

Der Wahnsinn hat Methode

Investitionen in Brainware entscheiden über Sieg oder Niederlage

Sie werden mir zustimmen: Unser Berufsalltag ist hektisch. Aller Wahrscheinlichkeit nach haben Sie kaum noch Zeit zum lesen. Was man nicht auf den ersten Blick erfasst, bleibt ungelesen. Egal, ob Zeitung oder Meetings-Protokoll, Seminareinladung oder Gebrauchsanweisung für ein komplexes Gerät. Budgets, Gesetze, Verordnungen, gar geistige Diskurse über das Für und Wider bestimmter Methoden und Strategien – keine Zeit zum Lesen. Ein einziger Blick muss genügen. Die Frage ist: gewährt ein solcher 1-Blick auch wirklich 1-Sicht (gesprachen: „Einsicht“)???

Das hausgemachte Übel

Keine Zeit haben ist so etwas wie Management-Bulemie. Jeder Info-Bissen erzeugt geistige Übelkeit und verbales Erbrechen. Statt geistig Sustantielles „zu verdauen“, „kotzt und spuckt“ man irgendwelche Bemerkungen raus. Kenntnis-Magersucht ist die Folge, Das Wissen-Skelett wird brüchig, geistige Muskeln verkümmern.

80 Prozent, zeigen empirische Untersuchungen, aller Hektik, Stress, als untragbar empfundene Belastungen in typischen Büro-, Verwaltungs-, Management-Funktionen und -berufen werden durch Verwirrnis und Schieflagen generiert, die nicht entstanden wären, hätte es keine Fehl- und Falschinformationen, keine Missverständnisse und darauf fußende „blöde“ Entscheidungen gegeben. Wer sich im Frühjahr nicht einige Tage Zeit nimmt, den Garten herzurichten, erlebt ihn den ganzen Sommer als Chaos und wird kaum etwas ernsten. Wer anfangs zu wenig weiß, hat später viel Zeit nötig, die daraus resultierenden Folgen und Fehler wieder wettzumachen. Wir sind also unser eigenes Übel.

Management-Erfolg ist keine Tütensuppe

Wir alle lieben Instant: Pulver nehmen, Wasser drauf, fertig. Kaffee, Suppen, Zementmischung. Ob fast food oder „fertig vorinstalliert“, ob „Stecker rein und läuft“ oder „Installieren - Starten“: wir haben uns längst daran gewöhnt, dass sich unser Dazutun, die Sach- und Fachkenntnisse gegen Null reduzieren lassen. Wir erwarten „plug and play“.

So werden auch in Unternehmungen, den Betrieben, die meisten Maschinen, Systeme, Lösungen gekauft. Aufstellen, Einschalten – Geld verdienen. Das ist der Wunschtraum, selbst wenn er nicht so deutlich gesehen oder explizit ausgesprochen wird. Aber ganz heimlich, im Inneren, hoffen alle darauf.

Gaststätten, die Tütensuppen servieren, werden kaum die Chance haben, sich am Markt zu profilieren. Wer eine ganz gewöhnliche Normalmaschine installiert, auch nicht. Mit Standardsoftware bleibt man Durchschnitt und mit kaufbaren state-of-the-art-Lösungen kann man keinem imponieren und kaum Kunden begeistern. Was diese fasziniert, war, ist und bleibt die Außergewöhnlichkeit des Könnens, des Wissens, die Einmaligkeit von Leistungen und Lösungen. Oder, wie es ein Unternehmensberater kurz und knapp formulierte, das „wow“-Erlebnis.

Vom in den USA lebenden österreichischen Wirtschaftsjournalisten Karl Pilsel stammt diese Mahnung: „Wir haben zu viele ähnliche Firmen, die ähnliche Mitarbeiter beschäftigen mit einer ähnlichen Ausbildung, die ähnliche Arbeiten durchführen. Sie haben ähnliche Ideen und produzieren ähnlich Dinge zu ähnlichen Preisen in ähnlicher Qualität.“ Und er kommt zum Schluss: „Wenn

Sie dazugehören, werden Sie es künftig schwer haben“. Künftig? Sie haben es jetzt schon sehr schwer und in Zukunft wird dies nicht mehr reichen, um zu überleben.

Profi. Profil. Profit.

Wer etwas erreichen will, muss Profi sein – und Profi sein beginnt im Kopf. Auch ein „Hand-Werker“ ist vor allem ein Denker, denn ohne Plan und Wissen, ohne Überlegung und Bedacht wird selten ein gutes Werk entstehen. Profi sein heißt, mental an der Spitze zu stehen.

Daraus kann man ein Profil entwickeln, dass auf dem Markt erkannt und durch seine Leistung, Güte, Charakteristik honoriert (sprich gekauft) wird. Daraus entwickelt sich Profit, Gewinn. Eine andere Reihenfolge wurde bislang nicht beobachtet.

Die Investition in Wissen und Können, business-denglisch Skill, Know-how, brain assets, Team-Intelligenz genannt, ist das Kostbarste, was sich ein Unternehmen (oder einzelner Unternehmer) erarbeiten, aneignen kann. Bedenkt man, dass es in Industriebetrieben normal ist, zwischen 10 und 30 Prozent des Umsatzes in den Erwerb, die Pflege und Wartung von Maschinen und materiellen Anlagen zu reinvestieren, so sind die Aufwendungen, die für „geistige Investitionen“ gemacht werden, zumeist ein sehr, sehr schlechter Witz dagegen. Nicht viele Firmen wenden mehr als 1 Prozent des Umsatzes für Aus- und Weiterbildung, Qualifikation, Qualifizierung, „Gehirnschmalz“ auf – die meisten liegen beschämend weit darunter.

Jeder Euro bringt zigfachen Gewinn

Eine Beobachtung über Jahre, Jahrzehnte hinweg bei Seminaren, Kongressen, Verbandstagungen: Es sind immer dieselben Unternehmen und Personen, die man wiedertrifft. Es sind je länger desto auffallender immer weniger, aber erstaunlich konstant dann die gleichen Betriebe und Namen, die zu den Aktiven und Interessierten gehören. Es sind so gut wie ohne Ausnahme auch die Erfolgreichen, die man bei Qualifizierungsmaßnahmen trifft.

Es ist eben wie bei der Werbung. Ganz naiv könnte man fragen, warum hat es Coca-Cola nötig, Werbung zu machen – man kennt das Getränk doch überall. Antwort: weil der Konzern unaufhörlich Werbung macht, ist er überall bekannt. 1:1 übertragen: Warum gehen die Klugen zur Weiterbildung, sie wissen doch schon viel?! Eben, sie wissen das meiste, weil sie sich ständig weiterbilden.

Und nun schließt sich der Bogen: Nicht zu Bildungs-, Informations-, Qualifikations-Veranstaltungen gehen die allermeisten, weil sie keine Zeit haben. Selbst wenn das Thema hieße „Mehr Zeit für Wesentliches“ – es bliebe wenig besucht, weil ... keine Zeit! Auch wenn es heißt „Besser werden durch mehr Wissen“ – keine Zeit! Lieber beschäftigt man sich von früh morgens bis spät in die Nacht mit all jenem Mist und Frust, Ärger und Wahnsinn, der entstand, weil man keine Zeit hatte, sich rechtzeitig umfassend zu informieren. Ein Wahnsinn, der Methode hat. Eine Methode, die jeder erliegt, der jenseits der „ich bin souverän“-Schwelle angekommen ist. Der längst Opfer seiner eigenen Schwächen wurde.

Wenn Sie also die nächste Einladung zum Seminar, zur Tagung, zum Kongress, zum Kurs, zur eigenen und ihrer Mitarbeiter Qualifikation in den Mistkübel werfen („keine Zeit – viel zu teuer“), denken Sie daran: Es ist nicht das Stück Papier, das darin landet. Es ist ihre eigene Zukunft.