

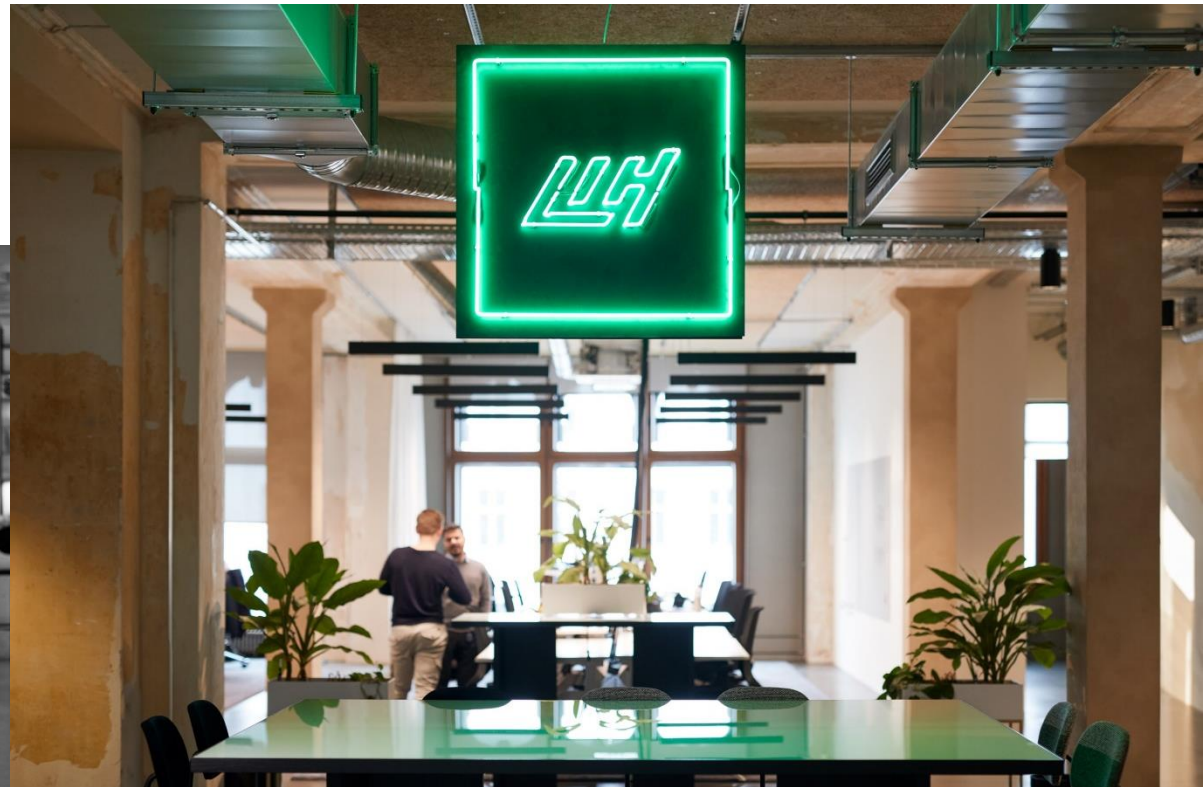


Lufthansa
Innovation Hub

LEARNING INTRAPRENEURS

Warum unsere Lernangebote mehr unternehmerisches Denken benötigen.

LearnTech xChange
30. Januar 2024





Ich bin Florian

Digital-Enthusiast.
Innovations-Treiber.
Unternehmer.



Florian Brückner
Director Transformation



Lufthansa Innovation Hub

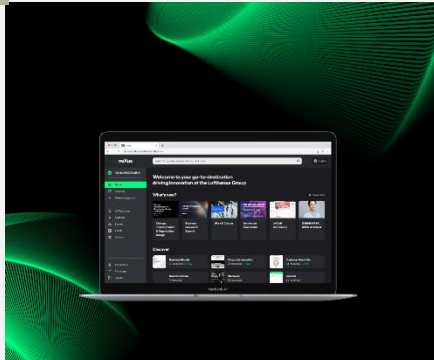
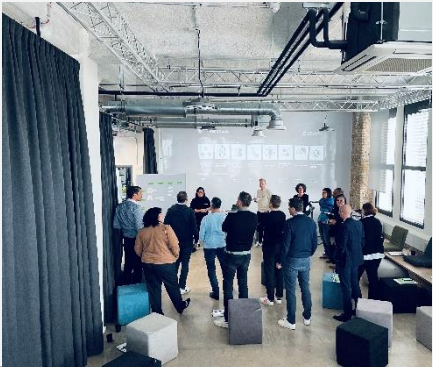
STRATEGIC INTELLIGENCE



NEW BUSINESS



TRANSFORMATION





Fokusbereiche Transformation

Wir bauen Innovation in das Betriebsmodell der Lufthansa Gruppe ein



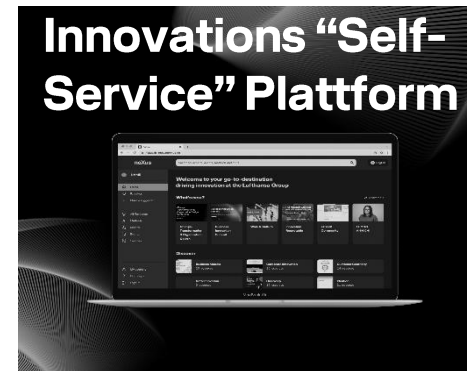
Trainings & Lernreisen

- **Zielgruppe Führungskräfte**
- **+250 Alumni**
- Portfolio an relevanten Themen entlang der Bedürfnisse der Organisation



Workshops, Team Journeys & Projekte

- **+20 Führungskräfte-Workshops und Projekte in 2023**



Innovations "Self-Service" Plattform

- **+2500 Nutzende**
- **+1300 Kolleg:innen auf Email Newsletter**
- **+50 'Creator Community' zur Mitwirkung**
- **+400 Ressourcen**



Peer & Community-driven Learning

- **1100 Mitglieder**
- **+5 Formate** für Austausch und Inspiration
- **+1000 Webinar Teilnehmende¹**



**WO LIEGT ÜBERHAUPT
DAS PROBLEM?**



“Die Fähigkeit schneller zu lernen als Ihre Konkurrenz kann der einzige nachhaltige Wettbewerbsvorteil sein.”

(Arie de Geus)



Harvard Business Review

Innovation | Learning to Learn

Learning to Learn

by Erika Andersen

From the Magazine (March 2016)



Tamara Shopsin

Summary. The ever-increasing pace of change in today's organizations requires that executives understand and then quickly respond to constant shifts in how their businesses operate and how work must get done. That means you must resist your innate biases against doing... [more](#)



Lernen ist eine grundlegende Fähigkeit von zukunftsfähigen Organisationen

3/5

top five factors when considering a new job

44%

of workers' core skills are expected to change until 2027.

21%

less likely for people to leave a company if they perceive it offers positive learning environment

Die Realität in unseren Organisationen sieht leider eher mau aus

12%

of employees apply new skills learned in L&D programs

70%

of employees report that they don't have mastery of the skills needed to do their jobs;

38%

Of managers believe that learning programs meet learner's needs



Warum Lernen wir nicht?



**Lernen als
Priorität für
Teams (49%)**



Lernkultur (42%)



**Lerner
Engagement
(36%)**



**Effektive Nutzung
von (Lern-)
Technologien (31%)**



**Auffinden von
Lerninhalten
(22%)**



WARUM FANGEN WIR NICHT MIT UNS AN?



Lasst uns wie (Lern-) **Intrapreneure** denken.





Intrapreneure haben eine attraktive Vision, wohin sie ihre Organisation verändern möchten.

- ➔ Langfristig und verbunden mit den Unternehmenszielen.
- ➔ Einfach verständlich & attraktiv



“A global force for Learning-through-Play”

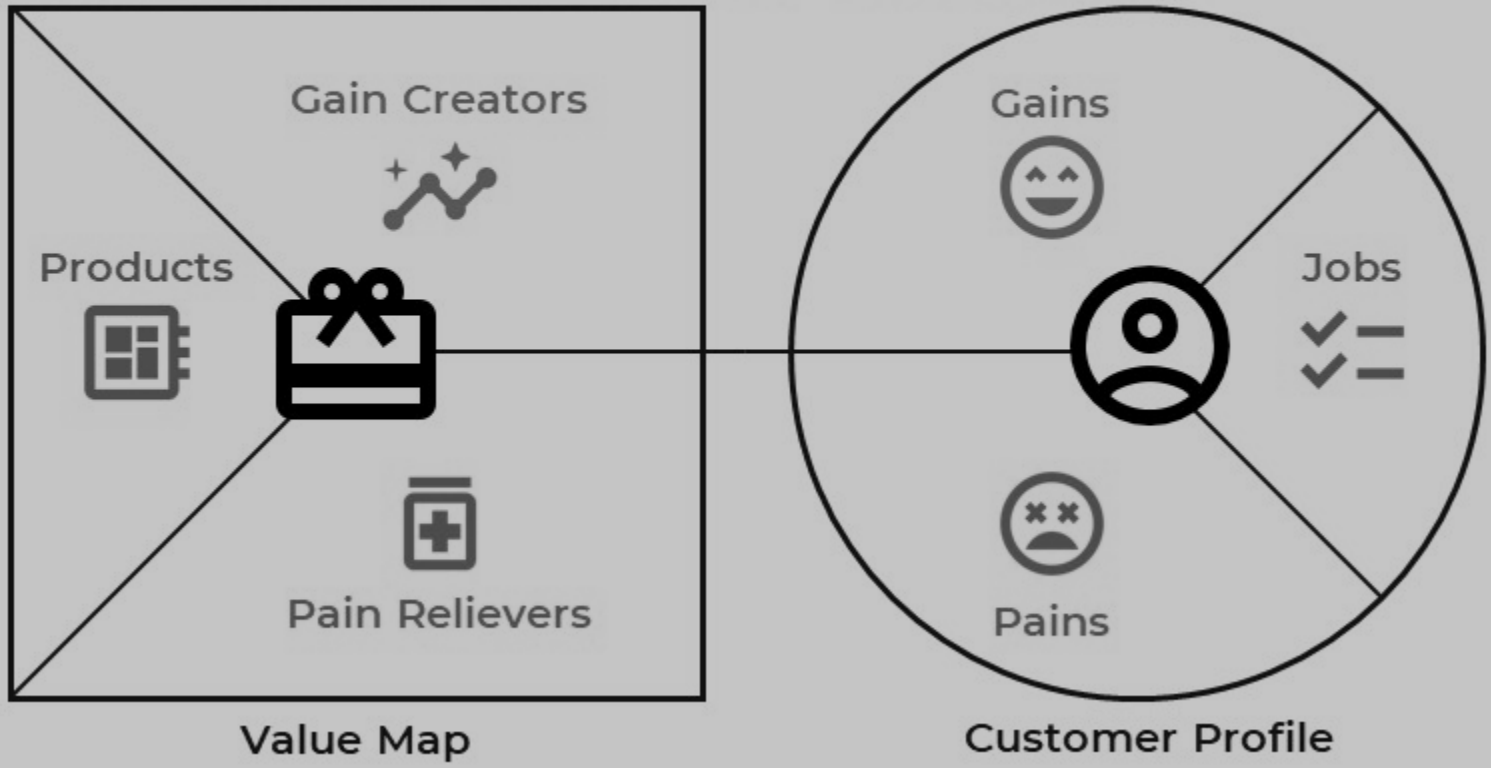


“to be Earth's most customer-centric company”



“To bring inspiration and innovation to every athlete”

VALUE PROPOSITION CANVAS



Intrapreneure denken vom Kunden aus und in Wertversprechen

- ➔ Wie können unsere Lernangebote Probleme unserer Kunden lösen?
- ➔ Welche Faktoren motivieren unsere Kunden in ihrer 'Kaufentscheidung'?

→ Wertversprechen

→ Digital Business Models Leadership Training



Intrapreneure denken vom Kunden aus und in Wertversprechen

WIE MACHEN EURE ANGEBOTE DIE LERNENDEN ZU BESSERER VERSIONEN IHRER SELBST?

10:00am Check-in, Agenda & Context
Opening session welcome to the Digital Innovation High Office with a small kick off activity as well as start into the training.

10:30am Understanding "Digital" Business Models
Introduction session on business models and their components with focus on identifying key digital business models with selected use cases and their patterns.

What are your patterns?

Take your business model pattern card set and explore the different patterns:

What pattern cards make up your prework example's business model?

Individual work
5 min

Validierung & Hypothesen

ThoughtWorks

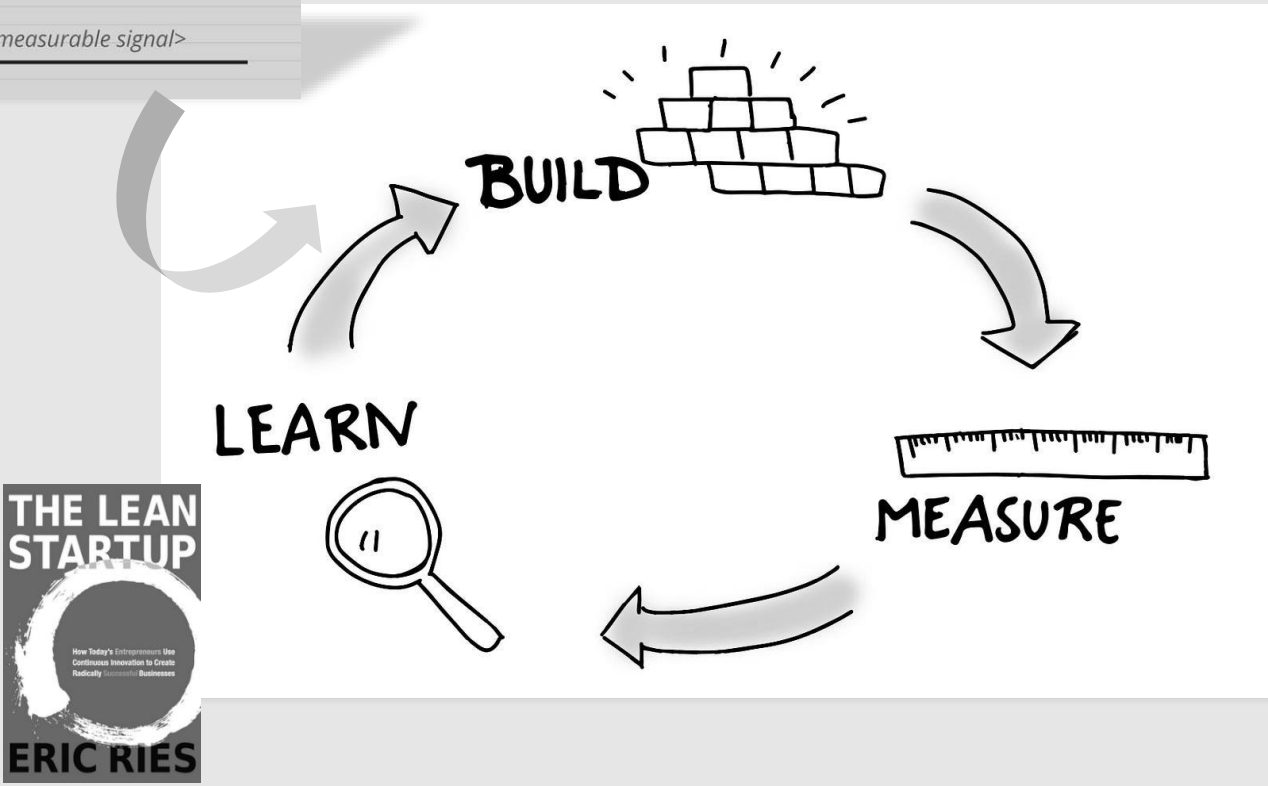
Hypothesis Driven Development

We believe that <this capability>

Will result in <this outcome>

We will know we have succeeded when

 <we see a measurable signal>



Intrapreneure testen kontinuierliche ihre Annahmen und validieren ihr Angebot

- Weg von angenommenen Tatsachen hin zu kontinuierlichem Lernen.
- Einsatz richtiger Experimente vor Skalierung von Angeboten.
- Denken in Hypothesen mit datengetriebene Entscheidungen.

Validierung & Hypothesen

LXT Plattform für Führungskräfte

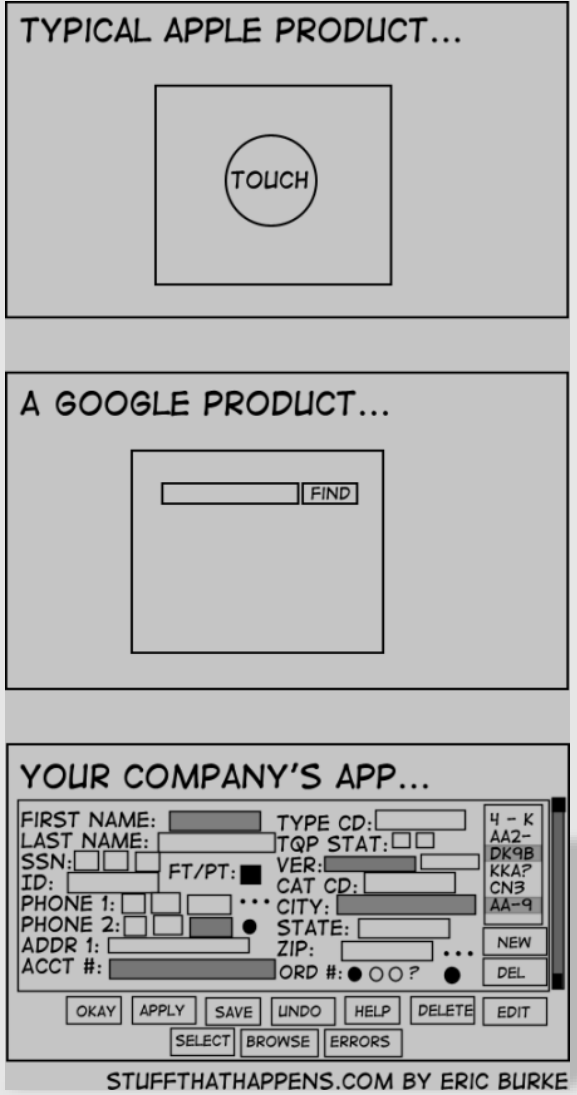
The image shows several screenshots of the 'Digital Innovation Ascend Base Camp' platform. The top screenshot is a landing page with the title 'Digital Innovation Ascend Base Camp' and a personalized greeting 'Dear Isabel!'. Below it, there's a section 'Great to have you on our Virtual Companion Platform.' and a detailed introduction of the platform as a 'virtual companion' to the 'Learning Journey'. Other screenshots show a progress indicator at 24% for a 'Transfer campaign', a 'Check-in' section with a green checkmark, and a 'Getting Started' section with learning objectives.

The image is a screenshot of an email from 'lih-learning-lxt.de'. The subject is 'Digital Innovation Ascend: A new impulse is waiting for you.' The email is dated 'Di, 6. Dez. 2022, 13:20'. The body of the email says: 'Hi Mr Brückner, we hope you had a great day! A new learning impulse is waiting for you. Click on the following link to start: > To impulse. In case of any questions or issues, please reach out via the MS Teams channel or contact us directly.'

Transfer campaign	Number of users that have started the transfer campaign	Number of users that have completed the transfer campaign	Impulse	Number of users that have unlocked the impulse	Number of users that have completed the impulse
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 Basecamp Check-in	22	18
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 Getting Started	22	16
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 Trend Cards & Worksheet	22	11
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 The Traits of Innovative Organiza	22	12
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 Basecamp Wallet Note	22	4
TRANSFER CAMPAIGN	22	22	0 The ingredients of innovative org:	22	1

Intrapreneure testen kontinuierliche ihre Annahmen und validieren ihr Angebot

WAS SIND DIE KRITISCHEN ANNAHMEN DIE EUREN FORMATEN UND ANGEBOTEN ZUGRUNDE LIEGEN?



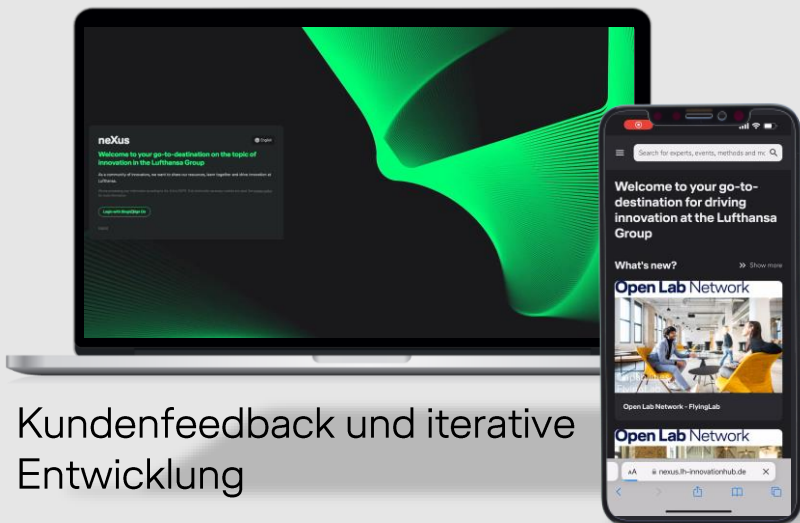
Intrapreneure priorisieren eine großartige (Nutzer-) Erfahrung

- Abbau von Hürden und Zugangsbeschränkungen zu Lernangeboten
- Fokus auf Nutzerfreundlichkeit, Einfachheit & Verständlichkeit

→ Experience



→ Neu Kanäle für Lernende



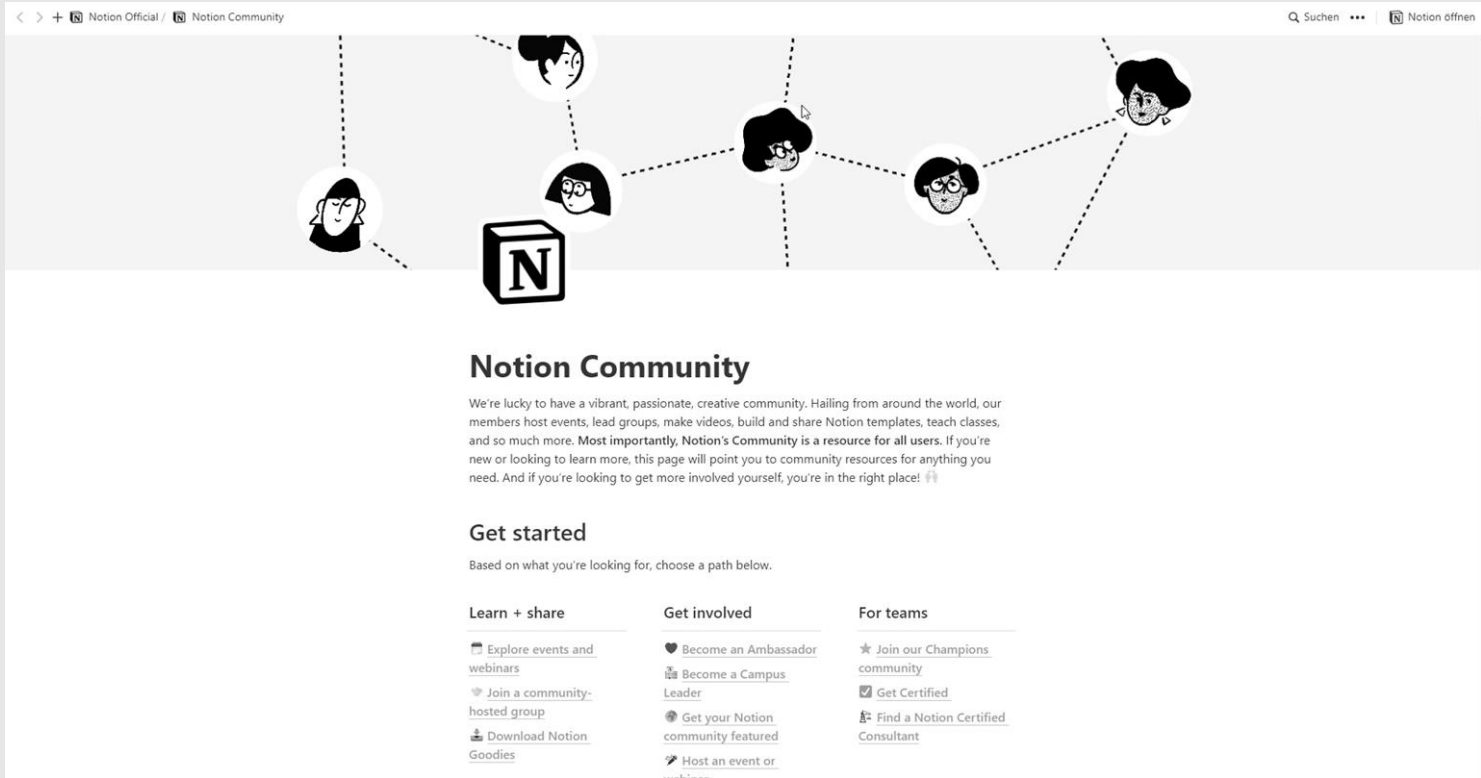
→ Kundenfeedback und iterative Entwicklung



→ Immersive und sensorische Trainingserfahrung

Intrapreneure priorisieren eine großartige (Nutzer-) Erfahrung

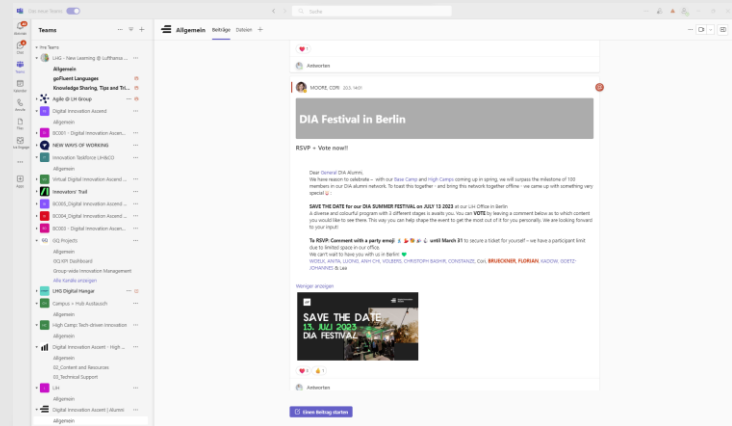
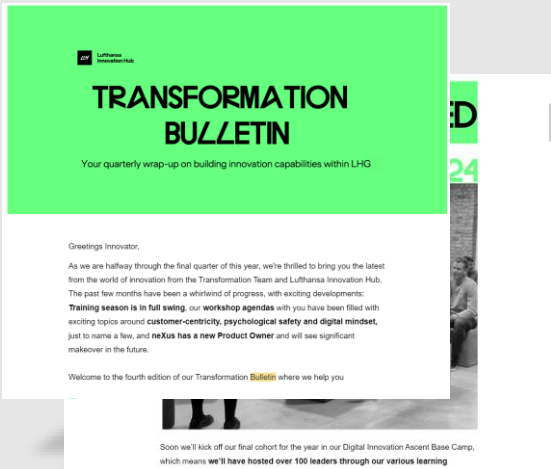
WAS WÜRDEN UNSEREN LERNENDEN EIN LÄCHELN AUF DIE ZIPPEN ZAUBERN?



Intrapreneure nutzen existierende Netzwerke zielgerichtet

- Einbindung und langfristige Bindung über bestimmte touchpoints hinaus
- Community events, Empfehlungen, Newsletters, Ambassadors, etc.

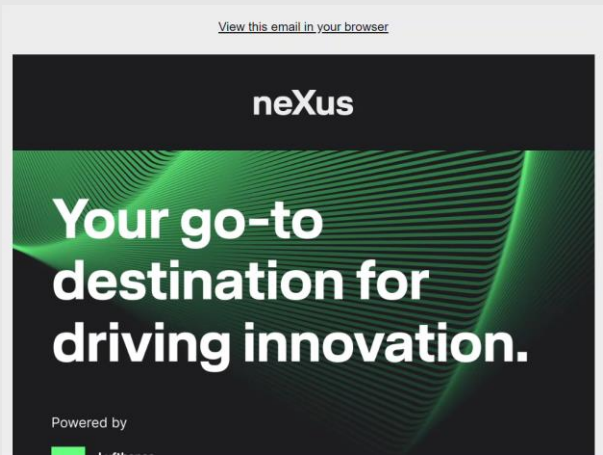
→ Netzwerke



→ Alumni events

Intrapreneure nutzen ihre existierenden Netzwerke zielgerichtet

WIE KÖNNEN WIR UNSER EXISTIERENDES NETZWERK NUTZEN FÜR REICHWEITE UND EINBINDUNG?



→ Newsletter marketing

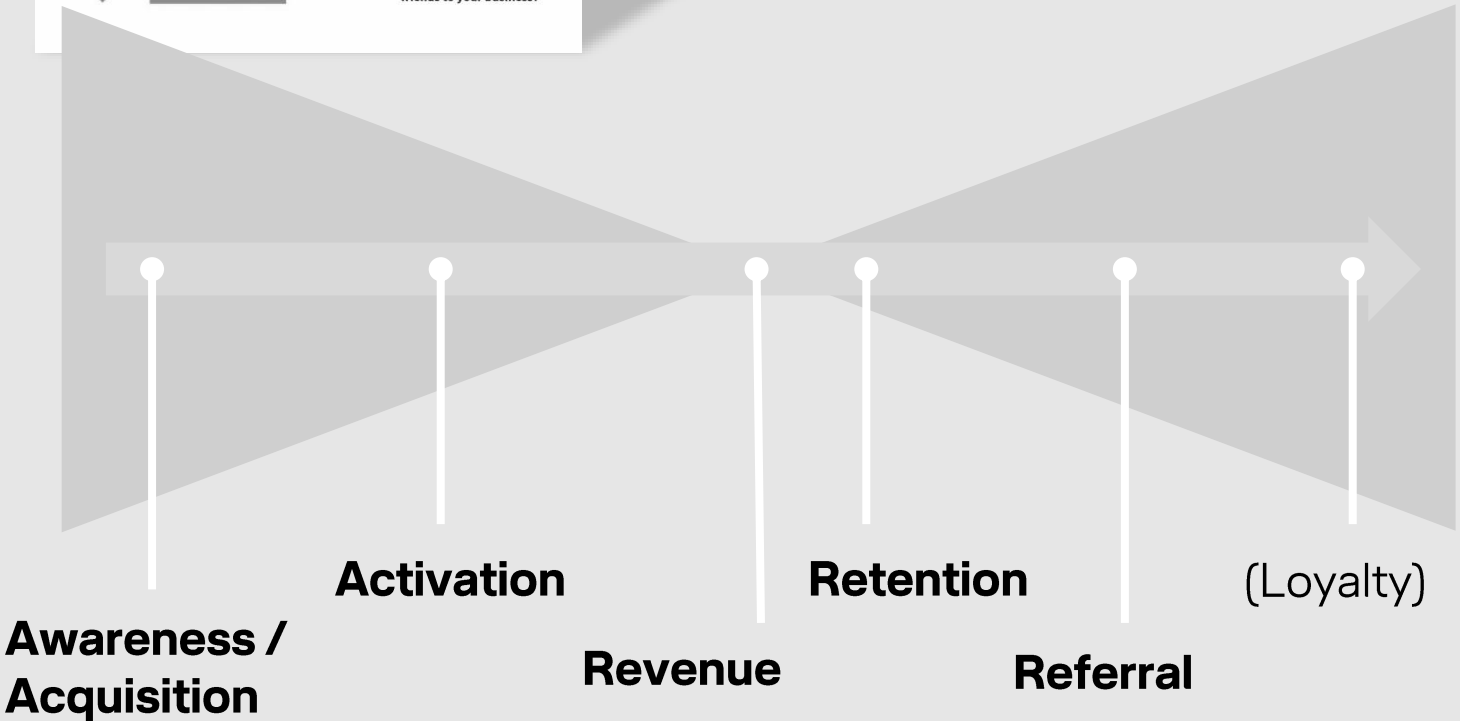


→ Testimonials

Definition of Pirate Funnel
By Ward van Gasteren

A	Awareness How many people do you reach?
A	Acquisition How many people visit your website?
A	Activation How many people take the first important step?
R	Retention How many people come back or buy again?
R	Revenue How many people start paying (and how much)?
R	Referral How many people refer friends to your business?

→ „Piraten-Trichter“ („AARRR“)



Intrapreneure denken ganzheitlich entlang des Marketing-Trichters

- Zielgerichteter Einsatz von Ressourcen
- Spezifische Interventionen entlang des gesamten Trichters entliehen dem ‚Growth Marketing‘

The screenshot shows a Trello board for 'Transformation Funnel Planning'. The board is organized into columns representing different stages of the marketing funnel: Awareness (17 items), Activation (4 items), Revenue (8 items), Referral (5 items), and Retention (7 items). There is also a column for 'Ohne Stage' with 0 items. The 'Not started' filter is selected, showing 20 items. The 'In progress' filter shows 2 items. Tasks are represented as cards with titles, descriptions, and assignees. For example, in the Awareness column, there is a card 'Social Media Vorlage + Prof Pics sent with certificate' assigned to Cori and Lea. In the Activation column, there is a card 'Add testimonials and value from formats in innovation community' assigned to Christoph. In the Revenue column, there is a card 'Paid instant webinar with workshop on LinkedIn (Retreat) -> LinkedIn Live as first step' assigned to Florian Brückner and Götz. In the Referral column, there is a card 'HC Discount when BC Learning Impulses completed' assigned to Cori and Anita. In the Retention column, there is a card ''So what' format to cascade learning/WS inputs to teams' assigned to Götz. The board also includes a 'Per Owner' view option and a 'Share' button.

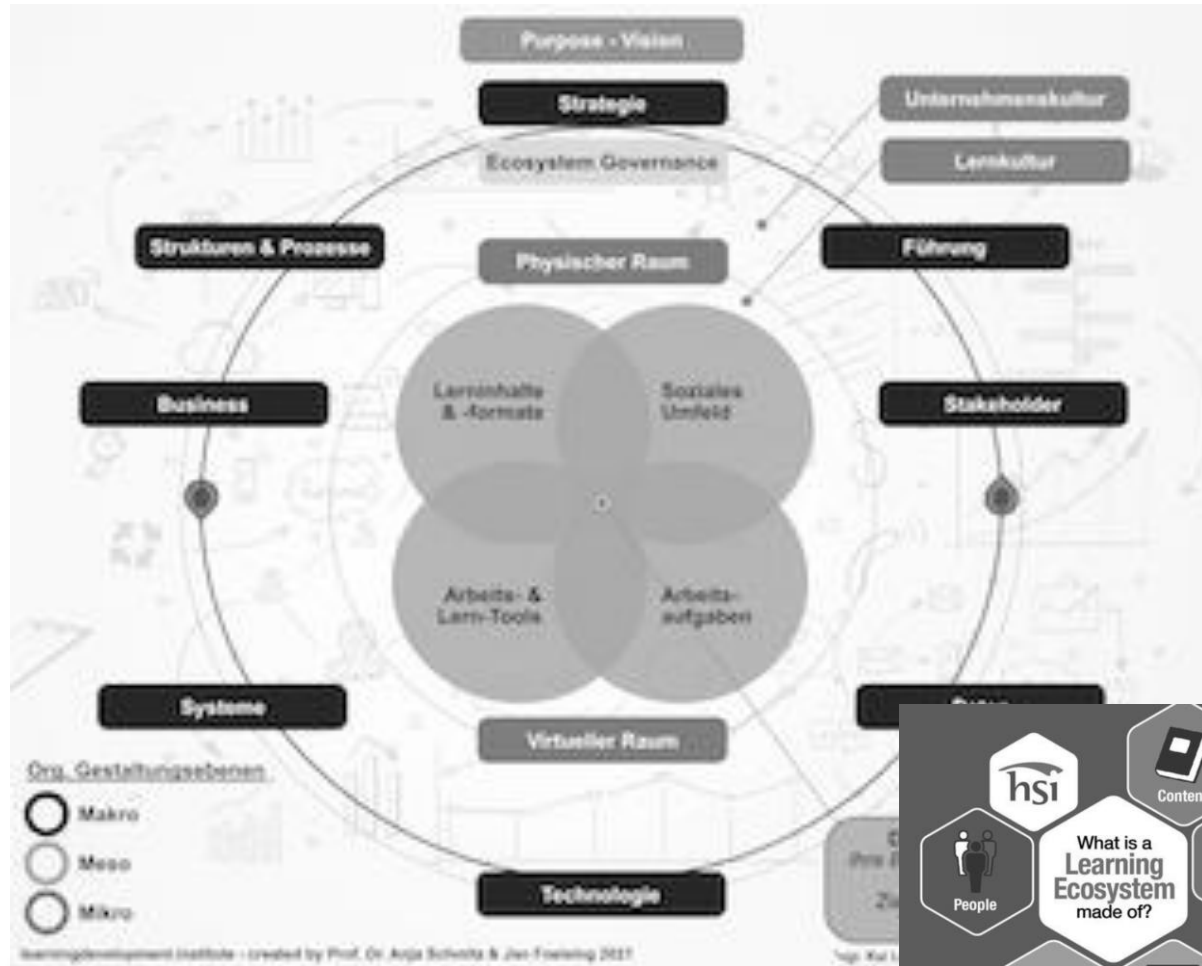
Intrapreneure denken ganzheitlich entlang des Marketing-Trichters

MIT WELCHEN HACKS KÖNNEN WIR AUFMERKSAMKEIT, AKTIVIERUNG, LOYALITÄT, ETC STÄRKEN?



**WIE KÖNNEN WIR DIES
NUN ANWENDEN?**

Umsetzung im Lern-Ökosystem



- **Vision:** Wie erklären wir in einfachen Worten, wie unsere Organisation in Zukunft besser sein wird?
- **Formate & Inhalte:** Was ist unser Wertversprechen für Lernende?
- **Arbeits- und Lern-Tools:** Wie schaffen wir eine ganzheitlich gute und kundenzentrierte Lernerfahrung?
- **Soziales Umfeld:** Wie binden wir Netzwerke aus unserem Unternehmen ein?
- **Validierung:** Was sind unsere Annahmen, die wir priorisiert prüfen sollten, um Erfolg sicherzustellen?





Take Aways

- ❑ **Vision:** Attraktives und einfach kommunizierbares Bild der Zukunft
- ❑ **Validierung & Hypothesen:** Experimentieren vor Skalieren
- ❑ **Experience:** Wie würde Apple die Erfahrung gestalten?
- ❑ **Netzwerke:** Kunden-Marketing und langfristige Bindung
- ❑ **Trichter-Fokus (AAARRR):** Ganzzeitlicher Fokus entlang der Lernenden Reise





Vielen Dank.

Florian Brueckner
Director Transformation
Florian.brueckner@lh-innovationhub.com

Connect on LinkedIn

