

# KLARHEIT IN AKTION

---

WIE OKRs den IMPACT VON ERGs und NETZKWERKEN stärkt!



**Tim Jäger**

HEAD OF MARKET INSIGHTS & ANALYTICS, JnJ

# MY PERSONAL STORY

---



Family@Heart

Men@Work

Eine Initiative von Family@Heart



# CONNECT

**zwischen Business und ERGs**

- 01** Ausrichtung & Fokus
- 02** Erhöhte Transparenz
- 03** Verbesserte Zusammenarbeit
- 04** Flexibilität und Anpassungsfähigkeit
- 05** Messbarkeit & Verantwortlichkeit
- 06** Skalierung von Best practices



# OKR ist wie ein gute Party

## Was ist das Ziel?

### **Objective**

Eine richtig gute Party

## Woran merkst du, dass sie das war:

### **Key result**

5 Leute haben auf dem Tisch getanzt, 4 fremde

Menschen haben geknutscht, einmal war die

Polizei da, 20 Flaschen Sekt wurden getrunken.

## Was muss ich dafür tun

### **Activities:**

Die richtigen Leute einladen,

Budget organisieren, Einkaufen,

Dekorieren, Eiswürfel vorbereiten,

Playlist erstellen etc.



# DEFINITION

---

OKRs (Objectives and Key Results) sind ein **Framework** zur Setzung und Verfolgung von Zielen, das dabei hilft, ambitionierte Ziele mit messbaren Ergebnissen zu verbinden.

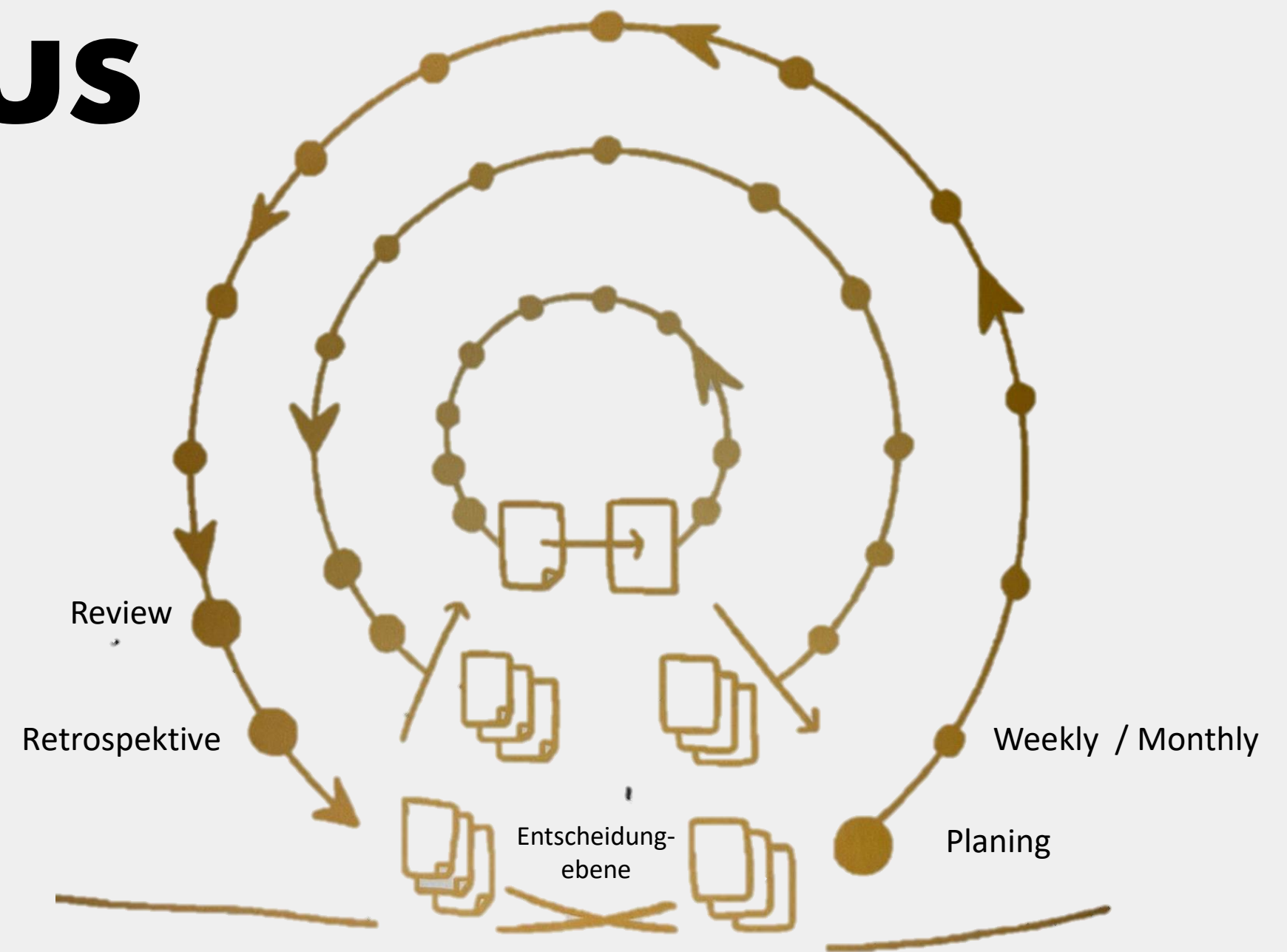
**Objectives** definieren, was erreicht werden soll und sind qualitativ sowie inspirierend.

**Key Results** sind quantitativ und messen, wie wir dem Objective näherkommen.

Das OKR-Framework fördert Transparenz, Ausrichtung und Engagement innerhalb von Teams und Organisationen.



# Der OKR Zyklus



4 gewinnt.

# Die elementaren Bestandteile

## Objectives

Wähle **1-2** große, inspirierende und relevante **Ziele**.

## Key results

Bestimme **2-4 messbare Ergebnisse** pro Ziel, die quantifizierbar sind, um den Fortschritt nachvollziehbar zu machen

## Diskussion

Gewährleiste, dass alle Teammitglieder die OKRs kennen und ihren Beitrag verstehen..

## Richtigen Formate

Halte regelmäßige **Review-Meetings** ab, um Ziele anzupassen und Erfahrungen zu teilen.



# Wie formuliere ich richtig?

## Checkliste zum Formulieren perfekter Objectives:



- Beantwortet die Frage: „Wo wollen wir in 3 Monaten stehen?“
- Mini-Visionen (bildhaft & inspirierend)
- Outcome-orientiert  
↳ WAS WILLST DU ERREICHEN?
- Abgeschlossener Zustand
- Präzise und verständlich
- Zahlt auf übergeordnete Ziele ein
- Mit den eigenen Ressourcen erreichbar
- Max. 3 Stück pro OKR-Set und Person



- Evergreens (z. B. Umsatz, mehr Reichweite)
- Prozessworte wie „steigern“, „minimieren“ oder „verbessern“ usw.
- „und“
- Blackboxes („Prozess definiert“, „Szenario erstellt“, „kommuniziert“, „begeistert“, ...)
- Output-orientiert  
↳ WAS WILLST DU MACHEN?
- Tagesgeschäft

## Checkliste zum Formulieren perfekter Key Results:



- Beantworten die Frage: „Wie erreiche ich mein Objective?“
- Hebel & Treiber
- Kontinuierlich messbar
- Lead Measure, unmittelbar beeinflussbar
- Mehrdimensional & unabhängig
- Zahlen auf Objective ein
- Max. 3 Stück pro Objective



- Abhängigkeiten  
↳ WEDER KR VONEINANDER  
↳ NOCH ZU ANDEREN TEMS
- Meilensteine
- Binäre (0/1) Key Results
- KPI als Key Results
- „..., um (etwas zu erreichen)“
- „und“  
↳ DAS DEUTET AUF EIN ANDERES OBJECTIVES HIN. KEY RESULT STREICHEN ODER OBJECTIVE ÄNDERN.
- „mindestens“, „maximal“ und „ca.“  
↳ KEY RESULTS ZEIGEN COMMITMENT UND EINE KLARE INTENSION. WELCHER WERT IST DER TATSÄCHLICH ANGESTREBTE?





# WIE SIEHT DAS JETZT IN REALITÄT AUS?



# OUR OKRs



Titel	Objective	Nr.	Key Result	Verantwortlichkeit	Status	Kommentar	
<p><b>Unser Men@Work Leitbild</b></p> <p>Janssen/J&amp;J als inklusiver Arbeitgeber steht für <b>Geschlechter- und Chancengleichheit</b> – die individuellen Bedürfnisse nach <b>Vereinbarkeit</b> von Beruf und Privatleben sollen auch für Männer unvoreingenommen wahrgenommen werden. Es muss völlig normal sein, <b>beruflicher Erfolg</b> und <b>private Bedürfnisse</b> dauerhaft <b>gut miteinander vereinbaren</b> lassen. Die Unterstützung zur Erfüllung der familiären und persönlichen Verantwortung ist in unserem <b>Credo</b> fest verankert.</p> <p>Wir bilden ein <b>Austauschnetzwerk</b> und schaffen somit einen Raum, in dem Interessierte – <b>unabhängig von Alter, Geschlecht und Position</b> – ihre Erfahrungen zum Thema Vereinbarkeit teilen. Ein offener Umgang mit Chancen und Möglichkeiten, aber auch mit Herausforderungen oder Sorgen ist der Boden für eine <b>Kultur</b>, in der diese <b>Vereinbarkeit völlig normal</b> ist.</p> <p>Wir schaffen eine starke, offene und wertschätzende <b>Gemeinschaft</b> und vertreten darüber ein <b>modernes Männerbild</b> auf allen Ebenen des Unternehmens. Wir fördern ein Männerbild bei Janssen, das die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben für Männer in den Fokus stellt. Wir gehen mit gutem Beispiel voran, handeln und präsentieren uns als authentische "Rolemodels", nicht als Superhelden. Wir machen uns als <b>Verbinder</b> und <b>Unterstützer</b> für eine Kultur stark, in der stereotype Rollenbilder von einem modernen Männerbild abgelöst werden. Jeder Mann soll sich entsprechend seiner Fähigkeiten, Bedürfnisse und Neigungen beruflich verwirklichen können. Zum Wohle der Männer, zum Wohle einer <b>stärkeren Gesellschaft</b>.</p>	<b>Stärkung der Prävention und Bewusstseinsbildung für gesundheitliche Herausforderungen bei Männern, insbesondere im Bereich Prostatakrebs, Herzkrankheiten und psychische Gesundheit</b>	1	Prostata Krebsvorsorge Infoveranstaltung mit Nils Krochmann + Team im November 2024 (Awareness Monat und Weltmännertag) wiederholen. Dazu wieder interne und externe Teilnehmer:innen rekrutieren. Kommunikation vor allem über LinkedIn ausbauen.	Tim B., Thomas, Moritz	offen		
		2	Eine hybride Info VA zur psychischen Gesundheit von Männern mit mindestens 200 Teilnehmenden bis spätestens Ende Q3 durchführen.	Tim B., Thomas	in Bearbeitung		
		3	Sportangebot im Proaktiv für Männer Fortführen/erweitern (ggf. vorher abfragen)	Tim B., Alexandra	offen	Rücksprache mit Tim Brügge	
		4	Sport & Ernährung	Kathrin	offen	Muss noch konkretisiert werden. Was genau soll angeboten werden?	
	<b>Stärkung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben für Männer</b>	5	Papas@Work Offener Austausch unter Vätern zu den Themen Familienleben/Väterschaft.				
		6	Rolemodel Kampagne Väter + Kind -> was sagt das Kind/die Kinder darüber, dass ihr Vater Elternzeit genommen hat/in Teilzeit gegangen ist. Kinder sollten ihren eigenen Blick auf diese Zeit haben, dem wir eine Stimme geben sollten.	Alexandra, Lars, Jan	offen		
		7	Perspektivwechsel - Frauen die Hauptverdiener/Alleinverdiener sind und deren Partner einen Hauptteil der Carearbeit übernehmen, für eine Diskussion gewinnen.				
		8	Rolemodel Kampagne Männer (nicht zwingend nur Väter) in Teilzeit	Sebastian, Benny, Kathrin	in Bearbeitung		
		9	Unterschiedliche Modelle zur Strukturierung des Alltags einer Familie (nicht nur die klassischen Modelle / Connect zu Open & Out) vorstellen				
		10	Überstunden spenden für Kolleg:innen, die den Bedarf haben.				
	<b>Förderung der Geschlechter- und Chancengleichheit am Arbeitsplatz</b>	/					
		/					
		/					
		/					
		/					
<b>Aufbau &amp; Weiterentwicklung unserer Community zur Förderung eines modernen Männerbilds</b>	11	Men@Work Stammtisch alle 2 Monate für alle offen. Ziel in erster Linie ist der offene Austausch in der Community.	Johannes, Thomas, Matthias (MedTech)	in Bearbeitung	MedTech Beteiligung?		
	12	Connect zu weiteren Initiativen ausbauen // x - Unternehmen?	Tim J.	offen	Muss noch konkretisiert werden. Was genau soll darunter fallen?		
	13	Führungskräfte als Ermöglicher			Wie können wir FK stärker als Promoter einbinden?		
	14	Employer Branding / Social Media Kommunikation	Tim J., Benny	offen	Muss noch konkretisiert werden. Was genau soll darunter fallen?		
	15	Befragung 2024 durchführen, um die Bedürfnisse unserer Zielgruppe besser zu kennen. Ergebnisse dienen als Grundlage für die Entwicklung weiterer Maßnahmen.	Benny, Thomas, Matthias/Moritz	in Bearbeitung			

LEITBILD

OBJECTIVES

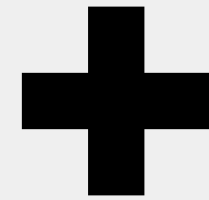
KEY RESULTS & ACTIONS



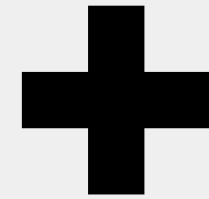
**Impact**

# **Vorteile**

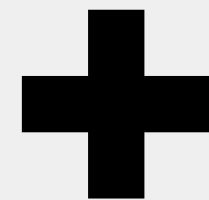
für ERG und Netzwerks.



Klarheit in den Aktionen.  
Abstimmung innerhalb des Netzwerks



Klare Verantwortlichkeiten und Transparenz  
(messbarer) Impact



Struktur in der Netzwerkarbeit  
Grundlage für Budgetdiskussionen  
Potentielle Schnittstellen mit anderen Initiativen werden sichtbar



Just do it

# How to start?

- 1. Grundlagenentscheidung ist die Methode hilfreich*
- 2. Vision & Strategie-Eckpunkte vornehmen*
- 3. Festlegen von Objectives (max. 3)*
- 4. Definition pro Key results 3-5 pro Objective*
- 5. Definition Dauer des OKR-Zyklus*
- 6. Integraler Bestandteil der monthly meetings*
- 7. Implementierung und Tracking*
- 8. Reflexion und Anpassung*
- 9. Just do it! :)*



*Du bist ein Experte in der Entwicklung von OKRs, kannst du uns dabei unterstützen, auf Basis unserer Vision und strategischen Eckpunkte passende OKRs zu formulieren? Deine Aufgabe ist es, uns eine Methodik zur Erstellung von OKRs zu erläutern. Bitte präsentiere die Ergebnisse in einem tabellarischen Format und achte darauf, dass die OKRs spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden sind. Beginnen wir mit der Identifikation unserer Hauptziele. Als relevanten Hintergrund nehmen wir unsere ERGvision und die bereits definierten strategischen Eckpunkte.*