



Wertewandel von Aufmerksamkeit, Attraktivität und Wirkung

Veränderungen bestimmen in allen Lebenslagen mehr und mehr unser Verhalten.

Das war im Grunde immer so. Wir waren gewohnt, dass sich alles langsam verändert, berechenbarer ist. Dass die Börse im Herbst anzieht war fast sicher. „Sell in May and go away“ war ein lohnenswerter Ratsschlag mit dem Spekulanten verdienten. Der Wandel hat eine schwindelerregende Geschwindigkeit angenommen. Sehen wir auch die darin enthaltenen Chancen? Nutzen wir konsequent diese zwangsweise neu entstehenden Chancen? Jetzt ist es an der Zeit etwas zu tun, damit uns die

Chancen nicht davonlaufen.

Der Boss eines Computerherstellers meinte schon vor Jahren:

„..... die Geschäfts- und damit die Investitionsplanungen der Kunden können sich täglich ändern.“ Das geht anderen voraus-sichtlich im Maschinenbau heute auch so.

Ein Schweizer Unternehmen entwickelt über Jahre ein super Produkt. Investition in Millionenhöhe werden getätigt. Markttrends erforscht, jahrzehntelange Erfahrung wird eingebracht und trotzdem ist nach dem Markteintritt das

Produkt nicht zu verkaufen - in wenigen Monaten vergessen. Die Lager noch voll bis unters Dach.

Die Betroffenen sind alle MitarbeiterInnen. Sie tragen ihren individuellen Arbeitsanteil, der in Summe den Unternehmenserfolg und -misserfolg ausmacht.

Wertewandel ist angesagt.

In vielen Situationen ändern Werte ständig ihre Bedeutung. Eine Momentaufnahme von Aufmerksamkeit, Attraktivität / Faszination und Wirkung verdeutlicht das.

Aufmerksamkeit:

Ein gut gemeinter Rat, sich bedeckt zu halten und abwartend auf das Geschehen zu reagieren, führt heute oft zum Stillstand.

Aufmerksamkeit ist heute extrem wertvoll. Das Beispiel des vorgenannten Unternehmers zeigt, dass das Produkt am Markt keine Aufmerksamkeit erreichte und somit erfolglos blieb. (Nur am Rand bemerkt, ist der Chef dieses Unternehmens immer noch überzeugt, dass WEB 2 mehr Unsinn als Sinnvolles hervorbringt).

Auch der Mitarbeiter, der seine Arbeit gut macht wird aufmerksam zur Kenntnis genommen. Noch mehr Aufmerksamkeit gewinnt er oder sie, wenn aussergewöhnliche Ideen, Neuerungen oder Impulse entstehen. Ja, selbst wenn Fehler gemacht werden. Bei einem Forum wird einem sehr erfolgreichen Unternehmer die Frage gestellt: „Was tun Sie, wenn im Mitarbeitergespräch behauptet wird das ganze Jahr keinen Fehler gemacht zu haben!“ Der Unternehmer spontan: „Diesen Mitarbeitenden muss ich sofort entlassen. Entweder hat er das ganze Jahr nichts gemacht – also auch keine Fehler oder er lügt. Beides sind ausreichende Gründe für eine Trennung.“

Führungskräfte mit einer verantwortungsbewussten Fehlertoleranz erzeugen positive Aufmerksamkeit. Sie begeistern ihr Team und motivieren wenn sie einen gemeinsamen Horizont aufzeigen können. Lenkung und Führung vereinfachen sich frei nach Antoine de Saint-Exupery: „Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern zeige einen Horizont auf und wecke Lust und Leidenschaft diesen zu erreichen.“

Attraktivität / Faszination:

Erfolgreiche Unternehmen und Persönlichkeiten verstehen diese Karte der Attraktivität und Faszination gekonnt zu spielen. Hand aufs Führungskräfteherz: Wer hat im Mitarbeitergespräch schon mal die Frage gestellt: „Was fasziniert sie an ihrem Job? An unserer Firma? An unseren Produkten?“ Hoch engagierte



Mitarbeitende wissen darauf sofort eine Antwort! Nach dem Engagementsindex - Studie von Gallup - sind das leider nur ca 15%. Die Herausforderung der Führung muss es sein diese 15% auf mindestens 20% zu steigern.

„Immer wenn ich mit Lust und Leidenschaft einer Sache nachgehe, bin ich attraktiv und faszinierend“, so die Künstlerin Ria Falken. Dem ist nichts hinzuzufügen.

Wirkung:

Ein Projektleiter startet beim Kick Off zum Projekt mit einer faszinierenden Geschichte. Alle Beteiligten, das Projektteam und die Mitarbeitenden am Rande, kommen nicht umhin diesem Projekt angemessene Aufmerksamkeit zu zollen. Die Wirkung auf den Erfolg ist unvermeidlich.

Diese „faszinierende“ Geschichte kann ganz einfach sein. Wenn sie ein Gebrauchtmöbelgeschäft eröffnen, können sie über den Eingang auf ihr Firmenplakat schreiben: Gebrauchte Möbel Markt oder MÖBEL MIT GESCHICHTE - was sicher andere Wirkungen erzeugt.

Eine Bewerberin stellt sich bei der Firma vor, indem sie ihre Erwartungen mit der Firmenvision in eine attraktive Geschichte verpackt. Sie wird zum Interview eingeladen. Beim Personalleiter und der Fachabteilung erreicht sie die Wirkung, die 29 andere Bewerberinnen auf die hinteren Plätze verweist.

Auf eine Formel gebracht:

Aufmerksamkeit + Attraktivität = Wirkung!

Wie intensiv uns diese Werte erhalten bleiben oder gar verändern entscheidet der Wandel – die Veränderung um uns herum.

Genaugenommen kennen wir Wandel ganz gut. Wir müssen uns nur daran erinnern wie wir damit positiv umgehen. Wandel war schon immer. Er ist nur etwas anders – schneller und umfassender und vielleicht heftiger geworden.

Die Einstellung mit Veränderungen zu gewinnen muss das Ziel sein.

Entscheidend für Erfolg oder Misserfolg, Gelingen oder Misslingen ist heute stark davon abhängig, wie der betreffende Wandel – Veränderung gemeistert wird. Das gilt für Unternehmen und deren Menschen. Die Einstellung dazu wird die Ergebnisse massgeblich beeinflussen.

Kontakt

Theo H. Koch

Dipl. Ing (FH)



A&E Institut Theo H. Koch

Anerkennungskultur und Einstellung tunen
Kirchstrasse 15
CH-8274 Gottlieben

Tel. +41 (0)78 851 04 59

mentor@powerchance.ch

www.theokoch.net ; www.disgprofil.ch