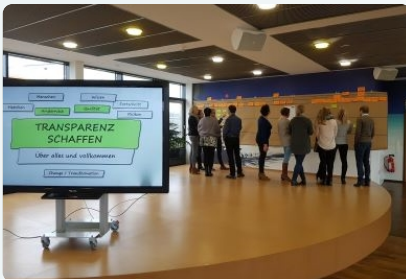




Aufbau eines agilen Business Process Owner Teams

Der Auslöser

Die TUI Customer Operations GmbH hat konzernintern den Auftrag bekommen, prozessuale Optimierungen im Unternehmen umzusetzen. Es wurde daraufhin ein neues Team aus insgesamt sieben Personen zusammengestellt, die an den Top-Themen des Reisekonzerns arbeiten sollten. Da es sich durchgängig um komplexe Problemstellungen handelt, suchte TUI nach einem geeigneten Partner, um das Team von Anfang mit einem agilen Mindset und mit agilen Methoden ausgestattet, starten zu lassen. Über diesen Weg sollte die Umsetzungsgeschwindigkeit erhöht und neue Formen der Arbeit angewendet werden.



Der Kunde sagt

Ich habe noch nie ein Team erlebt, was nach so kurzer Zeit, mit einem so hohen Grad an Motivation und Spaß Ergebnisse produziert. Unser Team hat auf Grundlage der eingesetzten Methoden, seiner Einstellung zur Arbeit und den anderen Teammitgliedern sehr viel Aufmerksamkeit im Unternehmen erregt. Im positiven Sinne – denn weitere Teams ziehen bereits nach.



Oliver Schaper
Manager Projects & Innovation
TUI Customer Operations



Der Teamidentifikationsprozess wurde mit einem zweitägigen Kickoff eingeleitet. Dabei ist die Produktvision der TUI-Intern zu erbringenden Dienstleistung entstanden, die Mission wurde definiert und das Team hat die Werte der Zusammenarbeit vereinbart. Auf Basis dessen wurde ein erstes Set an Methoden erstellt, mit dem das Team in der Lage war operativ zu starten. Agile Methoden wurden dabei auf die Bedürfnisse des Teams und der internen Kunden so angepasst, dass sie den größtmöglichen Nutzen für alle Beteiligten erzeugen.

Die Inhalte

Das Ergebnis

Das Ergebnis war ein innerhalb kürzester Zeit lauffähiges und hochmotiviertes Team, welches im operativen Geschäft hoch performant unterwegs ist. Das tägliche Arbeiten ist geprägt von Transparenz, was dem Team die Möglichkeit gibt, sich optimal gegenseitig zu unterstützen. Durch die zweiwöchigen Zyklen werden innerhalb kürzester Zeit Ergebnisse produziert, die in Reviews, zu denen alle Stakeholder eingeladen sind, präsentiert werden. Im gleichen Meeting wird das Ziel für die nächsten zwei Wochen vorgestellt, und alle Stakeholder haben die Möglichkeit Einfluss zu nehmen.

Das Ergebnis sind schnell produzierte Ergebnisse, die durch das konsequente Einbinden aller Beteiligten die Anforderungen der Stakeholder sehr genau treffen. Durch den permanenten Kontakt zu den internen Kunden und das ständige Einholen von Feedbacks werden die erzeugten Produkte permanent besser.