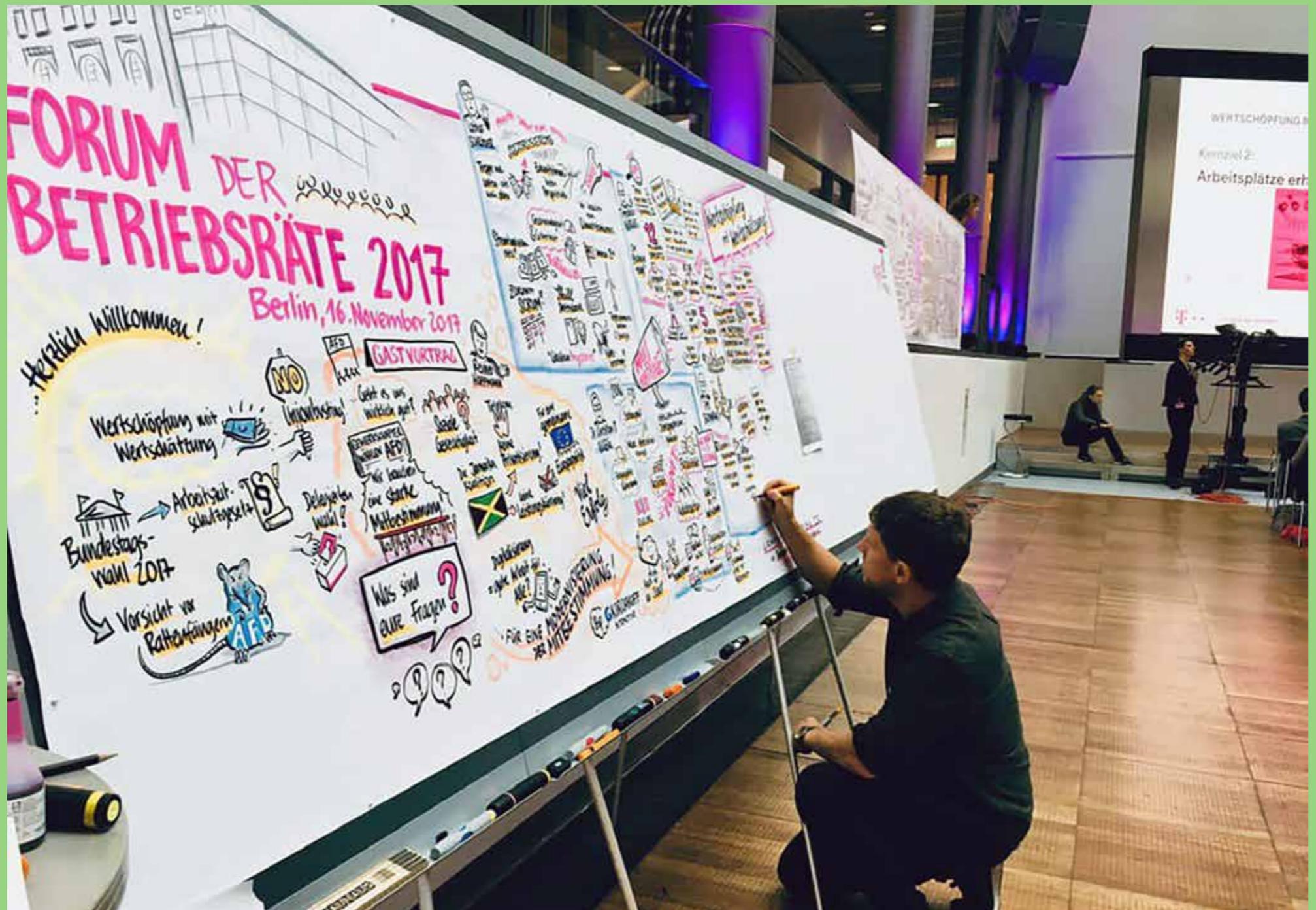


OPTIMIERUNG DER EINKAUFSPROZESSE

Visual Selling



GRAPHIC-RECORDING



INDIVIDUELL

UM IDEEN ZU DURCHDENKEN

UM ZU REPRÄSENTIEREN

THINK

SEE

INNERLICH

ÄUßERLICH

SHOW

DO

UM ZU KOMMUNIZIEREN

UM ZU ERLEICHTERN

KOLLEKTIV

CO-CREATION

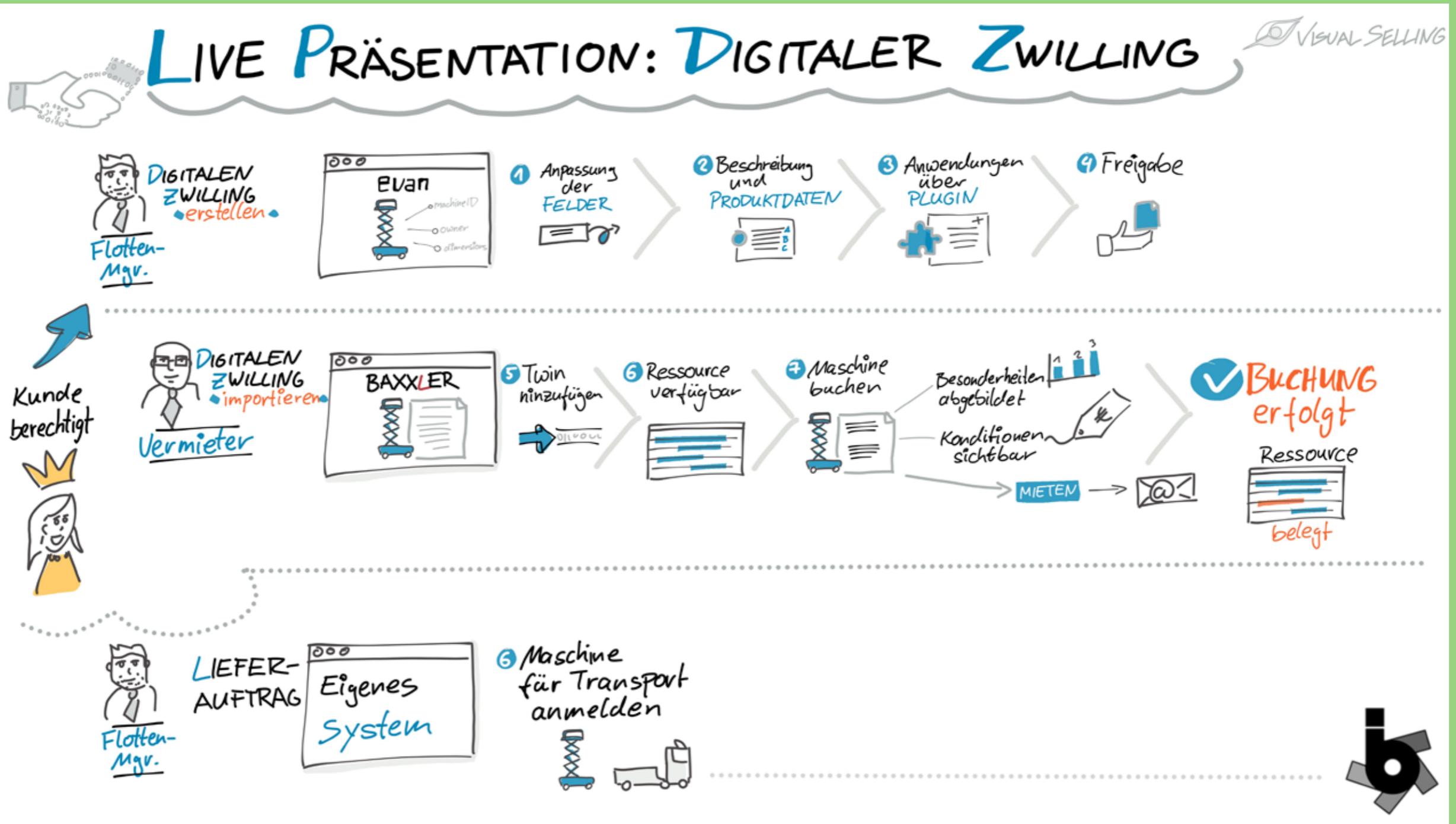


CO-CREATION

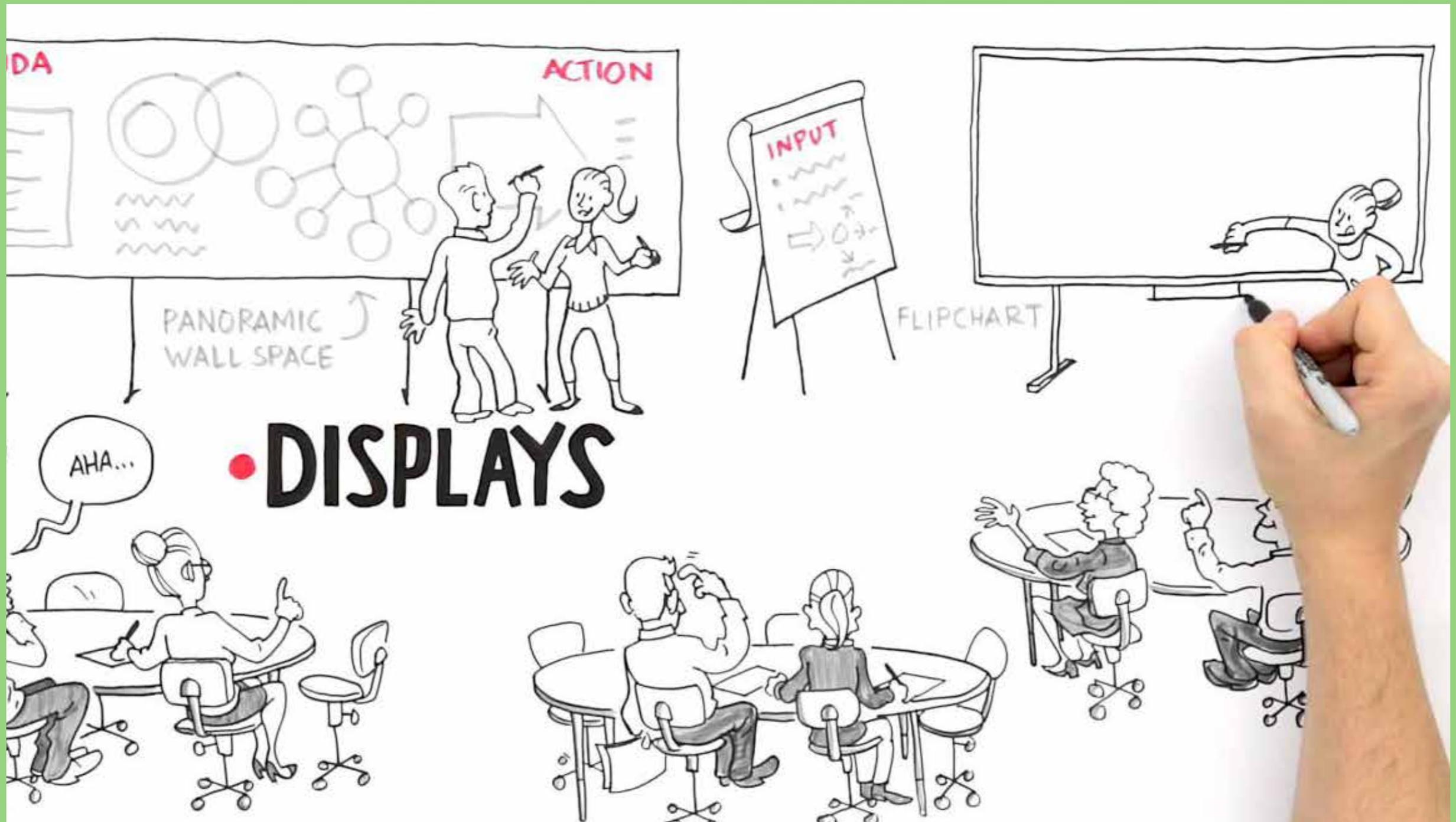


Marko Hamel beim THAK Forum, Foto: Thomas Müller

PROZESS-VISUALISIERUNG



GRAPHIC FACILITATION (MODERATION)



INDIVIDUELL

UM IDEEN ZU DURCHDENKEN

UM ZU REPRÄSENTIEREN

THINK

SEE

INNERLICH

ÄUßERLICH

SHOW

DO

UM ZU KOMMUNIZIEREN

UM ZU ERLEICHTERN

KOLLEKTIV

INDIVIDUELL

UM ZU REPRÄSENTIEREN

SEE

ÄUßERLICH

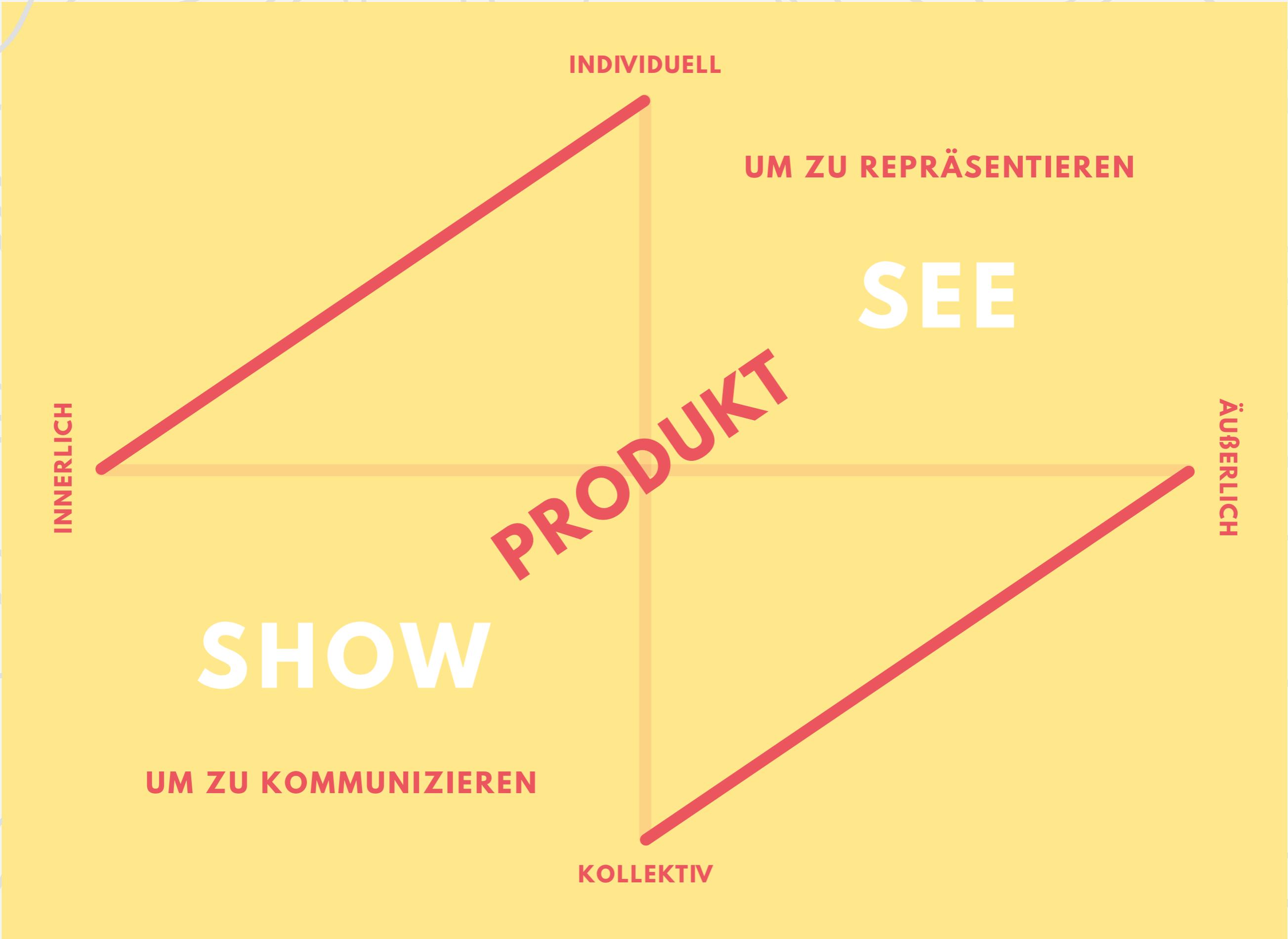
PRODUKT

INNERLICH

SHOW

UM ZU KOMMUNIZIEREN

KOLLEKTIV



INDIVIDUELL

UM IDEEN ZU DURCHDENKEN

THINK

PROZESS

ÄUßERLICH

INNERLICH

DO

UM ZU ERLEICHTERN

KOLLEKTIV

KENNT IHR ÄHNLICHE
DARSTELLUNGEN?

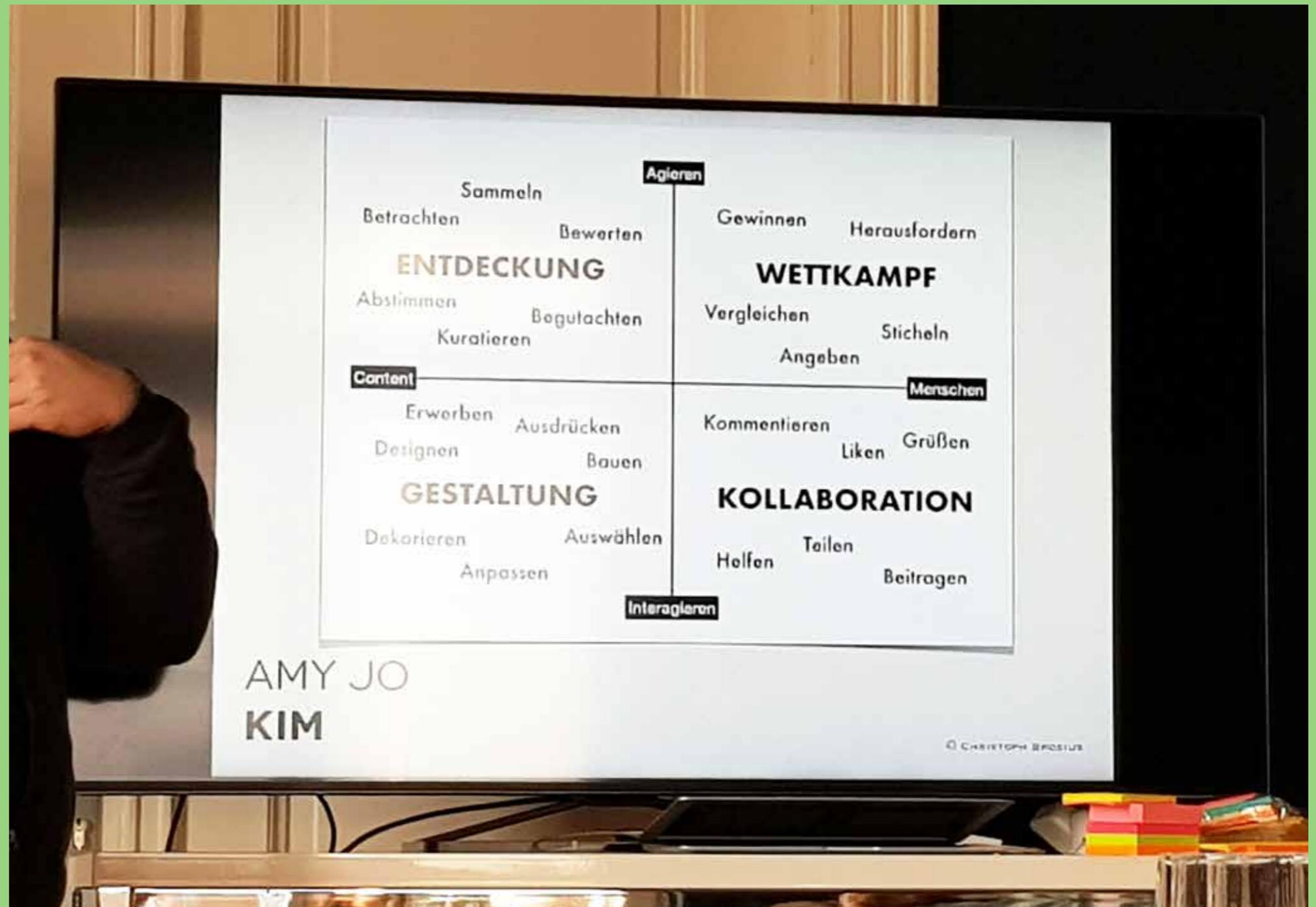
ORDNUNGSPRINZIP NACH EISENHOWER

EFFEKTIVES ORGA-TOOL NACH DEM EISENHOWER-PRINZIP

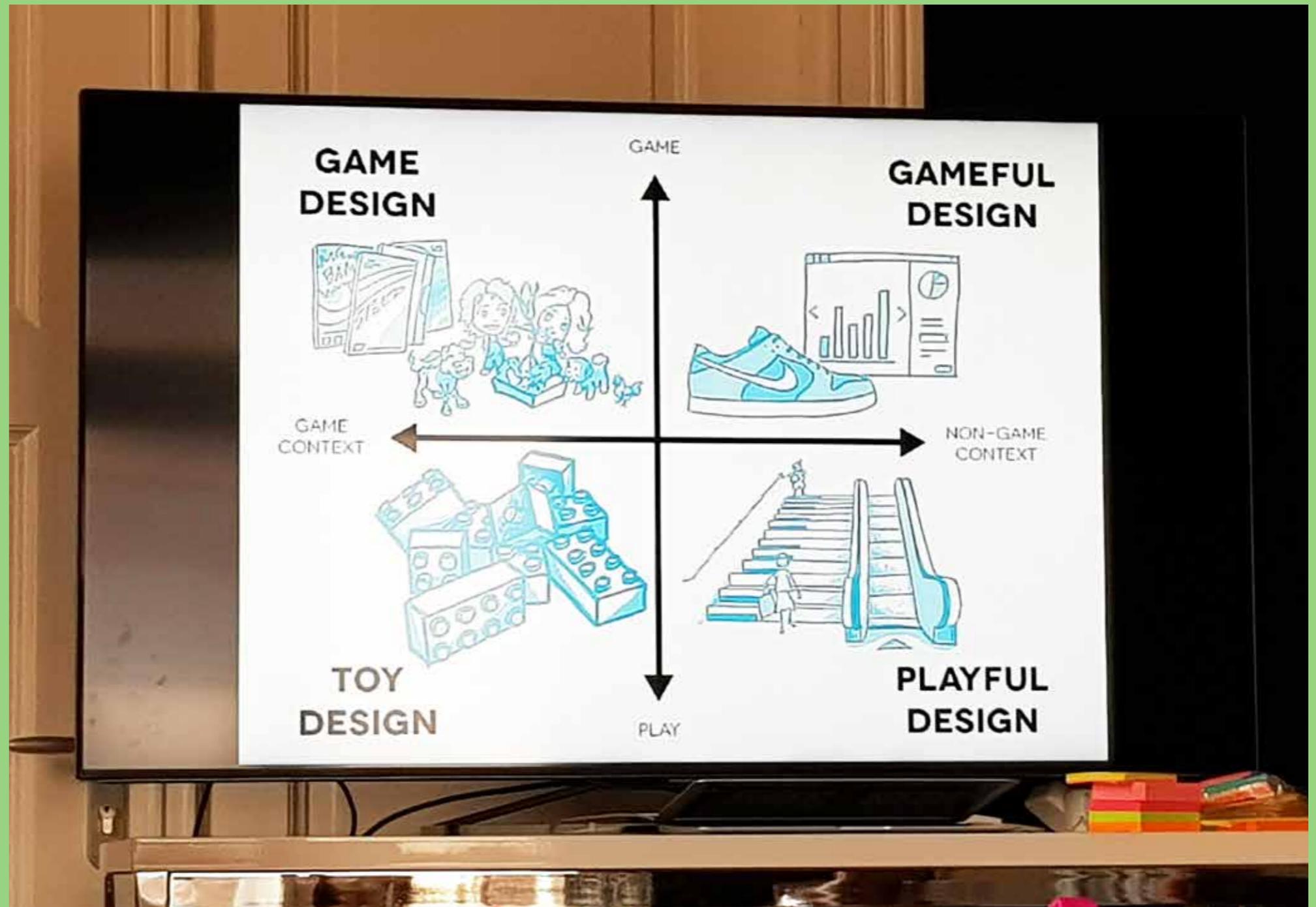


	dringend	nicht dringend
wichtig	<p>A-Plus-Aufgaben Sofort selbst erledigen! Zeitansatz: 15%</p>	<p>A- u. B-Aufgaben Planen und selbst erledigen Zeitansatz: 20%</p>
nicht wichtig	<p>C-Aufgaben Wenn möglich an Mitarbeiter delegieren Zeitansatz: 65%</p>	<p>P-Aufgaben In den Papierkorb</p>

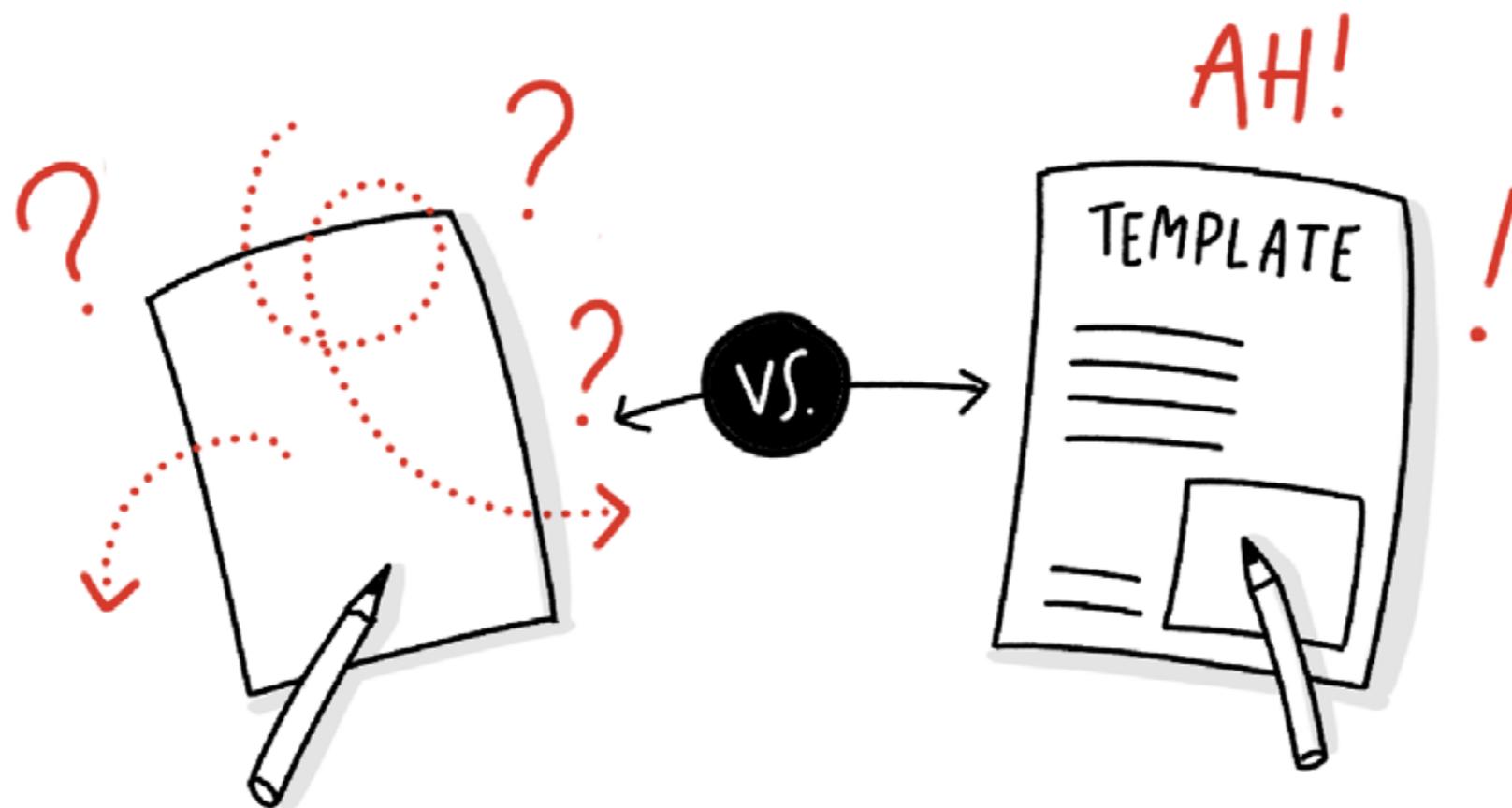
GAMIFICATION-ARTEN

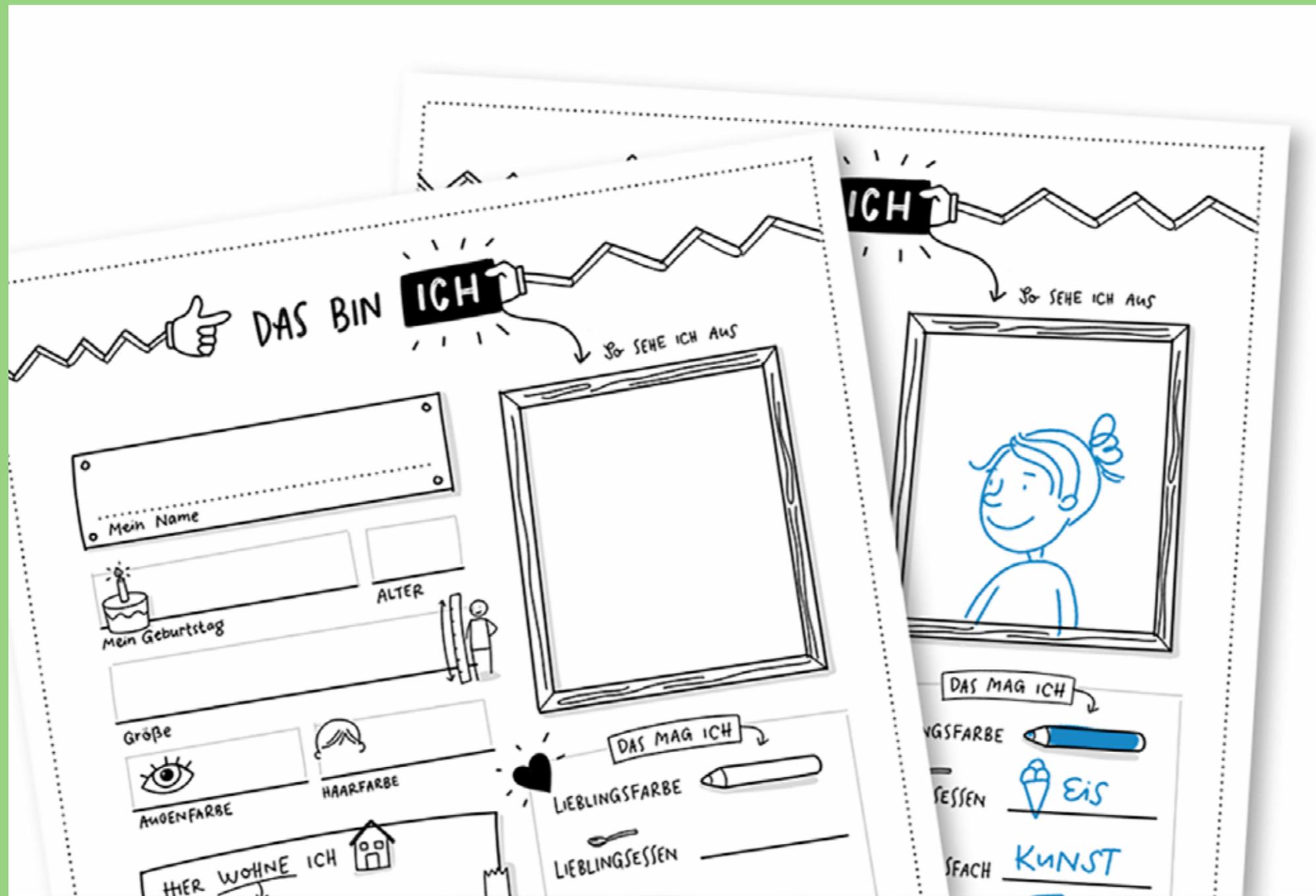


SPIELE-DESIGNS

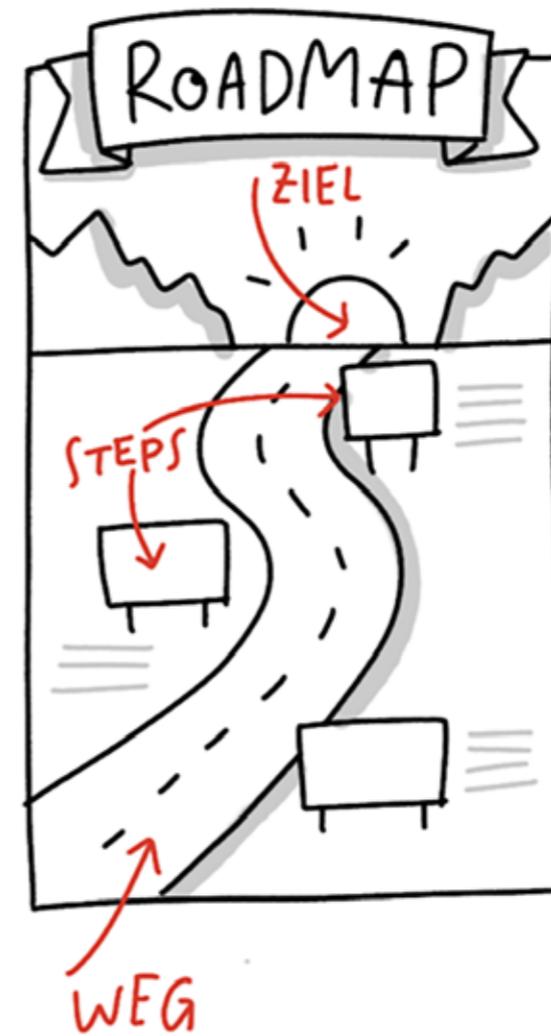
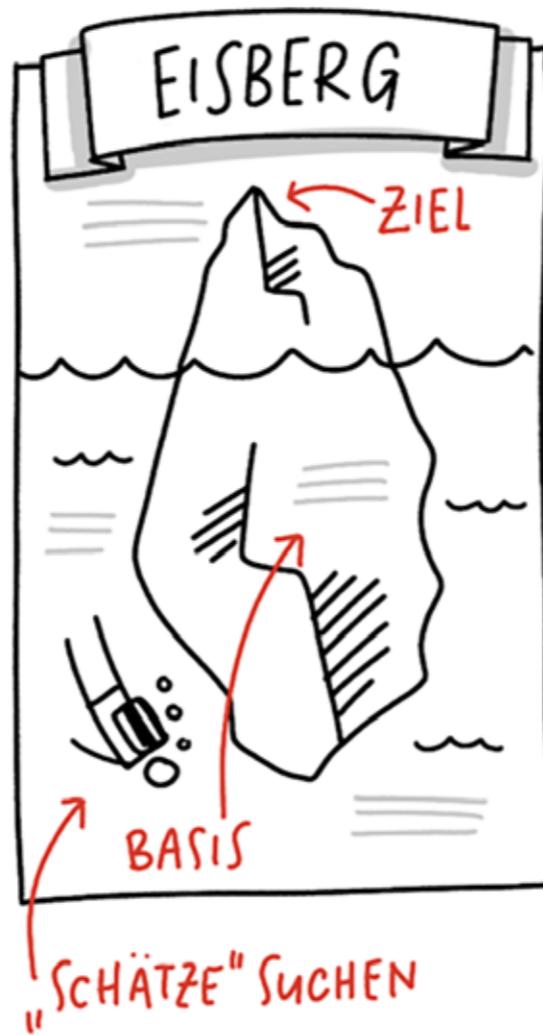


WIE KÖNNEN WIR
TEMPLATES
FÜR UNS NUTZEN?

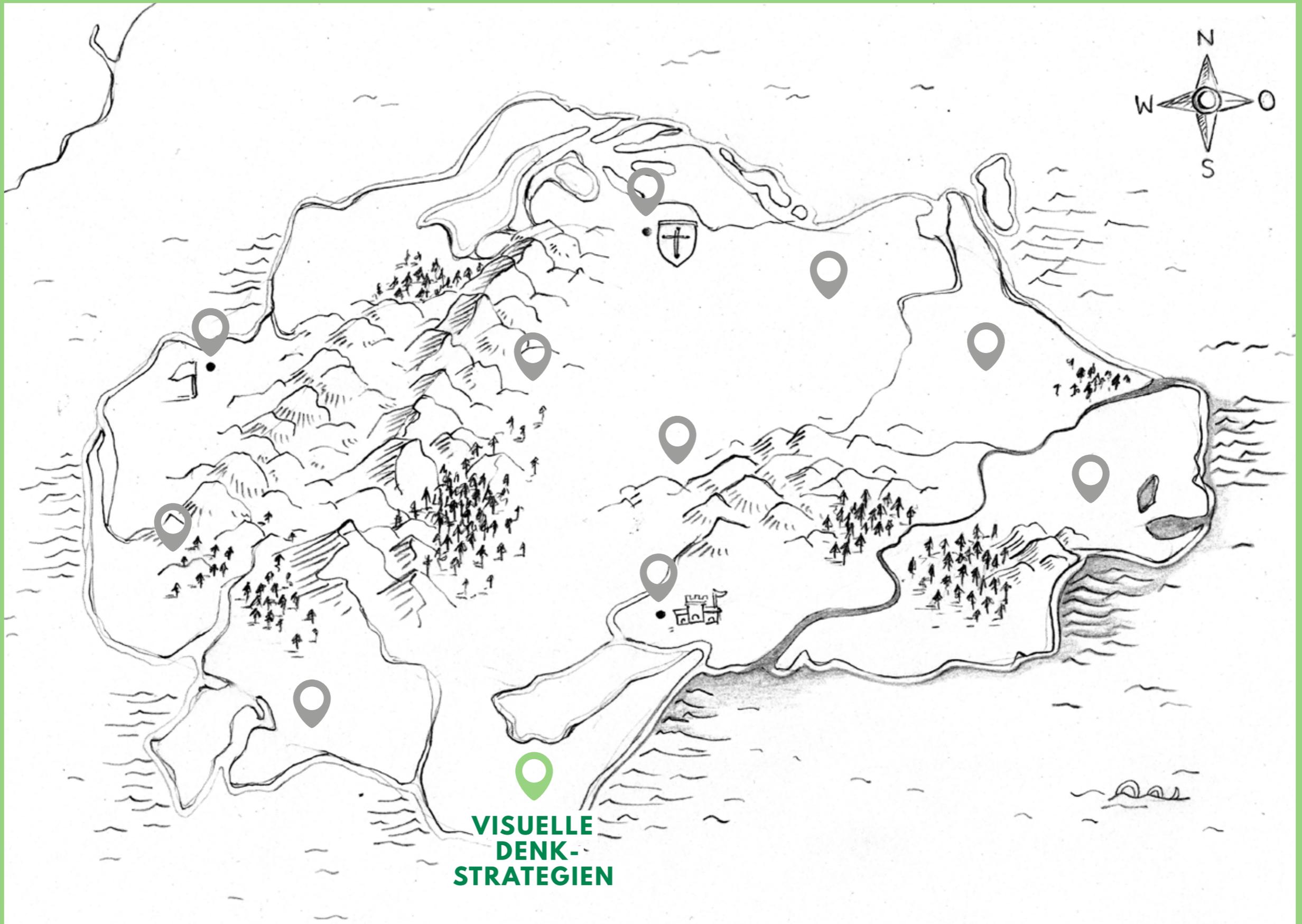




BEISPIELE FÜR TEMPLATES



**WIR MÖCHTEN EURE
ZIELE
GEMEINSAM UMSETZEN!**



**VISUELLE
DENK-
STRATEGIEN**

SMART

PURE CLEAR

GOAL 
Definition

S 
pecific

M 
easurable

A 
chievable

R 
ealistic

T 
ime framed

P 
ositive

U 
nderstood

R 
espect others

E 
thical

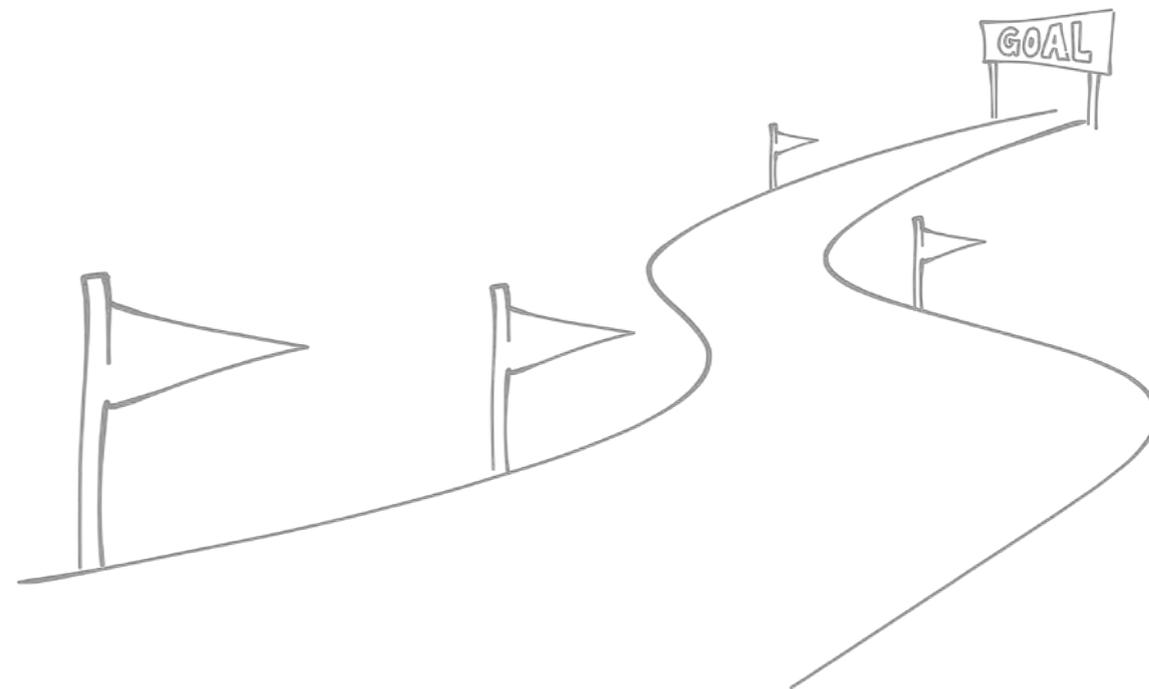
C 
hallenging

L 
egal

E 
nvironmental
sound

A 
greed

R 
ecorded



AUSBLICK JANUAR 2020: SKETCHNOTES



SHAPING OUR FUTURE

DRAWING RESTRAINTS

INNOVATION VISUALISIEREN

LERN-SNACKS

STORYTELLING

REISE-SKETCHNOTES

VISUELLES PRÄSENTIEREN

HOW TO MAKE TOAST

BILD-WORT-SCHATZ ERWEITERN

AGILES ARBEITEN

HOW TO LISTEN

VISUELLE MODERATION

LET'S PLAY

KISS-PRINZIP

ICON STORMING

SCHÖN WAR'S MIT
EUCH!

