

Der Einstein-Code: Echte Leader braucht das Land“

Schlecker ist pleite, der Konkurrent dm – drogeriemarkt – floriert. Und warum? Weil echter Erfolg nur möglich ist, wenn man ganzheitlich denkt. Der Mensch macht den Unterschied: keine Wertschöpfung ohne Wertschätzung!

Eigentlich ist es immer das Gleiche: Da, wo Menschen mit Überzeugung und Begeisterung ihre Sache vertreten, stellt sich der Erfolg von selbst ein. Also wäre es eigentlich logisch, wenn der Mensch (Mitarbeiter, Dienstleister, Kunde) im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stünde. Eigentlich ... Doch die wenigsten Unternehmen und Manager hinterfragen ihr Tun und wagen den Schritt, neue Wege zu gehen. Zum Beispiel auf das Potenzial ihrer Mitarbeiter zu setzen, ihnen zu vertrauen und ihr Wohlergehen stärker in den Fokus zu rücken – ein einfaches, aber wirkungsvolles Rezept für den garantierten Erfolg. Stattdessen gilt die überholte Formel: schneller im Hamsterrad treten, höher und weiter zielen – Business as usual. Keine Zeit, kein Geld, keine Köpfe für neue Ideen und Konzepte. Wie geht es Ihnen? Nehmen Sie es einfach hin, dass die Uhren immer schneller ticken, dass Sie ständig *mehr tun* und immer *weniger leben*? Reflektieren Sie Ihr Handeln selbstkritisch und ändern Sie die Dinge – mit Herz, Hand und Hirn? Wer mit dem Strom schwimmt, eckt nicht an und dümpelt in der Komfortzone weiter – bis zum großen Knall! **Wo sind sie nur, die Leader?** Die Mutigen? Die Pioniere mit zeitgemäßen neuen Visionen? Bei Schlecker saßen sie im letzten Jahrzehnt offensichtlich nicht im Management, und leider müssen es nun die Mitarbeiter ausbaden. **Albert Einstein** resümierte lakonisch: „Jeder Idiot kann Dinge größer, komplexer und gewaltiger machen. Es benötigt einen Hauch von Genie und jede Menge Mut, um in die entgegengesetzte Richtung zu gehen.“

Mut: neue Wege gehen

Seit Jahren plädieren „gute Berater“ für einen Ansatz, der sich auf das Wohlergehen der Menschen *und* der Unternehmen konzentriert, der alle entscheidenden Facetten des Erfolgscocktails berücksichtigt und nicht bei den sogenannten harten Fakten aufhört: über den Tellerrand hinausblicken und auch mal neue Wege einschlagen. Der SCOPAR-Ansatz der 360°-Beratung zielt auf einen nachhaltigen Nutzen für das Unternehmen sowie dessen Kunden und Mitarbeiter – statt auf kurzfristige Gewinnmaximierung. Gewinn und Erfolg stellen sich zwangsläufig ein, wenn die handelnden Personen die Vorteile ihrer Verantwortungsbereiche vorn anstellen würden, statt die eigenen Interessen im – starren – Blick zu haben ... weil *alle* davon profitieren! **P³**: ein Ansatz, der Nachhaltigkeit auf sämtlichen Ebenen – **People, Planet, Profit** – ernsthaft verfolgt und sich nicht nur auf den Marketingeffekt reduziert.

Doch dies erfordert ein Umdenken in mehrere Richtungen, Mut und Rückgrat. Interessanterweise sind solche Konzepte derzeit überall im Gespräch, aber dennoch wird nach den bewährten Rezepten geköchelt: Reorganisation, Verschlinkung, Personalabbau, bessere/neue IT etc., zubereitet von den immer gleichen Dienstleistern. Weil es bequem und sicher ist, obwohl laut manager magazin 8/2011 nur 57 % der Kunden mit den Leistungen der Berater zufrieden sind[1]. Doch Veränderungen erzeugen Unsicherheit und Ängste – der Mensch ist ein Gewohnheitstier. **Albert Einstein** sah das wohl ähnlich: „**Die Definition von Wahnsinn ist, immer wieder das Gleiche zu tun und andere Ergebnisse zu erwarten.**“

Veränderung beginnt im Kleinen – bei sich selbst! Hand aufs Herz: *Wo waren Sie im letzten Jahr mutig: Haben Sie wirklich etwas gewagt, haben Sie neue Ansätze ausprobiert? Stehen die Mitarbeiter und der Nutzen Ihrer Aktivitäten fürs Unternehmen im Mittelpunkt Ihres Handelns?* Beantworten Sie diese Fragen ehrlich und reflektieren Sie darüber offen und selbstkritisch. Erst dann sollten Sie handeln. Wie? Indem Sie mehr „auf Ihren Bauch hören“, der Intuition folgen und die ausgetrampelten

Pfade verlassen. Vielleicht zweifeln Sie ja daran, den Erfolgskurs Ihres Unternehmens von der inneren Stimme navigieren zu lassen? Auch hier hat **Albert Einstein** wieder ein Quäntchen Weisheit zu bieten: **„Der Intellekt hat ein scharfes Auge für Methoden und Werkzeuge, aber er ist blind gegen Ziele und Werte.“**

Intuition: dem Bauchgefühl folgen

Keine Sorge: Dem Bauchgefühl zu folgen bedeutet nicht, den Verstand auszuschalten. Wir verfügen über gute Systeme, Methoden und Werkzeuge, die wir nutzen sollten – aber sie dürfen uns nicht beherrschen. Der Mix macht's. Wer von uns hat nicht schon Entscheidungen getroffen, obwohl es sonnenklar war, dass es die falschen sind? Warum folgen wir nicht öfter unserem inneren Kompass? Aus Angst anzuecken oder etwas zu verlieren? Aus Angst vor dem Ungewissen? Aus Angst, es könnte dem eigenen Vorteil schaden oder jemandem auf den Schlips zu treten? Ist es die Angst vor einer steinigen und unbequemen Wegstrecke? Vermutlich gibt Ihre innere Stimme zumindest den klugen Zitaten Albert Einsteins recht. Doch eine andere, lautere und sehr vertraute Stimme raunt: „Prinzipiell stimmt das ja alles: Aber was kann ich allein bewirken ... da müssten die anderen schon mitziehen. Das ist in unserer Firma ein Kampf gegen Windmühlen. Ach, das ist alles so ein idealisierter Quatsch, das mit dem Umdenken und den *neuen Wegen* ... Geht doch gar nicht: Wir hängen in Systemen, Strukturen und Abläufen fest – die kann man nicht so einfach ändern.“ Welche Ihrer Stimmen ist die lautere? Welcher Stimme folgen Sie? **Albert Einstein** wusste: **„Der intuitive Geist ist ein heiliges Geschenk und der rationale Geist ein treuer Diener. Wir haben eine Gesellschaft erschaffen, die den Diener ehrt und das Geschenk vergessen hat.“**

Wandel: gelebte Werte machen den Unterschied

Folgen Sie Ihrer – vielleicht anfangs leiseren – inneren Stimme: Ihrer Intuition. Gehen Sie den Weg des Herzens,

vertrauen Sie Ihrem Kompass und sprechen Sie die Dinge an, die Sie stören – jetzt! Seien Sie offen und mutig: Sie werden eine positive Resonanz erhalten. Expect the unexpected!

Ändern Sie alte Muster und fokussieren Sie folgende drei Punkte:

- Nachhaltiger Nutzen aller Aktivitäten, Produkte und Services – mit Blick fürs Ganze
- Wertebasiertes Handeln und mehr Menschlichkeit auf allen Ebenen
- Mehr Bauchgefühl und Authentizität – das Gesagte „leben“

Es reicht nicht, andere Modelle zu kopieren. Schlecker ist daran gescheitert, mit alten Shop-Konzepten, überholten Methoden und eingeschüchterten Mitarbeitern Land zu gewinnen. Wenn die innere Struktur nicht stimmt, helfen Durchhalteparolen wie „Weiter so!“ oder die bunten Pflaster neuer Shop-Konzepte und Werbemaßnahmen nicht. Umdenken – Kurswechsel – Handeln: „Amateurs talk about it, professionals do it!“

Welche Werte haben Sie? Handeln Sie nach diesen Werten? Passen Ihre eigenen **Wertvorstellungen zu denen Ihres Unternehmens?**
Plan B(etter): **love it, change it or leave it!**

Handeln: jetzt!

Wenn Sie die Lektüre nun mit „interessant“ oder „hm ... stimmt schon, aber ...“ kommentieren und dann beiseite legen, hätten Sie sich die Zeit auch anders vertreiben können. Wenn Sie jedoch den Impuls verspüren, *endlich* zu handeln, dann fangen sie an – und zwar jetzt! Wie? Notieren Sie sich die drei Punkte in Ihrem Leben, die sie am meisten stören – privat und beruflich. Schreiben Sie jeweils dazu, was Sie ändern wollen – und handeln Sie entsprechend. Gehen Sie neue Wege – Sie werden den Mühlen des Alltags entkommen, mehr Lebensfreude gewinnen, erfolgreicher sein und Ihre Ziele schneller und einfacher erreichen. Aber Sie müssen handeln! Denn: „Wer nicht mit der

Zeit geht, der geht mit der Zeit“. **Albert Einstein** würde es drastischer formulieren: „**Wir haben nur noch furchtbar wenig Zeit. Wenn wir überhaupt wollen, dann müssen wir jetzt handeln.**“

[1] Randnotiz: 100 % der Kunden empfehlen SCOPAR weiter.