

Management

Warum sich Menschlichkeit im Business rechnet

Von Barbara Kopp · 2. Februar 2022

3

THEMEN **Mitarbeiterführung** Persönlichkeit unternehmensführung

Facebook Twitter LinkedIn Email



© NDABCREATIVITY - stock.adobe.com

In den letzten Jahrzehnten war unsere Wirtschaftswelt stark geprägt von Attributen wie Macht, Ehrgeiz, Logik und Zielorientierung. Was ist daran falsch? Erst einmal nichts. Diese „harten“ Werte haben uns weit gebracht und Wohlstand beschert. Das Wachstum stößt aber an seine Grenzen, wenn wir uns jetzt nicht zunehmend auf „weiche“ Werte fokussieren und damit auf mehr Menschlichkeit im Business.

Der Mensch als größter Hebel für Veränderung

Als Mathematikerin und Ingenieurin komme ich ursprünglich selbst aus diesem Bereich der „harten“ Fakten. Im Lean-Management bei einem Automobilkonzern habe ich jedoch schnell festgestellt, dass wir nur dann wirklich etwas verändern können, wenn wir mit den Menschen arbeiten. Prozesse optimieren sich nun einmal nicht von selbst und nicht ohne die Menschen, die an diesen beteiligt sind. Es ist in vielen Unternehmen bereits ein Wandel zu beobachten, gerade bei vielen Start-ups, aber auch bei einigen etablierten Unternehmen. Für einige klingt Menschlichkeit und Business allerdings noch immer nach einem Widerspruch.

Dabei ist damit nicht gemeint, dass Führungskräfte ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern jeden Wunsch erfüllen oder die ganze Zeit Friede, Freude, Eierkuchen herrschen muss. Im Gegenteil: Konflikte sind wichtig zur Weiterentwicklung und zum Wachstum. Menschlichkeit bedeutet im unternehmerischen Kontext vor allem, das Beste aus den Menschen herauszuholen; die Stärken des Einzelnen zu fördern und zu fördern. Das mag auch für die Angestellten nicht immer angenehm sein, aber langfristig führt es dazu, dass sich niemand verbiegen muss, wodurch wir unser volles Potenzial ausschöpfen können.

Die Werte, die unsere Wirtschaft jetzt braucht, sind „weiche“ Werte

Intuition, soziale Kompetenz, Sicherheit und Emotionen gehören daher zu den immer wichtiger werdenden Werten. Diesen „Werte-Shift“ innerhalb der Unternehmen nicht nur zu erlauben und zuzulassen, sondern auch noch zu fördern, ist für mich ein wesentlicher Aspekt von guter und zukunftsfähiger Kulturentwicklung.

Alle wollen sie – eine gute Unternehmenskultur – daran zu arbeiten und dafür Zeit und vor allem Geld zu investieren steht dann allerdings wieder auf einem anderen Blatt. Dabei hat eine Studie von Heidrick & Struggles aus den USA schon längst gezeigt, dass die Kultur eines Unternehmens und sein wirtschaftlicher Erfolg zusammenhängen. Und nicht nur leicht. Das Wachstum von Unternehmen mit kulturbewussten Chefinnen und Chefs ist mehr als doppelt so hoch als das der anderen. Das Verhältnis lag bei 9,1 Prozent zu 4,4 Prozent.

EXTRA: Schlechte Unternehmenskultur: So beeinflusst sie die Produktivität

Mit Zukunftsworkshops Kulturwandel aktiv steuern

Ein Kulturwandel findet definitiv nicht von heute auf morgen statt. Außerdem ist er nie fertig und findet auch ohne unser Zutun statt. Wir können ihn einfach geschehen lassen oder ihn bewusst steuern, indem wir die Unternehmenskultur besprechbar machen und ins Bewusstsein der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rücken.

Ein gutes Instrument dafür sind Zukunftsworkshops fürs ganze Unternehmen oder für einzelne Teams oder beides. Gerade zu Beginn eines neuen Jahres sinnvoll, um unter Beteiligung aller zu beraten, wie sich das Team oder Unternehmen aufstellen kann, um positiv in die Zukunft zu blicken. Mit Fragestellungen wie

- Was wollen wir zurücklassen?
- Wie wollen wir es stattdessen im neuen Jahr machen?
- Was brauchen wir, um auch in wilden Zeiten erfolgreich zu sein?
- Wie können wir als Team an Krisen wachsen?

Die Antworten können mit Impulsen, Workshops, Break-Out-Sessions, mit Hilfe eines Miro-Boards und anderen digitalen Hilfsmitteln in Teams erarbeitet werden. So ein Zukunftsworkshop lässt sich aber auch für das ganze Unternehmen zu einem virtuellen Festival ausbauen. Dadurch können alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer trotz der noch immer unsicheren Situation mit positiven Emotionen in das neue Jahr starten.

Persönlichkeitsentwicklung als Schlüssel zum Erfolg

Attribute wie Kreativität und Intuition benötigen zur Entwicklung vor allem eins: Raum und Zeit. Wenn die Angestellten von einem Termin zum nächsten hetzen, brauchen sich Führungskräfte nicht über mangelnde Fähigkeiten in dem Bereich zu wundern. Themen wie soziale Kompetenz werden vor allem durch Trainings zur persönlichen Entwicklung gefördert – auf allen Hierarchieebenen. Denn das Wichtigste für einen Kulturwandel ist: Die Geschäftsleitung muss immer bei sich selbst anfangen und ehrlich reflektieren:

- Was sind unsere Ziele?
- Was kann ich dazu beitragen?
- Wie kann ich führen, dass wir die Ziele erreichen?
- Welche Werte benötigen wir dafür?
- Kann ich meinen eigenen Ansprüchen genügen?
- Warum ist dies manchmal so schwer?
- Leben wir wirklich, was wir sagen?
- Wirklich?

In der Persönlichkeitsentwicklung der Einzelnen sehe ich den größten Booster für den gesamten Entwicklungsprozess eines Unternehmens – egal welcher Größe. Das Zukunftsinstitut gibt in seinem Report „Wirtschaft nach Corona“ die Prognose ab, dass nach der Krise ein Teil der Kräfte zurück in das „alte Normal“ strebt. Zurück in die alt-bekanntes Komfortzone, die es allerdings nicht mehr gibt oder in der es zumindest nicht mehr so bequem ist wie zuvor. Wir benötigen daher eine Gegenkraft, die in eine neue Welt aufbrechen möchte. Eine Kraft, die bereit ist, die Unsicherheit auszuhalten.

EXTRA: Future Leadership: Was Führungspersönlichkeit der Zukunft ausmacht

Starke Menschen für eine starke Zukunft

Menschen, die in ihrer Persönlichkeit gefestigt und sich ihrer Stärken bewusst sind, können Unsicherheit viel besser aushalten und bei allen Unwägbarkeiten entscheidungsfreudig bleiben, mit einem positiven Blick in die Zukunft.

Unsere Unternehmen brauchen solche Menschen in Schlüsselpositionen, die Lust haben, neue Wege auszuprobieren und mutig genug sind, Fehler zu machen. Dieses Investment in die Menschen und die Dynamik, die dadurch entsteht, rechnet sich am Ende und schlägt sich natürlich auch in den Unternehmenszahlen nieder – ist aber für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens unbezahlbar.

Der unternehmer.de Newsletter

Die beliebtesten und spannendsten Artikel rund um Digitalisierung, Management und Marketing kostenlos in dein Postfach.

Email Adresse

JETZT ANMELDEN



Barbara Kopp

Barbara Kopp ist Vortragsrednerin, Unternehmensberaterin und Mathematikerin. Sie hat schon zahlreiche Change-Projekte begleitet, u.a. im Lean-Management großer Konzerne. Dabei setzt sie sowohl auf die Prozesse als auch auf die Menschen, als wichtigster Faktor zu ihrer Verbesserung. Dabei stellt sie in ihrer Beratung zur Organisationsentwicklung, in Zukunftsworkshops oder Workshops zur Steigerung der Teamresilienz immer wieder die Frage: Was kann das Unternehmen zu einem positiven Wandel beitragen und was kann jeder Einzelne tun? In ihren Impulsvorträgen und in ihrem Podcast inspiriert sie die Menschen, das Beste aus sich und ihrem Unternehmen herauszuholen.



unternehmer.de

Gratis: Wir benachrichtigen dich bei allen News rund um unternehmer.de. Was willst du nicht verpassen?

- Die besten Artikel auf unternehmer.de
- Brandneue Artikel
- Produktempfehlungen von unternehmer.de
- Rabatte, Aktionen & Werbung unserer Partner

Push-Nachrichten erhalten

Powered by CleverPush / Datenschutz

NEUESTE KOMMENTARE

Andy bei Content ohne Ziel? Vergiss es! 7 Tipps für effektives Content Marketing