drupa & der Erfolg

Warum Sie nach Düsseldorf fahren sollten. Ein persönlicher Appell.

Das ist nun meine zehnte drupa, seit 1972 in Folge. Auf jeder gaben alle Aussteller das Versprechen: „Alles wird besser. Erfolg ist garantiert“, wenn man die angebotenen Maschinen, System, Lösungen kaufen und installieren würde.

Alles – gelogen? Diese Frage stellt sich nicht. Ganz ohne jeden Zweifel, wer nicht in richtiger Reihenfolge und mit nötigem Geschick die jeweiligen Weiterentwicklungen oder Neuheiten investiert hätte, wäre längst „weg vom Fenster“. Insofern hatten und haben die Aussteller recht: Leute, seht Euch um, entscheidet, kauft, wartet nicht zu lange. Dafür war, ist und wird eine drupa gut sein.

Aber sie hat auch noch einen ganz anderen Effekt, der von Mal zu Mal höher zu bewerten ist. Man trifft nicht nur ganz banal „seine Lieferanten“ oder lernt neue kennen, man trifft ungeplant und aus reinem Zufall auf Menschen, die nicht bloße Konkurrenten, Wettbewerber sind, sondern die Vorbild sein können und sollen. Weil sie zu den Erfolgreichen gehören.

Was ist Erfolg?

Obwohl unsere Gesellschaft (angeblich) „erfolgs-orientiert“ ist, gibt es keine verlässliche Definition, was als Erfolg zu werten sei. Ersatzweise ist es immer die Menge des verfügbaren Geldes. Doch wir wissen ja nun sehr genau, dass dies vor allem davon abhängt, in welchem Maße man zu betrügen und sozusagen legal-kriminell zu sein man bereit ist: Finanzskandale und Währungs-Turbulenzen zeigen, Ehrlichkeit bleibt auf der Strecke.

Auch von Moral hängt es ab: Monopole auszunutzen ist nicht verboten, ist es aber „anständig“? Und was heißt „ausnutzen“? Ist es „nur“ „gutes Geld“ verdienen oder „klotzig Kasse machen“? Ein heikles Feld. Zumal es nach Lebenserfahrung sehr vieles gibt, was einzelne als ihren ganz persönlichen Erfolg werten, ohne dass es auch nur ungefähr in Geld auszudrücken wäre.

Erfolg im geschäftlichen Bereich hat eine sehr viel einfachere, logische, und vor allem immer, für jeden, unter allen Umständen geltende Formel. Prof. Dr. Radermacher von der Uni Ulm drückt sie extrem pragmatisch aus:

„Erfolg ist, wenn mein Kunde glücklich ist, dass es mich gibt.“

Eine extrem interessante Formel. Weil sie „Nachhaltigkeit“ gleich mal als Voraussetzung hat (und nicht erst als ein Ziel, dass man irgendwann erreichen könnte). Um so Glücks-generierend zu sein, muss man selbstredend Expertise haben, in bestimmten Bereichen Spitze, im Querschnitt von allem gut sein, besser als der Wettbewerb. Und: man muss Innovationen bieten und vorantreiben, denn er sagt auch:

Innovationen sind die Voraussetzung für Erfolg.

Dafür sind Messen da, um (hoch-) innovativ sein zu können. Aber eben: es ist die Voraussetzung für Erfolg. Es ist noch nicht der Erfolg selbst.

Der stellt sich ein, wenn man (für manche ist es „back to the roots“) „Vernunft walten lässt“ und sich ganz logisch auf das einlässt, was im Leben schon immer wichtig war:

Erstens: Das allerwichtigste ist das Vertrauen in den Zufall (das Schicksal); denn „Erfolg ist das Glück des Tüchtigen“, und tüchtig ist weniger nur mit fleißig, strebsam und Vielarbeiterei zu übersetzen als vielmehr damit, „ertüchtigt“ zu sein (Wortbedeutung: kraftvoll, tauglich), die Spreu

vom Weizen zu trennen. Also das Sinnvoll und Machbaren vom Zwecklosen und Unnützen trennen zu können. Mental, geistig, intellektuell – ohne das man erst durch Schaden klug werden muss.

Zweitens: Er-Folg ist die Folge von etwas. Wer etwas bewirken will, muss Wirkung provozieren, kreativ-aktiv sein, Steine ins Wasser werfen. Umgekehrt wird nämlich ein Schuh daraus: Analysiert man, warum (viele) so wenig erfolgreich sind, kommt immer eins dabei heraus: sie haben zu lange gewartet, gezögert, „der Zug war abgefahren".

Und drittens: Erfolgreiche entwickeln Visionen, Ideale, Ziele; sie haben den Glauben an eigenes Können, die eigene Kraft; sie vertrauen in und auf andere Menschen

Diese drei Attituden, Verhaltensweisen, unterscheiden erkennbar erfolgreiche von weniger erfolgreichen Menschen und Unternehmen, die sie führen, leiten, verantworten. Erfolg hat nichts, aber auch gar nichts mit Technik, mit Branche, mit Produkt, Werkstoff oder anderen Kategorien zu tun; in diesem Sinne: Erfolg ist nicht kaufbar, keine Methode, kein Gegenstand. Erfolg ist Ziel-Erreichung!

Mein Leben lang habe ich gestaunt, wieviele Menschen verzweifelt sind, es zu nichts gebracht zu haben und auf die Frage „Was hätten Sie denn gerne erreichen wollen?" nicht den Ansatz einer Antwort haben. Ziele, scheint es, hat doch eigentlich jeder, vor allem, wenn er Unternehmer, Manager ist. Doch pardon, von den etlichen zehntausend Menschen, die ich kennengelernt habe, sind mir weniger als 200 im Gedächtnis geblieben als Entrepreneure, also Menschen mit Unternehmergeist.

Schließlich das Kapitel „human assets", der Wert der Mitarbeiter als unersetzlicher Fundus. Kommt man fremd in einen Betrieb, kann man extrem schnell wissen, ob das Unternehmen erfolgreich ist: trifft man überwiegend Personen mit verbitterter Miene an, sieht man keine fröhlichen Gesichter, sondern nur Trostloses, Liderlichkeit und liest oder hört man „dumme Spüche": ja wie und woher soll der Betrieb die Kraft nehmen, seine Kunden zu begeistern? Trifft man dann noch auf einen Chef, der ganz hinten oder oben, irgendwo in der Ecke, hinter allerlei Abwehr-Barrikaden seine Fluchthöhle, Büro genannt, hat dann ist klar: dieser Mensch, dieses Unternehmen ist ein hoffnungsloser Fall.Wo Misstrauen (auch unter den Kollegen, also nicht nur von oben her) und Missmut herrschen, geht keine positive Botschaft an den Markt, stellt sich Erfolg nur als Zufall ein. Offenheit dagegen ist der größte aller Attraktoren.

Deshalb mein Rat an alle, die wieder einmal zur drupa gehen: Ja, fahren Sie hin. Bleiben Sie lange. Besuchen Sie die Stände. Aber kümmern Sie sich allenfalls am Rande um Technik. Doch sobald Sie auf einen Menschen treffen, der Sie fasziniert, sprechen Sie so lange es geht mit ihm. Es könnte sein, dass Sie in kürzester Zeit genau das erfahren und erkennen können, was auch Ihren persönlicher Erfolg ausmachen kann. Geben Sie dem Zufall eine Chance !