

Top- oder Flop ?Führung? Wie entsteht und wie-rt der Unterschied?

Top- oder Flop -Führung? Wie entsteht und wie-rt der Unterschied?

Prüfstein jeder Unternehmung und jeder Unternehmensführung ist die Fähigkeit offen, wie-rtlich kommunikativ, gemeinsam Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. "Wie muss es kommen? Wie platzieren wir unser Angebot im Markt? Wie schaffen wir Anpassungen, Neuausrichtungen und Veränderungen? Wie verwandeln wir die zentrale Unternehmensabsicht, Gewinne zu erzielen, in ein nachhaltiges Ergebnis?" Zu mehr als 90% macht die Art und Weise wie stimmig mit allen Marktteiligen kommuniziert wird, den wie-rtungsvollen Unterschied zwischen Top- oder Flop-Produkten und Dienstleistungen aus.
Prof. Dr. Andreas Pinkwart, Inhaber des Stiftungsfonds Deutsche Bank Lehrstuhls für Innovationsmanagement und Entrepreneurship an der HHL Leipzig Graduate School of Management glaubt ebenfalls, der Blick solle auf die Auswirkungen gelenkt werden. Es gehe darum, wie Führung, Mitarbeiter, Regulierung, Wettbewerb, Technologie, Umwelt in Unternehmen und Märkte in ihrer Veränderung wahrgenommen werden." Anlässlich der diesjährigen Konferenz des Center for Advanced Studies in Management (CASIM) an der HHL sagte Prof. Dr. Andreas Pinkwart: "Es scheint paradox: Einerseits wurden in den vergangenen Jahren hunderte von Change-Management-Büchern geschrieben und veröffentlicht; andererseits zeigte die CASIM-Konferenz, dass Organisationen stärker mit dynamischen Fähigkeiten zur Bewältigung des permanenten Wandels ausgestattet werden müssen. Im Kern ist hierbei die Frage nach der Rolle des Top-Managements im Veränderungsprozess berührt. In vielen Fällen ist der erfolgreiche Wandel - eine Frage der internen Kommunikation zwischen den Mitarbeitern und dem Management, sowie zwischen dem Unternehmen und seinen Stakeholdern." www.hhl.de/casim-conference-2013 Quelle Zitat: <http://www.pressrelations.de/new/standard/dereferer.cfm?r=538771> Download: 16.07.2013
Wenn alles im Wesentlichen eine Frage der gelingenden Kommunikation ist, dann hat Top oder Flop, hat sehr viel mit der Art und Weise zu tun, wie gefragt, erklärt, mitgeteilt wird. Top- oder Flop ist Gefühl, Gedanke, Mitteilung, Handlung. Top- oder Flop ist begeistertes oder bitteres Erleben. Wenn etwas gut bis sehr klappt, läuft, sich entwickelt, sich aufbauen lässt, ist das Gefühl obendrauf zu sein, sehr stark. Jedes Unternehmen, jeder Betrieb, jede Familie, jeder einzelne erlebt Tops und Flops. Nicht alle Menschen, Unternehmen, Organisationen schaffen es, damit klar zu kommen, Alternativen zu finden, Lösungen umzusetzen, verändert weiterzumachen, wieder neu anzufangen und dennoch wieder und wieder Top-Produkte und/oder Dienstleistungen abzuliefern. Neben fachlichen Problemen und Fehlentscheidungen liegt ein noch viel größerer Werteverlust im Umgang der Menschen miteinander. Oben, unten, Chef, Mitarbeiter, Vorgesetzter, Innendienst, Außendienst, überall wird gefloppt und getoppt.
Flop-Kräfte tun so, als ob sie genau wüßten, "was" zu tun wäre, aber es passiert zu wenig und zu oft das Unangemessene. Sie floppen, weil sie die "Wie"-rtung mißachten oder falsch einschätzen. Sie schaffen es nicht Druck rauszunehmen, echt zuzuhören und umsetzungsfähige Ziele und Teilschritte vorzugeben, selbst mit Begeisterung zu arbeiten, andere damit zu befeuern und für eine relativ gerechte Verteilung der Aufgaben und Entlohnungen einzutreten. Außerdem übersehen sie gern die unumstößliche Wie-rtlichkeit: Wer anordnet, kann zwar sagen, erklären, fordern, aber die Umsetzung klappt nur, wenn der/die Angesprochenen bereit dazu sind. In der Art und Weise der Zusammenarbeit entscheidet sich, wie es läuft.
Wir glauben, der Unterschied zwischen Top und Flop liegt ganz wesentlich in zwei kleinen Worten. Es klingt ver-rückt, ist es aber nicht: Es gibt viele Möglichkeiten, viele Theorien und unendlich viele Wortschöpfungen, wie vorgegangen werden sollte, könnte, müsste. Und es gibt mindestens so viele "Was bringt das?"-Abwehrreaktionen, "Was ihr schon wisst!"-Entwertungsversuche und "Was geht mich das an?"-Täuschen-Tarnen-und-davon-schleichen, anstatt zu fragen: wie es am Besten gelänge. Wie-rtliche Klarheit, wie-rtungsvolle Entschlossenheit und die Bereitschaft wie-orientiert zu handeln ist der direkteste Weg zu einer ebenso klaren Kommunikation.
Worte sind wie Weichen. Je nachdem, welches der Worte genutzt wird, verläuft die Kommunikation, die Art und Weise des Umgangs miteinander sehr, sehr verschieden.
Uns ist aufgefallen, wie unterschiedlich die Wirkung von zwei kleinen scheinbar unbedeutenden Worten ist. "Wie und Was" sind Wortgeschwister. Trotz der nahen Verwandtschaft haben sie ganz unterschiedliche Aufgaben. Was-Fragen: "Was willst?" "Was soll das?" wie-rken völlig anders als Wie-Fragen: "Wie ist das gemeint?" "Wie können wir weitere Schritte planen?" Wir verwenden die beiden Worte nicht zufällig. Die Wahl beruht u.a. auf unserer Entwicklung zum Menschen, der Art unserer Gehirnaktivitäten und unseren heutigen Lebensbedingungen. Das hat unglaublich weit reichende Folgen. Unsere wie-derkehrende Frage ist daher: "Wie würde unser Leben sein, wenn wir unser Billionen-Zellen-Unternehmen (Körper und Gehirn) wie-rtlich für uns arbeiten lassen?"
Es geht um handfeste, praktische "Wie". Grundlagen, Ideen und Möglichkeiten zur Verbesserung der persönlichen und beruflichen Lebens-, Unternehmens- und Gesellschaftsqualität, die nichts kosten, aber eine Menge einbringen.
Der Glaube, wenn ich erst reich und berühmt bin, dann ist alles klar, wird von vielen Menschen geteilt. Und stellt sich sehr oft als Irrtum heraus. Durch die Art und Weise, wie sie etwas machen, sind die "Wie-Vermögenden" anderen um Längen voraus. Sie sind sich der eigenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden bewusst und nutzen sie gezielt. Ruhe und Gelassenheit sind deutliche Zeichen, wie stark jemand sein Wie-Vermögen einsetzt, persönlich, beruflich, familiär, ergonomisch, ökologisch, ökonomisch.
Der Wechsel zu mehr Wie-Fragen und Wie-Erklärungen ist kostenlos und ohne Aufwand sofort möglich. Es reicht, auf den Gebrauch der beiden kleinen Worte "wie und was" zu achten, sich und anderen zuhören, mehr wie statt was zu verwenden und zu staunen, viel angenehmer und entspannter der Umgang mit anderen Menschen ist. Das macht niemanden so ohne weiteres zu einem Millionär. Die Art und Weise, wie Menschen sich entscheiden, ist der wichtigste Knotenpunkt im menschlichen Leben. Wie es dazu kommt, bleibt zumeist unbemerkt, unbeachtet, ist aber von enormer Bedeutung.
Wollen Organisationen den permanenten Wandel dynamisch bewältigen, brauchen sie neue und bessere Lösungen. Das wird sehr viel leichter mit dem wie-orientierten Umdenken. Und kann besonders effektiv innerhalb der Unternehmensführung mit Wie-Fragen beginnen: "Wie können Mitarbeiter aktiv in den ständigen Veränderungsprozess mit einbezogen werden?" "Wie können wir mit allen am Unternehmenserfolg Beteiligten wie-rtungsvoll zusammenarbeiten?"
Die Top- oder Flop-Fähigkeit unternehmerischen Handelns beruht auf der Fähigkeit Bedürfnisse zu erkennen, Angebote zu ihrer Erfüllung zu entwickeln und abzusetzen. Es ist egal, ob die Firma, der Betrieb, das Unternehmen klein oder groß ist, immer kommt es auf die Qualität und die Fähigkeit an, wie mit internen und externen Kräften Netzwerke gebildet werden. Die Art und Weise der nach und innen und außen laufenden Kommunikation ist die entscheidende Bühne, auf der ein Miteinander oder ein Gegeneinander zwischen Mitarbeitern und Management, zwischen Unternehmen und allen anderen am Unternehmensprozess direkt oder indirekt Beteiligten (Stakeholdern) als Dauervorstellung läuft. Die Bühne ist 24 Stunden offen, sie wird das ganze Jahr bespielt. Und das Programm läuft sogar weiter, wenn die Stakeholder gerade nicht im Unternehmenstheater persönlich anwesend sind. Gefühle, Gedanken, Pläne, Absichten, Erlebnisse, Erinnerungen wie-rken weiter.
Veränderungsmanagement lässt sich nur gemeinsam durch die Art und Weise, wie gearbeitet wird, zu einer erfolgreichen Unternehmensgeschichte machen. Es gibt viele neue Herausforderungen für das Veränderungsmanagement von Unternehmen und Organisationen. Besonders die Herausforderung: "Wie lassen sich sprunghafte (disruptive) Veränderungen besser gestalten?" braucht wie-rtungsvolle Antworten. Disruptiv ist z.B. ein Sprung auf eine neue Technik. Bisherige Verfahren zu optimieren reicht nicht mehr. Als das Auto erfunden und verkaufsfähig geworden war, hatten die Kutschen keine Zukunft mehr. Kutschenhersteller, Pferdehändler, Holz-, Leder-, Futtermittellieferanten mussten ihren Markt neu suchen. "Wie haben sie das nur gemacht?"
Lesen Sie mehr:
Wie zu viel Was unser Leben zerstört [Kindle Edition] Maria Brüggemann (Autor),
eBook: www.amazon.de und auf www.wie-rtungsvoll-erleben.de
Informationen über die Person:
Maria Brüggemann (geb. 1951) erarbeitet auf wissenschaftlichen Grundlagen, Texte und Praxis-Konzepte. Sie ist Literaturwissenschaftlerin M.A., praktische Betriebswirtin (KA), Autorin, Dozentin, Köchin und hat eine wie-sionäre Art und Weise, mit der sie die Welt und die Menschen gern verzaubert. Ihre ganz und gar alltagstaugliche Zauberkraft bezieht sie aus den Wie-rtungen der Begeisterung. Zusammen mit ihren Mitautoren Theresa (geb. 1983) und Peter Brüggemann (geb. 1949) und Ruth Hanisch (geb. 1982) hat sie den großen Wunsch, weltweit so vielen kleinen und großen Menschen wie nur möglich, begreiflich zu machen, wie viel angenehmer es sich mit mehr Begeisterung lebt. Das einfache kleine Fragewort "wie" sehen sie als genialen Türöffner in das Zauberreich "Begeisterung". Das Familien-Autoren-Team lebt und arbeitet in Glandorf-Schwege so ziemlich in der Mitte zwischen den Friedensstädten Osnabrück und Münster.

Maria Brüggemann

49219 Glandorf-Schwege

info@wie-rkungsvoll-erleben.de

Firmenkontakt

Maria Brüggemann

49219 Glandorf-Schwege

info@wie-rkungsvoll-erleben.de

Maria Brüggemann (Inhaberin) Praxis-Konzepte, Verlag und Veranstaltungen; geboren 1951 in Glandorf, ist Literaturwissenschaftlerin M.A., praktische Betriebswirtin (KA), Autorin, Dozentin, Köchin und hat eine wie-sionäre Art und Weise, mit der sie die Welt und die Menschen gern verzaubert. Ihre ganz und gar alltagstaugliche Zauberkraft bezieht sie aus dem Wie. Zusammen mit ihren Mitautoren Theresa (geb. 1983) und Peter Brüggemann (geb. 1949) und Ruth Hanisch (geb. 1982) hat sie den großen Wunsch, weltweit so vielen kleinen und großen Menschen wie nur möglich, begreiflich zu machen, wie viel angenehmer es sich mit mehr Wie und weniger Was lebt. Das Familien-Autoren-Team lebt und arbeitet in Glandorf-Schwege so ziemlich in der Mitte zwischen den Friedensstädten Osnabrück und Münster. Lesen Sie mehr in dem eBook: Maria Brüggemann et al: Wie zu viel Was unser Leben zerstört; ISBN 3-978-944100-00-5-5, (amazon, Kindle eBook) und auf der Webseite: www.wie-rkungsvoll-erleben.de Kernthese: Wie-orientiert fühlen, denken, sprechen und handeln bedeutet Milliarden Gewinne durch einen einfachen Wortwechsel zu mehr Fragen und Erklärungen, in denen anstelle des "was" verstärkt das Wort "wie" eingesetzt wird. Es bedeutet einfacher und entspannter zu leben, dauerhaft Vermögen zu gewinnen und persönlich, beruflich und familiär mit Begeisterung wie-orientiert zu lernen und zu arbeiten. Mehr Wie ist eine Einladung die Welt mit frischem Blick anzusehen. Geht etwas unter die Haut, sind Menschen mit allen Sinnen dabei. Sie fühlen sich besser, stärker, zuversichtlicher, mutiger, befreiter, gleichzeitig gefestigter und verwurzelter. Es muss unter die Haut gehen, damit die emotionalen Zentren im Gehirn aktiviert, Botenstoffe freierwerden und sich neue Nervenzellen bilden können. Das ist die Art und Weise, wie Menschen wie-rkungsvoll mit der Natur arbeiten.