



Steffen Sommerlad ¹⁰⁰

Facilitator, Teamentwickler,
Strategic Designer
& Karriere-Coach

Kompetenzen

STRATEGIC DESIGN & INNOVATION

- Workshop-Konzeption und Moderation
- Strategie- und Visionsentwicklung
- User Experience und User Interface Design
- User Research und User Testing
- Digital Prototyping

BERATUNG, COACHING & TRANSFORMATION

- Teamentwicklung
- Zukunftsfähigkeiten
- Regeneratives Wirtschaften
- Gewaltfreie Kommunikation
- Karriere-Coaching

Kontakt

+49 (0) 176 341 880 44
schreib@steffensommerlad.de

www.steffensommerlad.de

MISSION

**Ich mache Teamwork
wieder FRESH! ✨**

Vielen Teams fehlt Struktur, Fokus und eine klare Vision.
Ich unterstütze sie mit Coaching und Moderation dabei, eine
Arbeitskultur zu gestalten, die verbindet, inspiriert und Sinn stiftet.

1. Workshop-Moderation

Ich moderiere Workshops, Klausurtagungen und Team-Offsites, in denen wir
gemeinsam eine Strategie, Vision oder einen Purpose entwickeln. Eine kon-
krete Roadmap mit Projekten und Aufgaben sorgt dafür, dass das Team nach
dem Workshop nachhaltig ins Handeln kommt.

2. Teamcoaching

Ich unterstütze Teams dabei, das Warum und Wie der Zusammenarbeit zu
definieren. Gemeinsam stärken wir die Feedbackkultur, klären Teamrollen
und schaffen die Grundlage für richtig gute Meetings.

3. Karriere-Coaching

Ich coache Kreative bei der beruflichen Neuorientierung oder auf dem Weg
in die Selbständigkeit. Gemeinsam entdecken wir Potenziale und entwickeln
eine inspirierende Jobvision.

Projektbeispiele



Workshop- Moderation

IM AUFTRAG VON: GC-Gruppe
(Vigour, CONEL, Cosmo)
UMFANG: 2017–2024, 25 Workshops

HERAUSFORDERUNG:
Die Entwicklung und prototypische Umsetzung von nutzerzentrierten Produkten, Dienstleistungen und Kommunikationsmitteln

MEINE ROLLEN

- Lead Strategic Designer
- Interface Designer
- Moderator und Coach

MEINE AUFGABEN

- Workshop-Konzeption mit folgenden Bestandteilen: Nutzerrecherche, Future Foresight und Design Thinking Innovationsmethoden, Brainstorming, Prototyping und Testing
- Moderation der Workshops
- Entwicklung von analogen und digitalen Prototypen (Websites, Apps und diverse Kommunikationsmittel)
- Tests mit den Zielgruppen
- Analyse der Erkenntnisse und Potenzialräume
- Dokumentation und Definition der nächsten Schritte

Strategie und Implementierung

IM AUFTRAG VON:
ITG Fachgroßhandel
UMFANG: 2020–2024, 200 Mitarbeitende

HERAUSFORDERUNG:
Unternehmenspositionierung durch nutzerzentrierte Mehrwerte und Implementierung dieser Haltung

MEINE ROLLEN

- Lead Strategic Designer
- Organisations- und Teamentwickler
- Moderator und Coach

MEINE AUFGABEN

- Konzeption und Moderation eines Strategie-Workshops
- Nutzerrecherche mit Kund*innen und Mitarbeitenden (über 20 Interviews)
- Analyse und Ausarbeitung von Potenzialfeldern
- Konzeption eines zweitägigen Trainingsformates zur Vermittlung der nutzerzentrierten Haltung (inkl. Persona, User Journey und Handlungsprinzipien)
- Deutschlandweite Durchführung des Trainings an den Standorten des Unternehmens mit allen Mitarbeitenden

Teamentwicklung und Coaching

IM AUFTRAG VON: Innovation Radicals /
Stadtwerke Düsseldorf
UMFANG: 2021–2022, 24 Teams

HERAUSFORDERUNG:
Die Befähigung von Teams, agiler, effizienter und strukturierter zusammenzuarbeiten

MEINE ROLLEN

- Organisations- und Teamentwickler
- Moderator und Coach
- Trainer

MEINE AUFGABEN

- Konzeption eines vierteiligen Trainingsformates mit folgenden Inhalten: Grundlagen New Work und Agilität, Klarheit im Team durch die Definition von Werten, Rollen und Aufgaben, Methoden für die effektive Zusammenarbeit sowie eigenverantwortliche Weiterentwicklung im Team.
- Moderation der Workshops
- Coaching der Teams

Laufbahn, Studium & Zitate



Berufliche Laufbahn

- Seit 2021** Mitgründer von das konfekt – Design & Strategie-Workshops für den Mittelstand
- Seit 2018** Selbstständiger Lead Strategic Designer, Coach, Moderator und Teamentwickler
- 2016 – 2018** Consultant bei openmjnd Innovationsberatung in Berlin
- 2014 – 2016** Funding & Consulting im Medien-innovationszentrum Babelsberg

Studium und Weiterbildung

- 2024** Jahrestaining Gewaltfreie Kommunikation (GfK) bei Nayoma de Haen in Berlin
- 2023** Trainer für regeneratives Wirtschaften, Stellar Approach bei TheDive in Berlin
- 2020 – 2021** Systemischer Coach bei artop Institut an der Humboldt Universität Berlin, zertifiziert vom DBVC
- 2021** Future Modeling Time Traveler bei Kno-weaux Applied Futures in Berlin
- 2020** Strategie-Workshops mit der LEGO® SERIOUS PLAY® Methode bei Robert Rasmussen
- 2013** Design Thinking, HPI D-School Potsdam
- 2011 – 2013** M.A. Interface-Design, FH Potsdam
- 2002 – 2007** Diplom-Designer, Muthesius & KISD Köln

„Steffen macht einen Super-Job – stets freundlich und kompetent. Dabei immer zielgerichtet und den Fokus im Auge. Wir haben schon viele Projekte für unterschiedliche Marken erfolgreich zusammen durchgeführt und sind immer wieder aufs Neue überrascht, welche überraschenden Ergebnisse entstehen.“

[Maik Carstens, Marketing, GC-GRUPPE](#)

„Mit Steffens Hilfe konnten wir uns mit klarem Blick wieder auf die Themen fokussieren, die uns als Organisation weiterbringen. Die Zusammenarbeit mit ihm war zielorientiert, strukturiert und gleichzeitig sehr locker und angenehm. Es hat Spaß gemacht mit ihm zu arbeiten!“

[Elisabeth Secker, Geschäftsführerin, Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle](#)

„Steffens intelligente und frische Art hat meine Mitarbeiter und mich schon in der ersten Stunde dazu gebracht, Denkblockaden aufzubrechen und neue Wege zu gehen. Die Ergebnisse des Trainings konnten wir sofort umsetzen. Sie prägen unsere heutige Arbeitsweise.“

[Stefan Schmidt, persönlich haftender Gesellschafter, ITG Doden KG](#)

„Der Strategie-Workshop mit Steffen war ein wertvoller Schritt für unser Unternehmen. Es ist ihm gelungen, unsere Führungskräfte und Mitarbeitenden mit seiner professionellen Art zu führen und durch einen intensiven Prozess zu begleiten. Unter seiner Leitung konnten wir die Vision und Strategie für die nächsten Jahre klar definieren sowie Schwachstellen und dringende Herausforderungen identifizieren. Während des Workshops wurden verschiedene strategische Potentiale erarbeitet, die nun von definierten Gruppen ausgearbeitet und umgesetzt werden.“

[Thorsten Lipp, CEO, Guntermann & Drunck GmbH](#)

Diese Medien haben über mich berichtet:

Grafikmagazin

Handelsblatt

Zukunft gestalten

Die eigenen Werte erkennen und leben

Steffen Sommerlad hat Design studiert. Heute moderiert er co-kreative Workshops, unterstützt Teams für eine bessere Zusammenarbeit und coacht Kreative bei beruflicher Orientierung und dem Weg in die Selbstständigkeit.

Wie wichtig ist es deiner Meinung nach als Designer:in, klare Werte zu haben?

Ich bemerke bei vielen Designer:innen und Kreativen ein zunehmendes Bedürfnis nach Klarheit über die eigenen Werte. Viele spüren eine Unzufriedenheit in Bezug auf die eigene Arbeitssituation. Die Ursachen dafür sind vielseitig: geringe Wertschätzung, fehlende Feedback-Kultur, hohe Belastung, wenig Nachhaltigkeit oder Sinn. Um bewusst zu verstehen, wo es aktuell nicht passt und wo Verbesserungspotenziale bestehen, ist es grundlegend, sich die eigenen Werte bewusst zu machen und zu verstehen. Und dann die Arbeitskultur, die Verhaltensweisen sowie die Projekte in Bezug auf die definierten Werte zu prüfen. Klarheit über die eigenen Werte ist die Grundlage, um im nächsten Schritt überzeugend und lösungsorientiert mit Arbeitgeber:innen und Kolleg:innen sprechen zu können. Erst wenn deutlich ist, was nicht passt, können Ideen zur Verbesserung entstehen.

Wie können Designer:innen Klarheit über die eigenen Werte gewinnen?

Die eigenen Werte spiegeln sich im gesamten Leben wider. Daher lohnt ein Blick in die Vergangenheit, auf Alltag, Freizeit, Beziehungen, Freundschaften, Familie und die Themen und Aktivitäten, die mich begeistern und interessieren. Was mache ich gerne? Was gibt mir Energie? Womit beschäftige ich mich am liebsten? Wie und wo bringe ich mich gesellschaftlich ein? Was ist mir wichtig im Austausch mit Menschen? Antworten auf diese Fragen geben Hinweise auf die eigenen Werte. Ich empfehle, eine Woche lang täglich 10 bis 20 Minuten zu reflektieren, um besondere Situationen aus dem eigenen Leben zu notieren sowie die damit verbundenen Werte festzuhalten. So entsteht schnell Klarheit darüber, was wichtig für ein erfülltes Leben ist. Meine Werte sind zum Beispiel Kreativität, Freiheit und Inspiration. Seit 2018 bin ich selbstständig, coache, moderiere und berate. Die Selbstständigkeit und die damit verbundene Vielseitigkeit meiner Tätigkeiten passt wunderbar zu meinen Werten.



Die Interviews der Kolumne werden von Patrick Marc Sommer von typoint geführt. typoint ist ein Atelier für Gestaltung und Typografie. Im Fokus stehen zeitlose, ästhetische und funktionale Lösungen mit nachhaltiger Wirkung.

Wie geht es weiter, wenn die persönlichen Werte definiert sind?

Die Werte sind der Anfang. Oft entsteht daraus das Bedürfnis, auch den eigenen Purpose zu definieren, also den individuellen Beitrag zu den vielen aktuellen Herausforderungen. Besonders junge Menschen fragen sich: Was kann ich tun, damit diese Welt besser wird? Beim Purpose geht es um den eigenen gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Beitrag. Doch zurück zu den Werten. Nach der Definition kommt der Check: Passen meine Verhaltensweisen zu meinen Werten? Treffe ich zu meinen Werten passende Entscheidungen? Zum besseren Verständnis wird jeder Wert durch beispielhafte Situationen und Verhaltensweisen konkretisiert. Das ist eine wichtige Grundlage dafür, dass Werte keine Worthülsen bleiben, sondern aktive Leitprinzipien für das eigene Handeln werden.

www.steffensommerlad.de ↗
www.daskonfekt.de ↗

Firmenkultur

Dienstreise für den Teamgeist

Berge statt Büro: Mit den Beschäftigten auf Tour zu gehen, liegt im Trend. An ungewöhnlichen Orten wird an Strategien getüftelt – das stärkt auch den Zusammenhalt.

Jan Wittenbrink Köln

Zum Jahresbeginn ging es für The People Branding Company hoch hinaus. Die auf Markenauftritte bei LinkedIn spezialisierte Beratung schloss ihre Jahresplanung in den bayerischen Alpen ab – per Seilbahn ging es auch auf die fast 3000 Meter hohe Zugspitze. Ob Gipfel oder Strand: Viermal pro Jahr reist das Team für eine sogenannte Workation an einen besonderen Ort – mal in Bayern, mal am Gardasee oder auf Mallorca. „Dieses Ritual ist seit der Gründung Teil unserer Firmenkultur“, sagt Gründerin und CEO Céline Flores Willers.

Workation, Offsite oder Company Retreat – es gibt verschiedene Begriffe für solche Gruppenreisen von Firmenteams. Die Formate unterscheiden sich teils in ihrer Dauer und Ausrichtung, doch eines haben sie gemein: Ein Team verbringt mehrere Tage an einem Ort fernab des Büroalltags, um gemeinsam etwa bei der Strategieplanung voranzukommen.

Der Bedarf an derlei Formaten steige mit der Remote-Arbeit, sagt Vanessa Thielemann, Gründerin der Agentur Brali – das stand bei der Gründung für „Brandenburg statt Bali“. Etwa ein Viertel der Beschäftigten in Deutschland arbeitet heute vorwiegend im Homeoffice – viele Kollegen kennen sich also hauptsächlich aus Videocalls. Da bleibe wenig Raum für informelle Gespräche und Erlebnisse, sagt Thielemann. Brali bietet Unternehmen fertige oder maßgeschneiderte Reiseepakete aus Location, Workshops und gemeinsamen Aktivitäten an. Als sogenanntes Offsite gilt bei Brali ein etwa zweitägiges Meeting, während ein Retreat ein wenig länger dauern kann und grundsätzlichere Fragen der Unternehmensstrategie und -kultur umfasst.

Bei der 2020 gegründeten The People Branding Company gibt es gar kein festes Büro – alle Angestellten arbeiten remote und räumlich flexibel. Die regelmäßigen Workations sind allerdings ein Pflichttermin – wer da fehle, benötige eine gute Begründung, sagt Willers. „Remote-Unternehmen brauchen andere Formate, um Begegnungsmöglichkeiten zu schaffen.“

Der Turnus einmal pro Quartal habe sich bewährt – und auch der Ablauf sei immer ähnlich. Auf ein lockeres Zusammentreffen am Ankunftsabend folgen zwei Workshoptage mit thematischen Schwerpunkten und externem Coach. Jede Reise solle zudem ein besonderes Highlight enthalten – sei es eine Halloween-Party, gemeinsames Nachtrodeln oder eben der Ausflug auf die Zugspitze. „Wir versuchen immer, ein eigenes Haus nur für uns zu mieten“, sagt Willers – mit wachsender Größe des Teams gestalte sich die Suche immer schwieriger. Man werde mittlerweile häufig von anderen Unternehmen nach Empfehlungen gefragt. Auch Anbieter Brali vermittelt überwiegend keine klassischen Tagungshotels. Gefragt seien unkonventionelle Orte wie etwa umgebaute Gutshäuser oder Bauernhöfe, sagt Thielemann. Etwa 50 Unterkünfte in Deutschland und dem benachbarten Ausland seien feste Partner.

„Ein passender Ort soll natürlich gute Arbeitsbedingungen bieten, das Team aber auch inspirieren und raus aus dem Alltag holen“, sagt Teamcoach Steffen Sommerlad, der selbst Offsite-Formate anbietet und dabei als Moderator auftritt. „Wenn man in einer gewohnten Umgebung ist, aktiviert das immer gewohnte Denken und Verhaltensweisen – diese sollen aufgebrochen werden.“

Teamcheck vor der Reise

Bei Brali wird es auf Wunsch auch mal rustikal: Etwa beim Übernachten in einem gemeinsamen Raum mit Schlafkojen oder in Glamping-Zelten. „Wenn man auf wenig Platz miteinander auskommen muss, kann das durchaus zusammenschweißen und kreative Ideen befördern“, sagt Thielemann. Das passe aber längst nicht zu jedem Team. Vor jeder Reise stehe daher ein „Teamcheck“. „Wir möchten herausfinden, wie gut sich das Team bereits persönlich kennt und ob es zuletzt zum Beispiel größere Fluktuation gegeben hat.“ Auch die Aktivitäten werden aufs Team abgestimmt. So seien Outdoor-Workshops denkbar. Doch schon gemeinsames Kochen könne dazu beitragen, dass etablierte Rollen im Team aufbrechen. Das Ziel: „Die Leute sollen raus aus ihrer Komfortzone kommen – aber auch nicht zu viel, schließlich sollen sich alle wohlfühlen.“

Auch für Coach Sommerlad ist die gründliche Vorbereitung entscheidend. Bevor eine Reise ansteht, spricht er mit dem Team in einem Online-Meeting darüber, welche Themen auf die Agenda gehören. „Oft stellt sich dann heraus, dass dem Team andere Punkte unter den Nägeln brennen als der Führungskraft, die mich beauftragt hat.“ Gleichzeitig sei es gerade bei kürzeren Aufenthalten wichtig, diese nicht zu überfrachten. „Am sinnvollsten ist es oft, an den Grundlagen zu arbeiten, also einer grundsätzlichen Teamvision und gemeinsamen Werten.“ Ein Offsite biete auch deshalb gute Voraussetzungen, weil man nicht wie im Arbeitsalltag mit ständigen Unterbrechungen konfrontiert werde.

Neutraler Moderator

Als externer Moderator habe er eine neutrale Rolle außerhalb des Teams, sagt Sommerlad – das sei gerade dann wichtig, wenn es zu Spannungen komme. „Es ist nicht sinnvoll, wenn eine Führungskraft das selbst übernimmt.“ Schließlich sei diese Teil der Teamstruktur und nicht objektiv, könne sich bei zutage tretenden Problemen gar persönlich angegriffen fühlen. Inhaltlich setze er auf einen Mix aus unterschiedlichen Methoden – mal im großen Plenum, mal in Kleingruppen. Eine bewährte Übung für einen wertschätzenden Abschluss: Die Teilnehmenden schreiben auf „Komplimente-Karten“, was sie an ihren Kollegen im Arbeitsalltag schätzen, und tauschen diese Karten dann unter vier Augen aus.

Céline Flores Willers sammelt im Team regelmäßig, welche Wünsche es für kommende Reisen gibt. Es habe sich gezeigt, dass abgelegene, naturnahe Orte ohne Störgeräusche besonders gut ankamen. „Es tut uns gut, für einige Tage den Fokus komplett auf uns selbst zu legen, während sich für uns als Dienstleister im Alltag vieles um die Kunden dreht.“

Diese Medien
 haben über
 mich berichtet:

Working
 Women



**UNSER OFFSITE-
 WORKSHOP-EXPERTE**

Steffen Sommerlad ist Teamentwickler, Coach und Moderator. Er hat Kommunikations- und Interfacedesign studiert, Design Thinking an der HPI d-school gelernt und eine systemische Coaching-Ausbildung absolviert. In Coachings, Workshops und Trainings unterstützt er Teams und Kreative dabei, eine Arbeitskultur zu gestalten, die verbindet, inspiriert und Sinn stiftet. Sein Wissen über Teamworkshops und Offsites teilt er regelmäßig in seinem Blog: steffensommerlad.de



Kurze Selbstreflexion, bitte: Wann war bei euch zuletzt genügend Zeit für ein offenes, tiefgründiges Team-Gespräch abseits des Daily Business? Oder für die großen strategischen Fragen? Wir kennen das alle: Zwischen Meetings, Mails und Deadlines bleibt oft wenig Raum für das große Ganze. Vieles Grundsätzliche wird gern mal auf die lange Bank geschoben, Routinen schleichen sich ein. Verständlich – aber nicht zielführend.

Um diese eingefahrene Situation zu durchbrechen, hilft am besten eine räumliche Veränderung. Ein Perspektivwechsel, bei dem sich durch den veränderten Ort auch die Dynamik des Alltags verändern kann. Dafür sind sogenannte Offsites das Format der Stunde in der Toolbox der modernen Arbeitswelt. Die Philosophie hinter dem neudeutschen Wort: Wer den üblichen Ort hinter sich lässt, kann ihn aus der Distanz – aus dem Off – klarer sehen. Statt wie gewohnt im Büro zu tagen, fährt ein Team also für zwei, drei Tage an einen anderen Ort – raus aus den Routinen, rein in entschleunigte Wetime und Dialoge ohne Zeitdruck im Nacken. Ob zur Visionsentwicklung,

Strategiearbeit oder zum Teambuilding: Offsites schaffen einen Möglichkeitsraum, in dem alte Strukturen überdacht werden und neue entstehen können.

Soweit die Theorie. Damit ein Offsite seine Wirkung in der Praxis entfalten kann, braucht es aber mehr als eine schöne Location mit Seeblick. Zugegeben, im Motel an der Autobahnraststätte funktioniert das Prinzip nicht, sondern nur an einem Ort, der die Wichtigkeit und Wertigkeit des Unterfangens untermauert. Doch noch entscheidender sind Ziel, Haltung und Struktur: Was soll am Ende anders sein als vorher? Wer gehört mit an den Tisch? Und wie viel Offenheit sind wir bereit zuzulassen?

„Ein gutes Offsite ist kein Event – es ist ein Möglichkeitsraum“, erklärt Coach Steffen Sommerlad. „Ein Raum, in dem Teams sich erleben, aufeinander hören und gemeinsam Lösungen entwickeln. Teams brauchen nicht noch mehr Meetings, sondern bessere Gespräche. Und ein Offsite kann genau das ermöglichen – wenn es klug gestaltet ist.“

Noch bevor Location und Agenda stehen, braucht es deshalb Klarheit und Transparenz: Worum geht es wirklich? Was wollen wir erreichen? „Ein Offsite braucht ein klares Ziel – erst dann lassen sich Methoden und Aktivitäten sinn-