

PRESSETEXT

Krisenmanagement in Unternehmen vernichtet, was es retten soll

Freiburg, Juli 2010. Unternehmenskrisen oder rückläufige Zahlen lösen fast immer dasselbe Szenario aus: Verarbeitung des ersten Schocks im Management, danach Kosten runter, Organisation verschlanken, Stellen abbauen, innerbetrieblich Krisenstimmung verbreiten, Jammern, Panik, Hektik. Führung wird zum Notfallmanagement. Das Management orientiert sich ausschließlich an Zahlen, reagiert nervös und zerstört damit ein Kultur- und Leistungsniveau, das bis zu dem Zeitpunkt in mühsamer Kleinarbeit Schritt für Schritt errungen worden war.

Die Auswirkungen sind sofort spürbar. Lang erarbeitete Werte wie Vertrauen, Wertschätzung und Zusammenhalt werden auf Null gefahren – Mitgestaltung unerwünscht! Plötzlich ist es wieder da, das Gefühl, als Mensch nicht wichtig zu sein, sondern nur noch als Produktionsfaktor. Verunsicherte Mitarbeiter sprechen untereinander und mit Kunden über ihre und der anderen Verunsicherung. Es herrscht Einigkeit. Alles geht den Bach runter. Rette sich, wer kann.

Traditionelle Krisensteuerung vergrößert die Kulturschäden

Das Procedere muss man sich vorstellen wie einen plötzlichen Regensturz auf der Windschutzscheibe bei hoher Geschwindigkeit auf der Autobahn. Noch bevor Scheibenwischer und Licht eingeschaltet werden, um danach einfach nur den Fuß vom Gas zu nehmen und mit höchster Konzentration weiterzufahren, geht es als Erstes mit voller Wucht auf die Bremse. Der Hintermann knallt auf. Der nächste

ebenso. Alle sind sich einig, dass es der urplötzliche Regensturz war. Mit dem Wetter hat das nur am Rande zu tun. Dass das zerbeulte Auto nicht mehr dasselbe ist wie vor dem Unfall, hat der Fahrer zu verantworten. Nicht das Wetter.

Diese Krisensteuerung hat in vielen Firmen gravierende Kulturschäden hinterlassen. Basierend auf dem Missverständnis, dass man Unternehmenskultur durchaus vorübergehend aussetzen könne, um das Unternehmen vor dem Schlimmsten zu bewahren. Vor dem Schlimmsten bewahren? Kulturstörungen sind das Tragischste, was man sich in einem Unternehmen vorstellen kann. Wenn über viele Jahre gepflegte Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit, Nachhaltigkeit und Ethik von heute auf morgen geopfert werden, dann wird damit ein Flurschaden angerichtet, der so schnell nicht reparabel ist.

Souveränität der Führung statt Kosten-Panik

Notwendig wäre ein anderes Vorgehen: den Menschen Mut zu machen, den Menschen die Botschaft zu senden „wir schaffen es!“, den Menschen zu beweisen, dass Zusagen, Werte, Glaubwürdigkeit auch in schwierigen Zeiten – und hier sogar in besonderer Weise – zählen. Man fährt besser, wenn man den Mitarbeitern über die Führungskräfte vermittelt: „So ist die Lage, das müssen wir schaffen“, um sie sodann zu fragen: „Welche Ideen haben Sie, wie wir es möglichst schnell schaffen?“ In alte Muster zurückzufallen, nur weil die Lage von einem auf den anderen Tag ein bisschen unbequemer wird, ist nicht gerade ein Zeugnis von souveräner Führung.

Es ist nicht die oberste Aufgabe der Führung, Kosten zu reduzieren, wenn's mal eng wird oder die Wirtschaft ein bisschen wackelt. Es ist alleroberste Aufgabe der Führung, Visionen mit Überzeugungen zu unterfüttern, die hoffnungsgebende Gedanken auslösen. Es ist alleroberste Verantwortung der Führung, auf kulturvernichtende Kurzfristinterventionen zu verzichten.

Weitsichtige Unternehmer und kluge Manager spüren Probleme auf. Wenn sie fündig geworden sind, suchen sie nicht, wie allgemein üblich, nach Schuldigen. Sie suchen nach Lösungsexperten, immer mit der Frage: „Welche Meinung haben Sie zur Lösung folgenden Problems: ...“? Um die Probleme zu lösen, bilden sie Teams aus zweierlei Menschen, aus Kompetenzträgern und aus Lernenden. Alter, Zugehörigkeit, Hierarchiestufe, das alles spielt dabei keine Rolle. Jedes Team besetzen sie mit einem deutlichen Übergewicht an Kompetenzträgern. Kompetenzträger sind keine Würdenträger, sondern Menschen, die ihr Fach im Schlaf beherrschen.

Kommunizieren Sie als Führungskraft die Vision des Unternehmens und leben Sie seine Werte. Leiten Sie Führungskräfte an, den Mitarbeitern größtmögliche Verantwortung und Freiräume zu geben. Bemessen Sie den Freiraum einzig und allein nach Können. Investieren Sie Ihre Zeit nicht in end- und wirkungslose Konferenzen, sondern stattdessen in Gespräche mit Frischdenkern.

Höchstleistungen werden inspiriert, nicht administriert

Eine Krise ist die beste Chance für Topmanager, sich vor den Augen ihrer Mitarbeiter als Management- und Leadership-Profi zu erweisen. Unterscheiden Sie sich vom Durchschnitt der Unternehmer dadurch, dass Sie mit den Menschen in Ihrer Firma einfühlsam, freundlich und verbindlich umgehen, in Ihren Sachanforderungen dagegen ausgesprochen scharfkantig sind. Verlangen Sie stets das Beste. Bei Qualität, Güte, Service und Dienstleistung sind keine Kompromisse tolerierbar. Denken Sie in der Wirtschaftskrise weder an Entlassungen noch an Kostendumpingprogramme. Stattdessen kommt es darauf an, die Kräfte mehr als je zuvor zu bündeln. Wer Bestleistung will, muss sich fragen, wo er die Topergebnisse hernehmen will. Durch das Strapazieren immer neuer Management-Tools ganz sicher nicht, denn die sind immer von gestern und ein Zeichen dafür, dass man keine Vision und keine Innovation im Kopf hat. Das, was dabei herauskommt, ist Administration, nicht Inspiration.

Es geht heute nicht mehr um bloße Veränderungen in Unternehmen. Die Zeit mit sinnigen und unsinnigen Manövern haben wir hinter uns. Es geht mit Blick in die Zukunft einzig und allein um Fortentwicklung auf Basis eines gesunden Kulturdenkens in den Firmen. Wer Mitarbeiter inspirieren will, muss mehr bieten als Geld. Er muss einen von Vertrauen, Verlässlichkeit und Wertschätzung getragenen kulturellen Rahmen schaffen. Eine Unternehmenskultur gilt im Sinne von Höchstleistung dann als gesund, wenn jeder in ihr mit dem Gefühl arbeitet, sein Bestes geben zu können – wie in der Ausübung seines Hobbys. Das ist Leistung aus Kultur!

Ansprechpartner für die Presse

Andrea Fischer

SAAMAN AG

Munzinger Straße 5 a

79111 Freiburg

Tel.: 0761.21 68 0 - 0

Fax: 0761.21 68 0 - 29

presse@saaman.de