

Montag, 11. Juni 2012

Erfolg ist ein Puzzle mit mindestens 1000 Teilen.

Hier die ersten etwas über 100 Teile.

Idee. Menschen. Umsetzung. Leidenschaft. Können. Liebe. Glaube. Überzeugungskraft. Involvement. Warum. Motivation. Haltung. Wertschätzung. Name. Begehrt. Kritikfähig. Verbundenheit. Details. Inspiration. Bekanntheit. Einfach. Vorteil. Nutzen. Material. Beschaffenheit. Design. Einblick. Intuition. Deckungsbeitrag. Klang. Mannschaft. Logo. Führungskraft. Standort. Mitarbeiter. Verbesserung. Ästhetik. Kommunikation. Glaubwürdigkeit. Wachstum. Lösungen. Aufwand. Herstellung. Identifikation. Form. Stärken. Verantwortung. Technologie. Fertigung. Wirklichkeit. Vertrieb. Gemeinsamkeiten. Verständlich. Denken. Verwaltung. Hingabe. Geduld. Zeit. Ort. Gewinn. Kapital. Land. Glück. Erklärung. Claim. Experten. Preis. Kennen. Logik. Story. Mitreißen. Ordnung. Beliebt. Geschichte. Entwicklung. Vorausschauend. Bedenken. Werbung. Fähigkeit. Überblick. Wahrheit. Hören. Vorstellungskraft. Berechnung. Geld. Verbesserungsfähig. Binden. Geruch. Geografie. Anleiten. Energie. Klarheit. Timing. Text. Lernen. Fehler. Fachleute. Wertvoll. Plan. Stärken. Disziplin. Sehen. Individualität. Kreativität. Ratio. Netzwerk. Gemeinschaft. Positiv. Engagement. Handlungsfähigkeit. Anpacken. Kaffee. Entscheidungskraft. Werkstoff. Chancen. Interessen. Sinn. Geschmack. Bedarf. Bereitschaft. Vertrauen. Sprache. Qualität. Bedürfnis. Freiheit. Management. Wissen. Bilder. Belohnung. Farbe. Anerkennung. Begeistern. Erneuerung. Weitblick. Bewunderung. Wert. Trennen. Innovation. Emotion. Einstellung. Loslassen. Ablauf. Kultur. Größe. Ethik. Unternehmen. Gefühl. Moral. Wirkung. Orientierung. Positionierung. Angst. Lust. Spaß. Anpassung. Kontrolle. Prinzipien. Kunst. Technologie...So einfach ist Erfolg, wenn man alle Teile richtig zusammenfügen kann - zügig natürlich. Los geht's. Man muss schon alle beherrschen, sonst wird das nichts mit dem Erfolg.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 10:19

Dienstag, 17. Januar 2012

Wer ans Ziel kommen will, muss gedanklich die Richtung wechseln.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 14:56

Mittwoch, 31. März 2010

Nichts wird wieder so wie früher. Trotzdem. Oder erst recht.

Es verwundert mich mehrmals am Tag, wie oft Menschen mir das Gefühl vermitteln, sich nicht mit der Zukunft beschäftigen zu wollen. Und mir lieber verdeutlichen, dass sie darauf warten, dass alles wieder so wird wie früher. Es ist wie in einer Beziehung, die kurz vor dem Scheitern steht. Anstatt den Blick nach vorne zu richten, schwelgen beide in der Vergangenheit und verzweifeln, warum es nicht mehr so ist wie früher oder wieder so wird. Fassungslos stehe ich diesem Ansinnen gegenüber. Zudem verspüre ich immer weniger Lust, diese Lust auf die Zukunft zu versprühen. Denn wenn man das zu oft macht, lebt man auch zu wenig im Jetzt. Und eigentlich ist nur eine wirklich Wirklichkeit, das Jetzt. Aber wem schreibe ich das? Dabei ist es klar wie Klossbrühe, dass nichts mehr so sein wird wie früher. Und um so länger man diesem Wunsch hinterher hängt, umso mehr verpasst man im Jetzt und um so weniger ist man auf die Zukunft vorbereitet. Aber wie überzeugt man Menschen, bei denen vor langer Zeit alles so toll lief. Die nur aus und in der Vergangenheit leben. Die noch heute von dieser Vergangenheit zehren. Eventuell – gar nicht. Das ist wie bei Menschen, die zu viel Geld und zu viel Macht haben. Die sind auch immer überzeugt, die Wahrheit zu kennen. Die wissen immer, wie alles richtig geht. Das Verschieben von Realitäten scheint ein menschlicher Volkssport zu sein. Das Leben in anderen Wirklichkeiten ebenso. Aber nichts bewegt Menschen da raus. Nichts. Es hat uns niemand beigebracht, wie man in der richtigen Zeit lebt. Nur wie man in der richtigen Zeit schreibt – Zukunft, Gegenwart und Vergangenheit. Aber in welcher man lebt, das hat nie jemand thematisiert. Ich treffe berufsbedingt ständig auf Menschen, deren Prägung einige Zeit zurückliegt. Das, was sie heute machen, haben sie vor mehr als 10, eher 20 Jahren gelernt. Vieles davon passt nicht mehr in die heutige Zeit. Na und. Der Mensch hat die unglaubliche Fähigkeit, mit dieser Einstellung die Dinge lieber vor die Wand zu fahren und dann sofort Schuldige auszumachen. Anstatt sich dieser schönsten und spannendsten Herausforderung des Lebens täglich zu stellen: Wie geht es weiter? Was kann ich tun? Was verändern? Was verbessern? Was sollte ich tun? Was lassen? Der Mensch ist nun mal ein Gewohnheitstier und er hasst insgeheim nichts mehr als die Veränderung. Die macht ihm sogar Angst, obwohl sie trotzdem geschieht und zwar jeden Augenblick.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:43

Donnerstag, 25. März 2010

Das wahnsinnige Rennen

Wer noch Arbeit hat, dem fällt in einem der wenigen stillen Momente auf, das ist alles der Wahnsinn. Morgens begrüßen einen 134 unbeantwortete Mails. 70% haben den Status besonders wichtig vom Absender verliehen bekommen. Am selben Tag erwarten einen 4 Meetings. Zudem muss noch die eigentliche Arbeit erledigt werden und einiges vorbereitet, überarbeitet und nachbereitet werden. Auf dem Handy erblickt man 8 Anrufe in Abwesenheit. Zum Glück 6 anonym. Zwischendurch streckt jemand den Kopf zur Tür rein „Hast Du mal 2 Minuten Zeit?“. Eigentlich wollte man heute zeitig raus, mal mit den alten Herren kicken gehen. Oder mit dem Sohn ins Kino gehen. Oder mit der Frau. Aber eigentlich weiß man schon Morgens, dass man es Abends nicht schafft. So kann man aber keinen Tag beginnen, in dem man denen, die man am liebsten hat, mit einer Absage begrüßt. Das wäre ein schlechter Einstand für den Tag. Somit lieber die Hoffnung keimen lassen, es könnte klappen. Die Brille ist seit 2 Wochen kaputt, der Bügel fällt immer raus. Eigentlich müsste man dringend zum Optiker. Getränke müssten eingekauft werden und dann ruft auch noch ein Freund an. Jetzt ganz schlecht. Die Familie und die Freunde genießen tagsüber einen besonderen Status, die Unsichtbaren. Plötzlich wieder Terminänderungen. Da fällt was aus. Da kommt gleich was rein. 211 unbeantwortete Mails. Das mache ich heute Abend, wenn alle im Bett sind. 22 Anrufe in Abwesenheit. Und ein paar wichtige Nummern darunter. Schnell abtelefonieren oder besser eine Mail schreiben. Essen, ich wollte doch was essen. Ich habe doch eigentlich Hunger gehabt. Aber jetzt ist es schon zu spät, Essen fällt aus. Kaffee und Wasser müssen das bis heute Abend schaffen. Oh mein Gott, die Post, ich hatte die Postmappe ganz vergessen. Ist was dabei? Ich meine, was meine sofortige Aufmerksamkeit benötigt? Wann schreibe ich bloß die Präsentation? Wann habe ich mal 20 Minuten für mich, alles das zu erledigen, was ich früher in 8 Stunden mir ausdenken konnte? Sogar das auf Toilettette gehen stört. Sogar dafür hat man nicht wirklich Zeit. Und dann die blöden Witze über Urlaub, Geld und Krankheit. Ständig geben einem alle das schlechte Gefühl, Krankheit wäre Absicht, um alle anderen zusätzlich zu belasten. Und mit dem Urlaub verhält es sich ähnlich. Dann tun sie immer so, als ob man Unsummen verdient und im Geld schwimmen würde. Blödsinn. Ach, ja Scheiße, die Steuernachzahlung. Mist, geblitzt worden, nachts auf der dreispurigen leeren Autobahn, da stand 80 und ich wollte nur noch ins Bett und bin so 120 gefahren – Blitz – hatten sie mich. Nachts auf einer einsamen Autobahn. Das muss ich auch noch erledigen. Meine Frau ruft an wegen des Friseurtermins. Nächste Woche Dienstag um 12.00 Uhr – ja, ja, das bekomme ich schon hin. Und sie gibt mir die Planungen für das Wochenende durch. Mein Sohn hat ein Fußballturnier, 8:00 Uhr Treffen am Sportplatz. Wann komme ich bloß dazu, die Präsentation zu schreiben? Ich mache das einfach am Sonntag. Sonntag muss ich einfach mal 2 Stunden für mich finden. Es ist schon wieder nach 18:00 Uhr. Fuck, mein Sohn ruft an. Wie ich das hasse. Schon mal Mails löschen. Alles was cc ist, raus damit. Irgendwie habe ich den ganzen Tag etwas getan, aber nichts hat sich wirklich bewegt, nichts ging los, oder hörte auf. Nichts. Und vor mir wird alles immer mehr und immer schneller. Zu Hause habe ich jetzt auch schnelles Internet. Ich bin immer und überall erreichbar. Alles erreicht mich. Eigentlich müsste ich meinen Job machen. Aber es ist schon lange nicht mehr der Job, wo ich dachte, dass ich ihn erledigen muss. Ich muss Politik zu allen Seiten machen. Ich muss clever sein. Vorausschauend. Mein Netzwerk pflegen. Immer im Augenwinkel beobachten, was um mich herum passiert. Gespräche führen. Loben. Kleine Gefälligkeiten. Aber auch mal dazwischen hauen. Im Prinzip habe ich eine wichtige Präsentation zu halten. Von der einiges wie immer abhängt. Aber ich komme nicht dazu. Das System lässt mich nicht dazukommen. Time Management – dass ich nicht lache. Ich soll reduzieren, konzentrieren und nicht alles tolerieren. Weglassen, was nicht nötig ist. Nichts anpacken, was andere machen sollen. Ich muss mich einfach an das Gefühl gewöhnen, dass man die Arbeit nicht schafft. Dass man seinem Anspruch nicht gerecht wird. Dass man auf immer mehr verzichten muss. Das scheint der Normalzustand. Ständig wundere ich mich darüber, was noch alles gelingt und klappt. Was man alles improvisiert und dann auch noch funktioniert. Ich glaube, der Weg im Business ist ein anderer, als alle gelernt haben. Alles hat sich längst überholt. Nichts von dem, was man an Werkzeugen mit auf den Weg bekommen hat, wendet man noch an. Eigentlich sollten mich keine Mails erreichen. Und keine Anrufe. Dafür sollte es einen Service geben. Eine Filter aus echten Menschen. Man dürfte gar nicht mehr so an mich heran. Da draußen müssten Menschen die Dinge ausarbeiten, zu denen ich nicht mehr komme. Man müsste die ganze Technik anders nutzen und einsetzen. Und neue Jobs gestalten, die uns allen die Arbeit ermöglichen. Und dass ich es geschafft hätte, mit meinem Sohn ins Kino zu kommen. Und auf dem Weg ein paar Blumen für meine Frau zu kaufen. In aller Ruhe 20 Minuten mit einem Freund zu telefonieren. Mich intensiv mit meinen wesentlichen und wichtigen Aufgaben zu beschäftigen. Dabei einen guten Kaffee trinken. Mittags gesund Essen zu gehen. Eigentlich müsste alles anders sein, als es ist, um das zu erzielen, was wir uns vornehmen. Aber das Rennen geht weiter. Alle rennen. Immer schneller. Immer mehr. Keiner bleibt stehen und schreit laut: Stopp. Warum rennen wir eigentlich? Oder wie jemand mal erzählt, als der Jungbulle mit seinem Vater auf einem Hügel stand und da unten im Tal diese vielen schönen Kühe stehen sah. Und der Jungbulle freudig schrie: Vater, lass uns runter rennen und eine von ihnen ficken. Und der Vater entgegnete: Lass uns langsam herunter gehen und sie alle nehmen. Warum rennen wir und schaffen so wenig? Wenn wir gehen und viel mehr

erreichen könnten? Wir sind verrückt. Bemerkung: Dieser Text ist keine Beschreibung meines Lebens. Sondern eine Beschreibung des Lebens von Menschen, die ich kenne. Das soll keine Ausrede sein, sondern ich wollte die Chance wahrnehmen, es mal öffentlich darzustellen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 20:11

Montag, 8. März 2010

Ein einfaches Beispiel: Brösel oder Backmischung?

Diversifikation. Das Problem. Vor nicht all zu langer Zeit haben alle gepredigt, den Markt, die Branche und das Produkt zu segmentieren. Somit gab es früher z.B. einen bzw. nur ein paar Joghurts im Kühlregal. Jetzt ist nicht mal mehr genügend Platz für die vielen Joghurts. Ein Markt hat eine Größe. Ein Kuchen. Der Kuchen. Wenn dieser Markt einem gehört, dann hat der kein Interesse am segmentieren. Gehört der Markt aber vielen, dann wollen alle etwas von dem Stück Kuchen. Und somit werden die Stücke kleiner und kleiner. Bis nur noch Krümel bleiben. Für viele innerhalb des Marktes zu viel zum sterben und zu wenig, um zu überleben. Der Weltmarktführer in Sachen Schrauben wechselt fast stündlich, denn dieser hat nicht mehr als 5% Marktanteil. Und dieser Anteil wird immer kleiner, weil die Segmentierung immer weiter voranschreitet. Früher gab es Segmentierungen, die man noch nachvollziehen konnte, wie beim Fernsehen, da sollte es ein Sportfernsehen geben, ein Kinderfernsehen, ein Kulturfernsehen. Aber alle anderen Sender segmentieren nur einen bestehenden Markt und unterschieden sich dabei nicht einmal wirklich, dasselbe nur kleiner und auf viele mehr verteilt. Aber jeder möchte vom Kuchen, vom Marktanteil, so viel wie möglich abhaben. Diese Strategie ist wie fast alles menschliche Denken – endlich. Und das Ende der Segmentierung steht wie großer unübersehbarer Monolith vor uns. Es gibt zu schnell, zu viel von allem. Somit ist nicht genug Kuchen für die Marktteilnehmer da, sondern nur noch Krümel. Das hat zur Folge, dass auch alle an einem Markt beteiligten vom Staub der Krümel leben müssen. Das geht nicht. Und dieses "das geht nicht", erleben wir überall. Was als Freiheit und somit als freie Marktwirtschaft, als Kapitalismus, gut gedacht war, ist nun schlecht gemacht worden. Der Wettbewerb lässt schon lange nichts Neues mehr entstehen. Für etwas Neues ist kein Geld da und das Risiko ist zu groß. Dasselbe wird nicht mal mehr anders gemacht, sondern nur noch billiger und wenn überhaupt, nur anderes distribuiert. Wir haben uns alle blenden lassen von Eroberungsmärkten und wollten die nahenden gesättigten Märkte nicht sehen und welche Folgen das für uns alle hat. Der Markt der Medien ist längst zu einem Monster geworden, der schon lange nicht mehr auf Nachrichten wartet, sondern diese lieber selber produziert. Die Wirtschaft hat sich mit der Strategie der Segmentierung nicht an das Wichtigste gehalten – das Gesetz von Angebot und Nachfrage, sondern nur am Unwichtigsten orientiert, an den Marktanteilen. Man hat sich blenden lassen von einem Konsumverhalten, das ausschließlich so hoch war, weil es Eroberungsmärkte waren. Das ist so, als ob man von außerordentlicher Kochkunst ausgeht, wenn man hungrigen Kindern Brote schmiert. Der Bedarf war so groß, dass die Ausführung unwichtig war. Aber alle feierten sich und die Segmentierungen. Und diese Segmentierung macht ein Gewinnbestreben für produzierendes Gewerbe fast unmöglich bis unmöglich. Also müssen die dazu übergehen, nicht mehr mit dem eigentlichen Produkt Geld zu verdienen, sondern mit anderen Aspekten. Somit ist der eigentliche relevante Nutzen nicht mehr tragfähig und es muss ein Mehrwert her. Die größten Industrien verdienen ihr Geld schon lange nicht mehr mit dem Produkt und der Dienstleistung, welche da im Vordergrund steht. Somit ist das Modell der Segmentierung ein temporäres und ein dummes zugleich. Dasselbe nur anders, schneller und billiger zu machen ist nicht von Dauer. Vor allem nicht von Wertschöpfung gekrönt. Somit werden diese Wirtschafts- und Unternehmensmodelle nun scheitern. Und aus dem Scheitern erwachsen aus Krümeln, die da zusammengeschlossen werden, wieder Kuchenstücke. Ob man an diesen wieder Geld verdienen kann, das steht noch im Raum. Denn in der Regel sind solche Märkte in der Werthaltigkeit so vernichtet worden, dass auch neue Größe nichts mehr ausrichten kann. Somit muss ein Ausweg aus der Segmentierung her. Es ist nicht hilfreich, wie in der Automobilbranche, die unter derselben Krankheit leidet, nun mit Geld versucht wird, genau diese Segmentierung aufrecht zu erhalten. Ein Sterben der Hersteller wäre für die Märkte und die Option, wieder Geld zu verdienen, wesentlich größer. Die logische und natürliche Gegenbewegung zur Segmentierung nun aufzuhalten, nur um Arbeitsplätze zu erhalten, verlängert das Sterben nur und macht es in der Wahrnehmung nur schmerzhafter. Somit wäre es schlauer, sich von vielem zu verabschieden und der Wirtschaft mit auf den Weg zu geben, dass alles, was nicht Segmentierung ist, sonder eine Stand Alone Lösung, einen eigenen großen Kuchen anbietet. Eine Zeitlang zumindest, in der man schon wieder das nächste Fass aufmachen kann. Es ist schlau, sich frühzeitig aus Märkten zu verabschieden, die anfangen zu bröseln. Und es ist schlau, in Märkte zu investieren, die wie eine eigene Backmischung des Weges kommen. Denn wie sage ich immer: Wenig von viel kann sehr viel sein oder zu wenig. Viel von wenig zu haben, kann zum selben Ergebnis führen. Was aber nie lügt, ist das, was unter dem Strich dabei rauskommt. Wenn das nur noch positiv zu gestalten ist, wenn man die Grenzen der Wirtschaftsmoral und -ethik längst überschritten hat und täglich weiter überschreiten muss, dann ist es wirklich Zeit zum umdenken. Das muss man sich und der Umwelt wirklich nicht antun. Diese Zeit und diese Energie kann man auch anders und besser investieren. Somit stellt sich die Frage – bröseln Sie noch oder backen Sie schon?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:20

Montag, 8. Februar 2010

Es gibt immer Gewinner

Egal, welche Zeit gerade ist, in welcher Situation man gerade steckt. Eine Wirtschaft. Eine Gesellschaft. Egal, wie gut oder schlecht es gerade läuft. Wo es Verlierer gibt, gibt es auch Gewinner. Verblüffen kann nur das Verhältnis. Dieses ist oft nicht gleich, sondern stark verschoben. Man hat das Gefühl, dass auf viele tausend Verlierer ein Gewinner kommt. Das sind die Nebenwirkungen unseres Systems, das alles optimiert und das am liebsten alles mit Reduzierungen bewerkstelligt. Wer immer mehr Gewinn machen will, kann das nicht ewig aus Wachstum generieren. Irgendwann kommt der Punkt, an dem Märkte gesättigt sind. Die Gabe, auch in gesättigten Märkten mit Innovationen für immer neue Impulse zu sorgen, ist ein sehr seltenes Mittel, das nur vereinzelt zum Einsatz kommt. Der große Rest macht das, was er am besten kann: sich den Gewinn ersparen. Und zwar am besten und am liebsten da, wo es einen selbst nicht betrifft. Das heißt, die Entwicklungskosten, die Herstellungskosten, die Betriebskosten, die Marketingkosten, die Vertriebskosten, die Versandkosten, die Personalkosten, die Rohstoffkosten, die Bestandskosten, die Energiekosten ... alle Kosten, die als Kosten erfasst werden, weit zu verringern – weit über den Punkt hinaus zu verringern, der für uns zu denken möglich ist. Es ist wie ein Kartenhaus, aus dem man einzelne Karten herauszieht, immer mehr und mehr. Das Wunder ist nur, dass so viele Karten aus dem Kartenhaus gezogen wurden und werden, dass dieses offensichtlich längst hätte zusammenfallen müssen. Aber es fällt nicht. Warum, weiß ich nicht. Es fällt nicht zusammen. Warum fällt es nicht zusammen?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Montag, 18. Januar 2010

Unwissenheit schützt vor Fehlern nicht

Die meisten haben genau genommen keine Ahnung vom Internet. Wie auch? Den ganzen Tag bei der Arbeit und dann steht noch eine Menge mehr auf der Liste. Bitte wann und wo soll man sich mit dem Medium intensiv auseinandersetzen? So wundern sich die meisten, was da einige treiben. Die skypen, twittern, googeln, bloggen und machen wer weiß was. Man kann es den meisten Menschen nicht verdenken, dass sie keine Ahnung haben und schon völlig begeistert sind, wenn sie bei Amazon ein Buch bestellen können oder sich das Wetter der nächsten Tage ansehen. Somit scheint es eine große Diskrepanz zu geben zwischen den Vielen, die sich nicht auskennen und den Wenigen, die sich unglaublich gut im Internet auskennen. Es ist wie immer. Damals konnten die meisten keinen Videorekorder programmieren. Das konnten nur ganz wenige. Alles was technologisch und in der Entwicklung ziemlich weit vorne rangiert, ist der Masse völlig unbekannt oder nur in kleinen Teilen. Aber das bleibt nicht immer so. Zwei Generationen weiter, ist das alles selbstverständlich. Zwei Generationen sind aber nicht mehr 50 Jahre, sondern 10. In 10 Jahren lachen sich viele kaputt darüber, was heute der Stand der Dinge ist. In 10 Jahren ist technologisch so viel passiert und hat sich viel verändert. Somit muss man der Entwicklung nicht folgen, wenn man ungefähr 10 Jahre davor ist, sich aus einem Gebiet auszuklinken. Aber sollte es über den Zeitraum hinausgehen, dann steht man ganz schön blöd und mit leeren Händen da. Das Beeindruckende ist, wie schnell der Wandel sich vollzieht. Alle, die jetzt 10 Jahre alt sind und in 10 Jahren somit 20 Jahre alt sind, haben völlig andere Gewohnheiten als Menschen, die heute 50 Jahre alt sind und in 10 Jahren somit 60 Jahre sind. Herausforderung wird es sein, dass diese Menschen sich in der entwickelten Welt zurechtfinden und bewegen können. Das wird eine sehr große Aufgabe. Was den neuen Generationen mit in die Wiege gelegt wurde, bleibt der älteren fast völlig verborgen. Somit sind gravierende Managementfehler wie bei Quelle nicht zu vermeiden. Ich gehe sogar weiter, dass auch Politik, Medien und Religion hier sehr große Fehler machen und nicht Schrittmacher der Entwicklung sind, sondern Blindgänger oder sogar Bremser. Die Dimension der Entwicklung führt sich keiner vor Augen, weil es sich keiner vor Augen führen kann. Denn zum einen fehlt die Zeit und zum anderen das Verständnis. Somit sind Fehler vorprogrammiert. Interessant wird die Kommunikationslücke, die entsteht zwischen Botschaften, die auf alten Wegen niemanden mehr erreichen werden und neuen Botschaften, die in aller Munde sein werden. Die Macht der Manipulation, der Beeinflussung, der Meinungsmache, der Meinungsbildung wechselt komplett den Absender. Und wer will die Zurückgebliebenen, die ewig Gestrigen, die Befürchter, die Bewahrer, die Zögerlichen, die Bedenkenträger in der anderen neuen Welt. Denn in der neuen und anderen Welt des Internets, ist man da, angekommen, akzeptiert, man ist wer, stellt was da, hat was zu sagen und zu zeigen. Man ist nicht anonym, man gehört zusammen. Die Größe, Intensität und Geschwindigkeit, in der im Internet Gemeinschaften entstehen und wachsen können, stellt alles andere in den Schatten. Die Bedürfnispyramide von Gesellschaften wird auf den Kopf gestellt, denn es entstehen eigene und neue. Dynamik und Energie nur da aufzubringen, wo man für sich etwas Materielles erzielen kann, findet immer seltener und schwächer statt. Im Internet kann man Utopien leben, Anarchie erleben, Träume verfolgen, neue Wirklichkeiten und Wahrheiten finden. Der Filter von Politik, Religion, Wirtschaft und Medien ist ausgeschaltet. Da wächst ein Medium heran, das genau so schlecht und so gut ist wie der Mensch selbst. Die Entwicklung überrennt und überrollt alles. Es gibt nicht mal die Zeit einzugreifen. Leider kann man sich nicht mal mit Kritik inhaltlich auseinandersetzen, weil keiner, mit dem man reden müsste, Ahnung hat. Somit ist dieser Ball ins Rollen gekommen. Und er rollt. Und rollt. Und wird dabei immer größer und schneller. Und er wird immer mehr mit auf seine Reise und Umlaufbahn nehmen. Alles, was ich heute denke, hätte ich mir vor 5 Jahren nur schwer vorstellen können und vor 10 Jahren schon mal gar nicht. Warum soll sich das bei der Geschwindigkeit verändern? Was soll diese Entwicklung bremsen, geschweige denn stoppen? Vielleicht wissen wir es ja in 10 Jahren.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:20

Donnerstag, 14. Januar 2010

Über das eine Sparen, das andere Sparen und das ganz andere Sparen

Alle sparen. Alle müssen sparen, sollen sparen und können sparen. Es wird überall gespart, denn es gibt offensichtlich kein Geld. Achtung! Kein Geld, wie kann man da sparen? Sparen bedeutet doch, dass man von dem Geld, was man hat, etwas beiseite legt für einen längeren Zeitraum, um sich von dem Ersparten etwas anschaffen zu können. Soweit die Definition Sparen. Das steht aber im Widerspruch mit dem, was die Politik und die Wirtschaft von ihren Bürgern und ihren Kunden ganz offenkundig verlangt: Spart nicht, sondern konsumiert. Schiebt die Konjunktur dadurch an, indem ihr konsumiert. Jetzt bloß nicht sparen, sondern investieren. Im Gegensatz dazu sparen aber alle in der Politik und in der Wirtschaft. Das machen sie auch, um die Wirtschaft und das Wachstum anzukurbeln. Konzerne haben eine ganz besondere Art des Sparens entdeckt. Man spart nicht bei sich selbst, sondern an der Leistung anderer. Also man spart, indem man dieselbe Leistung immer billiger einkauft. Das ist laut Definition eigentlich nicht Sparen, sondern dafür muss man im Alphabet weiter vorne suchen. Unter „A“ findet man dann den Begriff „Ausbeutung“. Wenn man sich diese Definition durchliest, versteht man, was die Wirtschaft unter Sparen versteht. Wenn man mit der eigenen Leistung kein Geld mehr verdienen kann, dann muss die Rendite eben woanders herkommen, in der Regel von den Lieferanten. Aber es leiden nicht nur die Lieferanten, sondern auch die eigenen Leistungen, denn diese müssen letztendlich bei immer billiger werdender Zusammensetzung leiden. Aber solange die Rendite für die Wenigen stimmt, nimmt man das billigend in Kauf. Und sparen klingt eben besser und gesünder. Es kling so überlegt, wenn man von seinem selbst verdienten Geld etwas für später beiseite legt. Die perverseste und obskurste Definition von Sparen hat aber die Politik geschaffen. Da bedeutet Sparen, dass man mehr Geld ausgibt als man hat, um in Zukunft weniger Schulden zu haben. Was aber zum immer gleichen Ergebnis führt: es werden immer mehr Schulden. Somit spart der Staat nicht, um Schulden zu verringern, sondern wenn er an einer Stelle spart, holt er sich das doppelt und dreifach woanders zurück. Aber der Öffentlichkeit versucht man, das als Sparen zu verkaufen. Somit haben wir drei Definitionen von Sparen im Umlauf, von der nur eine zutrifft. Die anderen zielen auf etwas völlig anderes ab. Die eine meint Ausbeutung und die ander meint Bereicherung. Somit muss man sehr vorsichtig sein, wenn Politik und Wirtschaft von Sparen reden, denn die meinen was anderes. Man kann nur sparen, wenn man etwas von seinem eigenen Geld spart. Und das tun in unserem Land eigentlich nur noch Menschen im Alter bis zu 7 Jahren. Die haben mehr Geld in den Sparschweinen, als der Staat zur Verfügung hat. Somit müsste man einen Wortschutz einführen, dass man ein Wort wie „Sparen“ nur benutzen darf, wenn dieses mit der Definition übereinstimmt. Sonst müssen die Verwender, die fälschlicherweise Wörter benutzen, um sich in einem anderen Licht darzustellen, unter Strafe gestellt werden. Wenn man jedesmal nur 5 EUR zahlen müsste für jedes absichtlich falsch benutzte Wort, hätten wir sehr schnell so viel Geld in den Kassen, dass man ganz schnell einen 6-Jährigen zum Finanzminister ernennen müsste. Dann würden wir nie mehr in eine so beschissene wirtschaftliche Lage kommen. Als Wirtschaftsminister würde ich einen normalen Familienvater aus Dortmund vorschlagen. Auch auf die Gefahr hin, dass er BVB-Fan ist. Aber wer seine Familie in solchen Zeiten immer wieder ohne großen Schaden durchmanövriert, ist sicher geeigneter als alle, die sich da bewerben.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:43

Montag, 9. November 2009

Internet – Ein Zug fährt ab. Mit Ihnen oder ohne Sie?

Die meisten haben noch Homepages, dabei gibt es längst Buinesspages.

Die Elektrizität, vor allem deren Verbreitung, hat das Gesicht der Wirtschaftslandschaft verändert. Man könnte sagen, hier liegt der Ursprung für eine breite Mittelschicht, denn erst der Strom ermöglichte diese. Mit dem Strom entstanden unzählige Gewerbe und Dienstleistungen. Doch der ehemals breite und gesunde Rücken – auch Mittelstand genannt – schrumpft. Und zwar nicht, weil die Politik versagt oder die Manager zu viel bekommen. Nein, ganz einfach, so wie damals die Elektrizität alles veränderte, verändert nun das Internet die Wirtschaftslandschaft. Somit kann man die ungefähr 100-jährige wirtschaftliche Vergangenheit als temporär bezeichnen. Und nun beginnt eine neue Zeitrechnung. Es wird viele Verlierer geben und einige wenige Gewinner. Das ist das Ergebnis des Wandels. Denn immer mehr Gewerke, Produkte und Dienstleistungen gehören der Vergangenheit an und werden somit sukzessive verschwinden. Am deutlichsten erkennt man es bei den Verlagen, Zeitschriften und Medien. Das Internet macht diese zunehmend überflüssig.

Kunden und Interessenten landen in Zukunft auf einer Landingpage, sie kennen nicht mal die Domain.

Auch alle anderen Branchen im Mittelstand werden davon betroffen sein. Denn wer im Internet nicht zu finden ist, den gibt es schlagartig nicht mehr. Das wird so sein, als ob man heute kein Telefon hätte und sich wundert, dass die Aufträge ausbleiben. So entscheidet über Erfolg und Misserfolg, wo man bei den Suchmaschinen zu finden ist. Die wenigen Erfolgreichen stehen vorne, die weniger Erfolgreichen dahinter, und der große Rest verschwindet. Das ist keine Zukunftsmusik, es passiert schon. Schauen wir uns doch mal nanny4yourkid an. Das ist ein Unternehmen, wie in Zukunft viele aussehen und aufgestellt sein werden. Minimale Kosten, keine Werbung, keine Stellenanzeigen in Tageszeitungen. Die Kostenstruktur ist weitaus geringer, als sich das viele andere vorstellen können. Und das bei maximalem Erfolg, denn alle Kunden kommen über das Internet, über die Suchergebnisse. Man tippt nanny münchen oder nanny gesucht oder was auch immer in Verbindung mit Nanny ein und was erscheint dann immer auf der ersten Seite der Suchergebnisse: nanny4yourkid. Viele folgen dem Link und glauben, das gefunden zu haben, was sie suchen, und so ist es auch. Mehr braucht Erfolg in der Zukunft nicht. Der Aufwand der Vergangenheit ist obsolet. Was dies volkswirtschaftlich bedeutet, kann man an fünf Fingern abzählen. Wer sich nicht lokal im Internet ganz nach vorne bugsiert, der verschwindet.

An die Aufträge der Zukunft kommt man einfach so, wenn man es auch einfach so richtig macht.

Somit wird sich die breite Mittelschicht, das Rückgrat Mittelstand, stark reduzieren. Das wird den Preiskrieg weiter entfachen und eine völlig reduzierte Kostenstruktur zur Folge haben, die nur mit Hilfe des Internets umzusetzen ist, wenn man die fachlichen Qualitäten nicht vollends den Bach runtergehen lassen will. Schauen wir mal auf die Bildagenturen, die zeigen uns den Weg auf und zeichnen diesen vor. Da gab es unzählige, die alle gutes Geld verdienten, bis sie mit dem Aufkommen der digitalen Fotografie unter Preisdruck kamen. Fotos entstanden in unglaublicher Geschwindigkeit, Menge und Qualität. Somit raste die Wertschöpfung in den Keller und viele Bildagenturen gingen unter. Eine Welle von Zusammenschlüssen fand statt. Aber dann holte das Internet seinen schweren linken Haken raus. Bilddatenbanken wie istockphoto entstanden. Dort gibt es Bilder ab 1 EUR, in unglaublicher Masse, Geschwindigkeit und Qualität. Das war es für viele Bildagenturen. Die Rechtfertigung für ein betriebswirtschaftliches Dasein war erloschen. Somit gibt es nun wenige, die viel machen und viele, die nichts mehr machen. Dieses Beispiel kann man auch 1:1 auf die Medien übertragen, hier wird es ebenso verlaufen, aber auch auf den gesamten Mittelstand. Wer heute Notar in Hamburg ist, Hautarzt in Freiburg, Wirtschaftsprüfer in München und diese vielen tausend Dienstleister und Handwerker mehr, alle diese werden verschwinden. Übrig bleiben genau diejenigen, die mit dem Internet gegangen sind und die, wenn man den entsprechenden Suchbegriff, die Suchbezeichnung eingibt, ganz vorne und somit ganz oben stehen.

Wer auf neuen Wegen zu alten Zielen gelangen will, der muss sich mit den neuen Gesetzmäßigkeiten anfreunden. Die Qualität scheint den Menschen bei weitem nicht so wichtig zu sein wie die Bequemlichkeit. Die Menschen zahlen bei Amazon im Schnitt mehr als im Buchhandel, weil sie es sofort haben wollen und der Expresszuschlag nicht ohne ist. Aber es ist am nächsten Morgen auch wirklich da. So kämpft eine alte Wirtschaft um Aspekte, welche die neue Wirtschaft nicht interessiert. Um Qualitätsstandards, die kaum einen wirklich interessieren. Die Summe derer, die wirklich Wert auf eine solche Art von Qualität legen, scheint zu gering, um darauf ein ordentliches Geschäftsmodell aufzubauen. Eventuell haben sich auch viele etwas vorgemacht, was die Qualität zu bestimmten Aspekten betrifft. Beispiel Buchhandel: Warum soll ich für einen Bestseller 20 Kilometer in die Stadt fahren, mir einen Parkplatz suchen, mich in das Gedränge einer Stadt zwängen, einen Verkäufer suchen, mich an der Kasse anstellen ... wenn man dasselbe Ergebnis in 10 Sekunden bequem von zu Hause aus haben kann. Ich prognostiziere, dass das, was wir mit dem notework im kleinen begonnen haben, schnell zu einem lebensnotwendigen Modell für diejenigen wird, die den Schuss gehört haben, sich lokal im Internet mit Unterstützung eines Online-Redaktionssystems zu qualifizieren. Wer keine Landingpage hat, auf der potenzielle Kunden und Aufträge im Internet landen können, der steht schon bald ohne

Kunden und Aufträge da.

Suchmaschinen können nicht qualifizieren, das müssen Sie tun. Sonst erfährt niemand, was er hätte haben können. Und so wird sich das Gesicht der Wirtschaft grundlegend verändern. Bei youtube waren 60 Mitarbeiter beschäftigt, als das Unternehmen für 1,65 Mrd. US Dollar gekauft wurde. 60. Und welche Investitionen muss jemand tätigen, der den Content am Tag über 60.000 mal gratis bekommt? Effizienz hat ein ganz anderes und neues Gesicht bekommen. Jetzt versteht man auch das verzweifelte und zerstörerische Verhalten der Einkäufer in großen Konzernen. Nur eins müsste denen eigentlich klar sein, das ist für sie unerreichbar. Somit können sie den Quatsch, alle und alles auszupressen, bis nicht mal mehr die Substanz vorhanden ist, um etwas Produktives zu erzeugen, gleich lassen. Überall an allen Ecken und Enden trennt man sich von allem, was geht und darüber hinaus, um einen Kampf zu gewinnen, der schon verloren ist. Wer sich retten will, gerade im Mittelstand, der sollte sich schleunigst als „Local Hero“ im Internet in Szene setzen. Denn dafür muss er nicht mehr die Trikots der D-Jugend bezahlen oder eine Bandenwerbung am Tennisplatz. Er braucht keinen Eintrag mehr in den vielen sinnlosen und überflüssigen Verzeichnissen. In den gelben Seiten schon gar nicht. Was er braucht, ist einzig und allein eine Top Platzierung im Internet, zu den für sein Geschäftsmodell relevanten Suchbegriffen.

In Zukunft werden immer mehr Systeme erfolgreich sein, die es verstanden haben, mit weniger mehr zu erzielen. Und das ist kein Geheimnis. Google sagt und schreibt es überall: Qualifizieren sie ihren Content. Warum machen das nicht mehr oder alle? Weil es Arbeit ist. Die Investition beginnend ab 3.000 EUR für ein funktionierendes Online-Redaktionssystem ist es nicht, sondern die Umstellung, das Neue, das Andere, die damit zusammenhängende kontinuierliche Pflege. Der Mensch ist dann doch ein Gewohnheitstier. Diese wird ihm nur teuer zu stehen kommen. Somit gilt es, sich gedanklich darauf vorzubereiten, wie eine Volkswirtschaft aussieht und funktioniert, wenn der breite kräftige Rücken des Mittelstandes nicht mehr da ist. Wenn einfach 80% der Dienstleistungen, Handwerker, Produkte und Angebote wegfallen, weil sie keiner mehr braucht. Die Fragen, die wir uns noch leise stellen, werden lauter und lauter. Braucht man das? Will man das? Wer bezahlt das? Und wenn alle Bücher, die auf der Welt verkauft werden, irgendwann von einem Unternehmen verkauft werden? Nicht, weil es die Anderen mit Preiskrieg zerstört hat oder mit Produktvarianten in den Schatten gestellt hat, sondern einfach nur aus dem Grund, weil der Konsument eben nur noch dort kauft. Was passiert dann mit den ganzen Buchläden und anderen Anbietern im Internet? Und wenn von der Theorie nur 80% Wirklichkeit wird, verändert das unsere Volkswirtschaft deutlich. Fernsehen über das Internet bei einem Anbieter. Musik über das Internet bei einem Anbieter. Reisen über das Internet bei einem Anbieter. Und so weiter und so weiter.

Im Prinzip werden die Karten neu verteilt. Nur an dem Tisch werden viele nicht sitzen.

Hier geht es nicht darum, ob wir das wollen oder nicht. Es ist nicht aufzuhalten. Das Internet ist eben nicht nett, nicht zu einem Großteil unserer Wirtschaft. Das hat es auch nie behauptet. Aber die Entwicklung ist in vollem Gange und sie ist nicht mehr aufzuhalten. Die Konzentration und die Reduzierung auf einige wenige und alle anderen gehen leer aus, ist das nächste Kapitel in der Betriebswirtschaftslehre, das Volkswirtschaften nachhaltig verändern wird und politische Systeme unter andere Vorzeichen stellt. Der breite Wohlstand für alle, ein positiver Nebeneffekt der Elektrizität und deren Verbreitung, geht in die letzte Runde. Das Internet bringt diesen positiven Nebeneffekt nicht mit sich, sondern ganz im Gegenteil, es hat die unangenehme Nebenwirkung, genau dieses breite Fundament der Volkswirtschaft auf einige wenige Säulen zu stellen.

Wenn aus Ihrem Geschäftsumfeld von 10 bald 8 wegfallen, gibt es nur einen Grund, warum 2 überlebt haben. Sie sind im Internet zu Hause. Und besser zu finden gewesen.

Und jeder muss sich fragen, ob er eine der Säulen ist oder sein will, oder doch lieber eingemauert bleibt im Fundament der Geschichte. Also, ich wundere mich, wie Wenige diesen Tatsachen und Wirklichkeiten ins Auge blicken und begegnen. Dabei kann man, wenn man will, diese Entwicklung an allen Ecken und Enden unserer Wirtschaft beobachten. Aber so sind wir nun mal, wir reiten lieber tote Pferde weiter, anstatt einfach unsere Einstellung und unser Handeln zu verändern. Der Mensch ist so unglaublich stur und blind und will nachher nichts gewusst und gesehen haben. Das network, unser Netzwerk der Verbundenheit, ist nichts weiter als die Verbindung von Online-Redaktionssystemen, die eine Art moderne Arche Noah darstellen, um lokal oder zu speziellen Eigenschaften gefunden zu werden. Diese sorgen dafür, dass alle, die dabei sind, in den Suchmaschinen auch wirklich gefunden werden. Und zwar bei den freien Suchergebnissen. Ohne Tricks und Kniffe. Einfach genauso kontinuierlich und konsequent, wie es sich die führenden Suchmaschinen vorstellen und wünschen. Wir qualifizieren Businesspages, was die Suchmaschinen unmöglich von sich aus leisten können. Wir versorgen das network mit Content, denn wenn alle ihr Wissen auf Sicht aus dem Internet beziehen, dann ändern sich grundlegend die Gesetzmäßigkeiten. Es ist nicht mehr wichtig, dass ein Unternehmen mit dem Buchstaben „A“ beginnt wie zu Zeiten der gelben Seiten. Sogar Domainnamen sind unwichtig. Das Einzige, was zählt, ist, gefunden zu werden. Und zwar nicht unter den Begriffen, die Unternehmen sich oft in ihrer Naivität vorstellen, sondern mit genau den Begriffen, die potentielle Interessenten und Kunden tatsächlich eingeben.

Stellen Sie sich einfach vor, wie lange Sie Ihr Business ohne Telefon erfolgreich hätten bestreiten können. So ist es schon jetzt ohne Internetpräsenz.

Somit stellen sich jedem die Fragen: Wo bin ich in 5 Jahren? Wenn ich den Zug eines Online-Redaktionssystems ohne mich abfahren lasse? Wenn ich mich nicht vernetzen lasse in einem Netzwerk, das mir hilft und dem ich helfe? Wenn ich wie gewohnt weitermache?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:33

Dienstag, 3. November 2009

Kommunikationsproblematik

Wir sprechen, wir schreiben, wir machen alles mögliche. Aber verstehen wir uns bzw. unser Gegenüber? Wir bewerten Botschaften in der Regel nach dem Verständnis und setzen dann voraus, dass diese jeder andere auch versteht. Dem ist nicht so. Kommunikation ist eben nicht nur das, was man sagt, sondern vor allem das, was der andere versteht. Somit besteht ein Teil der Kommunikation auch daraus, sich zu vergewissern, dass auch das Richtige verstanden wird. Oder vorab zu klären, wie jemand etwas versteht. In der Kommunikation ist es dabei ebenso wichtig, dass die Parameter eingehalten und befolgt werden, die überhaupt zu so etwas wie Kommunikation führen. Der Ton, die Farbe, der Geruch, die Form, die Zeit, der Ort, die Größe, die Lautstärke... Alle Aspekte, die Kommunikation umgeben, sind wesentliche Aspekte, die es in Einklang zu bringen bedarf, um zielführende Kommunikation zu ermöglichen. Leider gelingt das nur wenigen. Weil ein Großteil dieser Aspekte einfach unberücksichtigt bleiben und somit die mögliche Kommunikationswirkung stark reduziert oder verhindert wird.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, Technologieproblematik, Kommunikationsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:27

Mittwoch, 28. Oktober 2009

Technologieproblematik

Technologie darf sich nicht verselbstständigen und mehr dem Selbstzweck dienen, als dem relevanten Kundennutzen. Die Technologie ist selten getrieben von der Relevanz, geschweige von der Zielgruppe, sondern meist vom Marktdruck oder einem Inzest-Markt – das heißt, dem ständigen Bemühen, dem Wettbewerber überlegen zu sein. Beide Antriebe gehen an der Relevanz und somit am Markt vorbei. Technologie muss der Sache dienlich sein, vor allem relevant dem Kundennutzen gegenüber oder als weiterer emotionaler Impuls dem Primärbedürfnis gegenüber. In den meisten Märkten und bei den meisten Unternehmen hat sich die Technologie verselbstständigt und hat mit den Bedürfnissen des Marktes nichts mehr zu tun, was sich negativ auf den Markt auswirkt. Das genaue Gegenteil, sich auf seinen Technologien auszuruhen, ist ebenso falsch, und diese im Sinne der Relevanz gar nicht weiterentwickelt. Somit muss Technologie von der Relevanz getrieben sein und von nichts anderem.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, Technologieproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:58

Dienstag, 27. Oktober 2009

Eine Quelle versiegt

„Warum nachher immer alle schlauer sind und es vorher nicht haben kommen sehen.“
Hand auf's Herz – Quelle?! Jetzt mal ehrlich. Ganz ehrlich. Wer hat daran noch geglaubt und vor allem, was hat er geglaubt. Warum soll in Zeiten wie diesen und denen, die da noch kommen werden, ein Katalogversand noch funktionieren. Es gibt keinen Grund dafür. Die Geschichte wiederholt sich, wie sie es schon unzählige Male getan hat und wie sie es auch in Zukunft tun wird. Warum ist der Hörzu nicht TV Spielfilm eingefallen? Warum hat Grundig keine schönen Fernseher gebaut wie Löwe? Warum hat Sony nicht den MP3 Player entwickelt, auf das Handy als Zukunftsmarkt gesetzt oder den Flachbildschirm oder den Computer? Warum? Weil es dem Menschen nicht möglich ist, die Wertschöpfungsquelle, die er einmal geschaffen hat, in Frage zu stellen. Andere auf der Suche nach einer Quelle müssen nichts in Frage stellen, die haben nichts zu verlieren, können nur gewinnen und haben alles gewonnen. Warum ist Amazon nicht Quelle? Warum ist Apple nicht Sony? Warum? Deshalb. Jeder weiß insgeheim, wie es bei Opel ausgehen wird. Das Auto, in dem Zustand wie es uns heute dargeboten wird, ist Relikt der Vergangenheit. Es basiert auf einem Primärbedürfnis, das längst an Kraft und Wirkung verloren hat. Früher wollten die Menschen ein Auto. Heute brauchen Sie ein Auto. Das ist ein großer Unterschied. Denn wenn man etwas braucht, gelten andere Gesetzmäßigkeiten, als wenn man etwas will. Die Menschen sind nicht fähig und bereit, das, was ist, in Frage zu stellen, zu überdenken und weiterzuentwickeln, sondern sie gehen so lange zum Brunnen, bis er leer ist. Und dabei klammern sie sich an falschen und überholten Vorstellungen fest. Wenn morgen China oder Indien ein Elektroauto für 4.999 EUR bauen würde, dann würde etwas passieren, was jetzt keiner glauben oder für wahr halten will. Das ist so, als wenn Apple ankündigen würde, wir bauen ein Handy. Da können die anderen nur müde lächeln. Aber das Lachen ist denen vergangen. Auch Apple hat jetzt seine Zeit und das wird nicht für immer sein. Jede Zeit hat seine Konzerne, seine Produkte, seine Primärbedürfnisse. Wer bangt noch um Freiheit? Oder stellt Sicherheit wirklich in Frage? Die Themen haben sich gewandelt, aber das System fährt hinterher, wie ein 4-jähriger bei der Tour de France. Somit öffnet man Türen für Anderes und Neues. Firmen und Produkte, deren Namen wir vor 3 bis 10 Jahren noch gar nicht kannten, gehört nun eine Zukunft. Nicht die Zukunft, sondern auch hier werden wir uns in 30 Jahren fragen, wie konnten die diese Entwicklung verpassen. Wir verspielen an allen Ecken und Enden unseren Status und Vorsprung, weil wir nicht fähig und bereit sind, dem alten und bestehenden Denken ein neues folgen zu lassen. Unser System ist wie ein Gebiss. Es tut links weh, dann kauen wir eben auf der rechten Seite. Tut die rechte Seite auch weh, dann beißen wir mit den Schneidezähnen. Tun die auch weh, dann ernähren wir uns flüssig ... Anstatt zum Zahnarzt zu gehen und die Zähne kontinuierlich und konsequent zu pflegen. Das nennt man dann Wohlstand. Warum pflegen, wenn es ja immer einen gibt, der den Schaden für einen übernimmt und repariert. Wir sitzen auf einer großen Party in diesem fetten roten Plüschsofa und kommen da nicht mehr raus. Und immer, wenn jemand vorbeikommt, bitten wir ihn, uns etwas zu essen oder zu trinken mitzubringen. Man kann nur hoffen, dass man nicht aufs Klo muss, sonst ist der Platz weg. Der Wohlstand, die Gewohnheit, die Bequemlichkeit und die Unfähigkeit, uns und das, was wir tun, selbst in Frage zu stellen, sind der Grund, warum Quelle und Quellen versiegen. Anstatt aufzustehen und in neuen Bahnen zu denken und in neue Quellen zu investieren. Man selbst ist doch so groß, wer denkt da an kleine Quellen. Uns fehlt die Vorstellungskraft, dass alle Quellen mal klein waren und erst groß werden mussten. Obwohl doch immer alle dabei waren. Die größte Agentur der Welt begann mit zwei Männern. Apple, Mercedes, alles was uns heute groß vorkommt, begann mal sehr klein. Und alles, was mal groß war, wird dann wieder ganz klein, bis es verschwindet. Der Friedhof der Konzerne, Firmen, Marken und Produkte ist unglaublich groß. Wir können es nur nicht sehen und erkennen, weil es ihn nicht wirklich gibt. Unsere Beziehung zum Tod ist vor allem geprägt durch die Gegenwart des Todes. Das scheint bei Unternehmen so nicht zu sein. Für die ist der Tod nichts, was sie so fürchten, dass er das Denken und Handeln verändert. Für die Entscheider ist es in der Regel auch ein wunderbarer und schöner Tod. Man macht sich noch mal die Taschen voller Geld und bekommt noch mehr an einem neuen Ort. In der Wirtschaft hat das letzte Hemd nicht nur Taschen, sondern die Hose auch. Und was für welche. Es fehlt der Antrieb. Es fehlt die nötige Motivation. Es fehlt an allem, was Erfolg bedingt. Man investiert alles in das Problem, nicht in die Lösung. Der Mensch ist so unglaublich starrsinnig und uneinsichtig, vor allem Menschen mit Macht und viel Geld. Genau diese sind davon überzeugt, dass genau diese Macht und dieses Geld ihnen die Legitimation gibt, auch noch immer Recht zu haben. Dabei ist die lange, teure und schmerzliche Schlange der Fehleinschätzungen so lang, dass man am Ende den Anfang nicht mehr sehen kann. Und immer schafft man es, diese als Einzelfall zu isolieren und abzugrenzen. Niemand will sehen und erkennen, dass alle am selben scheitern. An der Unfähigkeit „relevant“ zu sein und ein emotionales Primärbedürfnis oder gleich mehrere zu befriedigen. Es ist nämlich nicht die Frage, was ist für mich relevant. Das können diese Menschen alle genau beantworten und danach handeln sie auch. Es fehlt die Vorstellungskraft, was für denjenigen relevant ist, den man erreichen sollte, um das zu erzielen, was eigentlich das unternehmerische oder gesellschaftliche Ziel ist. Somit sind

es drei wesentliche Aspekte, die in sich und jeder für sich klar gegeben sein müssen: Relevanz, Primärbedürfnis und Qualität. Damit ist die Frage, wie es für welche Unternehmen oder Produkte weitergeht, einfach und schnell beantwortet. Falls man sich diese offen und ehrlich beantwortet. Aber wer macht das schon? Wer kann das schon? Wer will das schon? Da zieht man es doch lieber vor, die Dinge vor die Wand zu fahren und die Schuld bei anderen zu suchen. Und die Verantwortlichen bekommen so viel Schmerzensgeld, dass sie es verkraften können. Und der Rest wundert sich. Ich kann nur sagen, es ist genau dieses kollektive Versagen, was die Chance für alle ist, die anders denken und handeln können. Wenn es dieses Versagen nicht gäbe, gäbe es auch Apple nicht oder Sony und wir würden heute noch auf einen Grundig Fernseher schauen, ein Grundig Handy und einen Grundig Computer. Denn wenn die die Zeit erkannt hätten, stände die Tür für diejenigen, die da durchmarschiert sind, nicht offen. Deshalb glaube ich auch fest daran, dass eine Zeit mit großen Verlusten eine Zeit ist mit großen Gewinnen ist. Denn die Menschen wollen ihre Primärbedürfnisse befriedigt sehen. Und wie man sieht, ist es ihnen egal, von wem, wie und für welchen Preis. Hauptsache, es fühlt sich so an.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:25

Preisproblematik

Der Preis wird völlig überschätzt, nur weil überall Preise stehen und alle über Preise reden. Weil der Preis so im Fokus steht, wird ihm von allen Seiten viel zu viel Aufmerksamkeit gewidmet. Was zu der unangenehmen Nebenwirkung führt, dass man das emotionale Primärbedürfnis durch das ständige Kommunizieren von rationalen Sekundärbedürfnissen zerstört. Man liefert dem Konsumenten fortlaufend Argumente, seine emotionale Verbindung zu lösen. Der Preis sagt nichts über die wirkliche Befriedigung eines emotionalen Primärbedürfnisses aus. Es scheint nur so, dem ist aber nicht so. Über den Preis kauft und verkauft man nur. Sonst entsteht keine Verbindung. Ganz im Gegenteil – eine emotionale Verbindung wird verhindert. Würde das Primärbedürfnis und die Befriedigung desselben im Vordergrund stehen, würde sich niemand fragen: Was kostet das? Jeder würde feststellen: Das muss ich mir leisten. Somit sind preisorientierte Märkte und Produkte immer endlich oder basieren auf einer furchtbaren Wertschöpfungskette, die weitaus mehr mit Ausbeutung und Vergeudung zu tun hat.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik, Verwaltungsproblematik, Preisproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:21

Freitag, 23. Oktober 2009

Werbeproblematik

Die Werbung ergibt nur einen Sinn, wenn sie eine zielführende Wirkung entfaltet. Das kann Werbung. Aber nicht immer mit den gleichen Mitteln und schon gar nicht auf den gleichen Wegen. Die Wirkung der Werbung stumpft sich mit ständiger Wiederholung ab. Das Neue ist irgendwann bekannt, dann ist es gewohnt (gewöhnlich) und man empfindet Werbung als störend. Somit sind die Dienstleistungen und Produkte zwar oft die selben, der Weg der Werbung zum Relevant Set, zur Kaufentscheidung, zur Markenbildung und zu allen anderen wichtigen Zielen der Werbewirkung verändert sich aber ständig. Weil, wie gesagt die bekannten Mechaniken an Wirkung verlieren. Teilweise sogar dramatisch. Was die katastrophale Folge hat das man bei schwindender Wirkung den Werbedruck auch noch erhöhen muss, um überhaupt noch eine Wirkung zu erzielen. Das heißt man muss mehr Budget bei schwindender Wirkung investieren. Oder man muss die Mechaniken und die Wege ändern, bei gleichem Ziel. Aber wer kann und will das schon.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, Werbeproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:06

Mittwoch, 21. Oktober 2009

Produktproblematik

Das Produkt ist wichtig. Aber auch das Produkt ist nur so wichtig, wie die Summe der Aspekte, welche dafür sorgen, dass ein Produkt auch gewinnbringend verkauft wird. Die Märkte zeigen, dass z.B. bessere Produkte nicht immer mehr verkauft werden. Oft beginnen Entwicklungen erst, wenn Märkte stark unter Druck kommen. Wenn also die Nachfrage rückläufig ist. Die Hersteller haben sich somit auf dem Erfolg der Vergangenheit ausgeruht und haben kein Entwicklungs- und Innovationsdruck verspürt. Erst wenn es schlecht läuft, versucht man über Neuerungen den rückläufigen Markt für sich zu gewinnen. Was in der Regel schon zu spät ist. Jedes Produkt begleitet ein Aspekt, der unumstößlich etwas über seinen Erfolg und/oder Misserfolg aussagt: die Relevanz. Diese ist zu einem überwiegenden Teil emotional. Deshalb ist die Relevanz so schwer zu steuern. Wer aber mit einer großen Relevanz im Markt ist, der weiß wie man davon profitieren kann. Wenn Märkte und ihre Produkte an Relevanz verloren haben, sieht das schon ganz anders aus. Verlorene Relevanz über dasselbe Involvement wieder zu beleben, funktioniert nur in den seltensten Fällen und auch nur dann wenn eine lange Zeit - Durststrecke - dazwischen lag. In der Regel braucht ein solcher Markt oder solche Produkte ein neues emotionales Involvement. Einen neuen Träger für die Relevanz.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, Produktproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:26

Dienstag, 20. Oktober 2009

Geldproblematik

Geld ist oftmals das Ziel. Es geht in den meisten Wertschöpfungsketten primär darum, Geld zu beschaffen. Deswegen erscheinen in unserem Verständnis Unternehmenskonzepte, die viel Geld erwirtschaften als wertvoller, als welche, die weniger erwirtschaften. Am Geld wird nicht nur vieles fest gemacht. Geld gibt denen, die dieses im Übermaß generieren auch noch Recht und Macht. Somit orientieren sich viele an dieser Art der Wertschöpfung. Niemand fragt dabei, wie nachhaltig die Wertschöpfung ist. Wie sinnvoll. Wie groß der relevante Nutzen. Wie zufrieden die Kunden sind. Das Ergebnis in Zahlen wird nicht hinterfragt. Das Ergebnis, das diese Zahlen nicht liefert, wird aber grundsätzlich immer hinterfragt. Dieses Hinterfragen behindert aber natürlich alle anderen Konzepte, weil diese ja an den numerisch in Geld gemessenen, gemessen werden. Wer maximale Geldwertschöpfung erzielt wird nicht hinterfragt, sondern ist gefragt. Dem Geld wird viel zu viel Aufmerksamkeit zu Teil, anstatt der eigentlichen Wertschöpfung, die aus der Wertschätzung entsteht. Somit gehört es zu den Erfolgsfaktoren, sich nicht nur auf Geld zu reduzieren.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik, Geldproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:10

Dienstag, 13. Oktober 2009

Wissensproblematik

Das mit den falschen Göttern wurde hinreichend schon behandelt. In Anlehnung an diese möchte ich das „Wissen“ gleich mit einordnen. Denn in unserer Gesellschaft wird das Wissen angepriesen, angehimmelt bis hin zu vergöttert. Dabei ist Wissen genau genommen nur die numerische Ansammlung von Fakten. Das war es. Das ist so, als ob man alle Hauptstädte der Welt kennt. Das ist Wissen. Und? Zwei andere Aspekte hätten viel größeren Respekt verdient als das dumpfe Wissen, die Intelligenz und die Intuition. Aber deren Sterne leuchten bei weitem nicht so hell, wie man an zahlreichen Gewinnspielen, TV Sendungen und überall sonst auch sehen kann. Da häufen Menschen Informationen an, das nennt man dann Wissen, und alle bewundern dieses. Dabei stellen Informationen keinen Wert dar. Wie Ideen im Kopf. Das Internet ist voller Informationen. Ich behaupte sogar, dass Wissen belastet. Wer zu viel weiß, der verlernt das abstrakte Denken, das Intuitive sich leiten lassen. Intelligenz wird durch Unwichtiges und zu viel Wissen in seiner Entfaltung behindert. Somit schaden wir uns viel, wenn wir weiterhin stur und dumm nur Wissen anhäufen und abfragen. Es wäre ein Zeichen von hoher Intelligenz, wenn das Gegenteil gefördert würde. Das, was Intelligenz und Intuition bereitstellt. Denn was ist einem lieber, wenn man mit einem Flugzeug in den Bergen abstürzt und mit wenigen überlebt: einer der alle Hauptstädte auswendig kennt oder einer, der aus Trümmern einen Ausweg finden kann?

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, Wissensproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 9. Oktober 2009

Nutzenproblematik

Der Nutzen hat schon seit längerem nur noch einen rationalen Wert. Es gibt in diesem keine emotionale Komponente mehr. Somit hat sich der Nutzen vom Benutzen zum Ausnutzen gewandelt. Wenn früher mit sehr viel Sorgfalt etwas benutzt wurde, um daraus einen möglichst langen, guten und gewinnbringenden Nutzen zu generieren, dann ist das heute anders um den Nutzen bestellt. Das Ausnutzen hat seine Stelle eingenommen. Es ist egal, ob ein Leasingfahrzeug, ein Handy, ein Computer, all you can eat, oder was auch immer. Uns wurde vorgelebt und vorgemacht, dass der behutsame Umgang von gestern sein. Es gibt alles neu, billiger, besser und im Übermaß. Somit sollen wir auf die Dinge weniger achtgeben, denn Ersatz ist schnell zur Stelle. Diese Umgangsform mit dem „Nutzen“ soll den Konsum zusätzlich anfeuern, beschleunigen, anheizen. Aus von Dauer ist vorübergehend geworden. Und alle wundern sich, dass wir den Dingen weniger bis keinen Wert mehr zuteil werden lassen. Man könnte auch sagen: Die Geister, die man rief.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik, Nutzenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 06:41

Donnerstag, 8. Oktober 2009

Vorteilsproblematik

Jeder sucht verständlicherweise seinen Vorteil. Viele glauben sogar, in ihrem Bestreben der persönlichen Vorteilsnahme den richtigen Weg gefunden zu haben. Dabei übersehen aber ebenso viele, was man hätte gemeinsam schaffen können, wenn man alle Fähigkeiten und Bereitschaften sinnvoll gemeinsam eingebracht und genutzt hätte. Der Vorteil für alle wäre um vieles größer, der Vorteil für die Gemeinschaft und der Vorteil für jeden Einzelnen.

Mit dem vermeintlichen Vorteil ist das so eine Sache. Man kann nur den sehen, den man selbst erkennen kann. Fehlt einem die Vorstellungskraft, dass man zum Beispiel allein 100 Kilo heben kann, zu viert aber 400 Kilo, dann bleibt einem vieles verschlossen. Man muss lernen, Vorteile miteinander zu kombinieren, um diese dann miteinander multiplizieren zu können. Das ist eben dann nicht nur ein Vorteil, sondern von großem Vorteil.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, Vorteilsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:05

Dienstag, 6. Oktober 2009

Bedenkenproblematik

Es gilt, das Gute an einer Idee zu entdecken, statt das Schlechte zu suchen. Sich von den Chancen begeistern zu lassen, statt von den Risiken zu erdrücken. Sich von den Stärken verführen, statt von den Schwächen irreführen zu lassen. Sich lieber vom Mut begleiten, statt vom Wankelmut aufhalten zu lassen. Der positiven Energie nachzugehen, statt der negativen, den Einwänden zu erliegen. Es sind die Bedenken, die viel zu oft den Stecker aus guten Ideen ziehen. Unbegründet, denn nur die Ideen müssen auf den Prüfstand und sich aller Bedenken erwehren – die Bedenken selbst müssen das nicht. Diesen schenkt man viel zu einfach und viel zu schnell glauben als einer neuen Idee. Dabei gibt es von neuen und guten Ideen nicht so viele. Also, bei weitem nicht so viele wie unbegründete Bedenken. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik, Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, Bedenkenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:37

Montag, 5. Oktober 2009

Befürchtungsproblematik

Alles ist in Maßen leichter gesagt als getan. Denn was ist das Maß? Das sieht jeder anders. Somit steht immer die Befürchtung im Raum, etwas könnte falsch sein. Man schießt entweder über das Maß hinaus oder bleibt unter allen Erwartungen. Wenn das Maß nicht klar ist, schafft man großen Raum für die Befürchtungen, die Mutmaßungen und die Bedenken. Die meisten neigen in solchen Situationen eher dazu, den Befürchtungen freien Lauf zu lassen, als der ebenso möglichen Chance. Die Befürchtung hat eine ruhmlose aber anhaltende und weit verbreitete Kultur bei uns. Sie wird geradezu gepflegt. Die Flöhe husten hören, ist weit verbreitet. Somit äußern die meisten lieber ihre Befürchtungen als alles andere. Es hat sich so eingebürgert. Man ist angesehener, wenn man Befürchtungen äußert. Die Aufmerksamkeit ist größer, wenn man Ängste schürt. Alles andere erscheint in einem solchen Licht weniger durchdacht und bedacht, bis hin zu leichtsinnig und naiv. Obwohl dem nicht so sein muss. Aber in einer solchen Kultur will man die Dinge so verstehen. Da kann man nichts machen, außer sich solchen Situationen zu entziehen und in Systeme zu wechseln, in denen Befürchtungen nur dieselben Rechte und derselbe Raum gestattet wird wie allen positiven Aspekten. Nicht mehr und nicht weniger.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik, Befürchtungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 06:40

Freitag, 2. Oktober 2009

Bewahrungsproblematik

Wem ist es zu verdenken, dass er sich dazu hinreißen lässt, Dinge zu bewahren. Dem ist grundsätzlich auch nichts vorzuwerfen. Ja außer, außer es sind Dinge, die man nicht bewahren, soll, kann oder muss. Es ist die Frage, was man bewahren will und vor allem mit welchen Mitteln man bewahrt. Die Natur bewahrt auch, indem sie sich ständig trennt. Das Bewahren in der Natur besteht aus Zyklen der Veränderung. Somit ist das eigentliche Bewahren etwas wesentlich größeres, als der Mensch im Stande ist zu überblicken. Nehmen wir nur die vier Jahreszeiten. Erst diese lassen Natur bewahren. Der Mensch bekommt schon beim ersten Schnee Panik, dass er sich nun endgültig vom Sommer verabschieden muss. Dass Zyklen wie Naturgesetze erst das eigentliche Bewahren möglich machen, verdrängt der Mensch. Er will den ewigen Sommer, das ewige Hoch, das ewige Wachstum und denkt, er könnte so bewahren. Es wird ihm nicht gelingen, denn ein solches Unterfangen ist unnatürlich. Dafür müsste der Mensch schon größer denken und handeln können.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, Bewahrungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:20

Donnerstag, 1. Oktober 2009

Duldungsproblematik

Es beginnt irgendwann. In Zeiten, in denen genug für alle da zu sein scheint oder in denen die Angst das herrschende System ist. Man duldet etwas, was man in anderen Zeiten so nicht hinnehmen würde. Der Anfang dieser Spirale ist gemacht. Diese dreht sich nun weiter und weiter, schneller und schneller. Denn was von der einen Seite nur als Duldung verstanden wird, wird von der anderen Seite als Legitimation verstanden, weitermachen und weitergehen zu dürfen. So nehmen die Unverschämtheiten weiter zu. Und nicht nur die Menge, sondern auch das Ausmaß. Mit Blick auf unsere Gesellschaft fallen jedem sofort diese „Duldungsumstände“ auf, vor allem, wenn es uns betrifft. Aber man hat eben nichts dagegen getan. Somit fallen die Nutznießer aus allen Wolken, wenn man ihnen das zum Vorwurf macht. Nichts hat für sie darauf hingewiesen, etwas zu machen, was nicht legitimiert, sondern nur widerwillig geduldet wurde. Somit waschen sie alle ihre Hände in Unschuld, begleitet vom stärksten Argument aller Zeiten: Das haben doch alle so gemacht. Was hätte ich denn tun können. Es ist eine Schwäche unserer Gesellschaft, des Charakters unserer Gesellschaft, dass wir zu viel, zu lange dulden, anstatt etwas, das einem nicht in den Sinn kommt, kategorisch abzulehnen. Ein solches Verhalten würde keine Spirale ermöglichen. Ganz im Gegenteil. Es wären Nägel, die man einfach rein- oder umhaut. Aber das müssen wir alle erst mal kollektiv lernen. Denn etwas nicht zu dulden, hat einem aus guten Gründen keiner so richtig beigebracht. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, Duldungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:00

Mittwoch, 30. September 2009

Lernproblematik

Die meisten Menschen unterliegen dem kapitalen Irrglauben, sie hätten ausgelernt oder alles gelernt, was sie benötigen. Dem ist bei weitem nicht so, lernen verhält sich wie das Atmen. Erst wenn wir nicht mehr atmen, nie mehr atmen, genau dann hören wir auch auf zu lernen. Es unterscheidet uns von den Primaten, dass wir bis zum letzten Atemzug lernen können. Aber es stellt uns gleich mit den Primaten, dass wir mit einer leeren Festplatte kommen und die volle Festplatte nicht mitnehmen können. Aber es macht uns wieder zum Primaten, wenn wir nicht erkennen, wie wichtig lernen ist. Lernen ist für viele zu einer Belastung geworden, der sie nicht mehr standhalten wollen oder der sie irgendwann nicht mehr begegnen wollen. Denn das „Lernen“ in Schulen und Universitäten hat nichts mit dem eigentlichen Lernen zu tun, das ich meine. Es stellt das Gegenteil dar. Denn das, was man da lernt, kann man zu Lebzeiten fast alles nicht gebrauchen und es nimmt einem die wichtige Lust am Lernen. Die Lust am Lernen, die Neugierde am Interesse wäre das, was alle und alles weiter und weiter bringen würde. Aber ein großer Systemfehler stellt sich dem in den Weg. Er verleidet Menschen die so wichtige Lust am Lernen. Somit glauben diese wirklich, wenn sie aus der Schule sind, den Führerschein haben und die Ausbildung hinter sich – das war es. Das muss reichen bis zum Ende. Mit dieser Einstellung zum Lernen lässt sich zwar viel erklären, aber um so weniger entschuldigen. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, Lernproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:20

Dienstag, 29. September 2009

Kontrollproblematik

Einfach ausgedrückt will der Großteil alles unter Kontrolle haben. Was aber bei weitem mehr einem Gefühl entspricht, als der Tatsache der wirklichen Kontrolle an sich. Weil aber Kontrolle in dem Maße und zu allen Punkten nur sehr wenig oder gar nicht möglich ist, leiden viele Menschen darunter. Die Angst, Dinge nicht kontrollieren zu können, gerät außer Kontrolle und führt zu ungeschöner Veränderungen der Persönlichkeit. Zu Ängsten, welche die Kontrollsucht verstärken und zu weiteren unangenehmen Verhaltensweisen und Nebenwirkungen führen. Und dann gibt es Menschen, nicht so viele, für die ist Kontrolle im Übermaß nichts erstrebenswertes. Das Gegenteil ist der Fall, sie bringen sich ständig gerne in Situationen und Umfelder, die offensichtlich außer Kontrolle oder ohne große Chancen auf Kontrolle sind. Somit ist das Bestreben nach Kontrolle eines, das sinnlos ist und zu Ergebnissen führen, die nicht erstrebenswert sind. Es gibt sogar schon Berufe, die sich mit nichts anderem beschäftigen als mit Kontrolle, die man nie in dem Maße erlangen kann und wird, wie man es sich vorstellt und wünscht. Somit stellt übertriebene, falsch verstandene und krankhafte Kontrolle ein großes Hindernis für das dar, was Menschen eigentlich wollen. Es steht dem diametral gegenüber. Es ist wie Platzangst im Fahrstuhl, es ist die Reaktion auf eine Angst, die unbegründet ist. Der Aufwand, diese zu bekämpfen, ist immer unverhältnismäßig, egal, wie viel technische Leistung im Fahrstuhl steckt. Wie viel Statistik die Gefahr schrumpfen lässt. Wie viel Beteuerungen die Angst mindern wollen. Wie viele Hinweisschilder die Angst nehmen wollen. Es wird in der Sache nicht nur nicht dienlich sein, sondern die Angst vergrößern. Denn warum reden alle darüber, dass eine Gefahr keine ist, wenn sie keine ist? Das ist das Dilemma mit der Kontrolle. Man erreicht sie nie, deshalb wird sie endlos verstärkt. Und das nimmt dem natürlichen Antreiben die Kraft und die Wirkung.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, Kontrollproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:50

Montag, 28. September 2009

Erneuerungsproblematik

Immer wieder neu. Es ist ein Privileg der Erfolgs, dass Menschen plötzlich glauben, sie hätten etwas erreicht, geschweige denn verdient. Es gibt Berufsbildern, da wird einem das Gegenteil ständig vor Augen geführt, zum Beispiel bei einem Koch. Da ist jedes Essen, das ganze, immer wieder neu. Es bringt nichts, aber auch gar nichts, wenn man 100.000 Essen perfekt hinbekommen hat und dann geht ein kaltes Stück Fleisch an einen Kunden. Dem hilft das nicht, dass 100.000 x alles super gelaufen ist, wenn sein Essen leider kalt serviert wird. Diese Gesetzmäßigkeit haben viele aus den Augen verloren. Sie glauben, sich auf etwas berufen und ausruhen zu können. Dem ist aber nicht so. Es gilt immer und für alles, jedes Ereignis als Einzelnes selektiv wahrnehmen zu können und immer „Neu“ zu machen. Erst die ständige Erneuerung und das Bewusstsein darüber, dass dem so ist, öffnet die Chance in etwas wirklich gut zu werden und zu bleiben. Aber leider ist dem bei vielen nicht so, die Lust an der ständigen Erneuerung wohnt nur wenigen inne. Deshalb ist der Markenfriedhof so groß und so voll. Da ruhen in Unfrieden Marken, die Erneuerung für sich als nicht notwendig angesehen haben.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, Erneuerungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 25. September 2009

Energieproblematik

Wir haben Energie nur als etwas gesehen, was aus Steckdosen kommt, was unsere Heizungen erwärmt. Das Wasser erhitzt und Autos fahren lässt. Somit kennen wir nur 50% der Bandbreite, was Energie zu leisten im Stande ist. Wir kennen im Prinzip nur die Kräfte-Variante. Das ist wie in unserem Körper. Wir würden nur die Muskeln kennen, die Energie benötigen, einsetzen und verbrauchen. Jede andere Form von Energie wäre uns unbekannt. Und genau so verhält es sich in allen Bereichen unserer Gesellschaft, die andere Hälfte der Energie ist vielen unbekannt. Es die Energie, die Menschen motiviert sein lässt, ohne dass man diese motivieren müsste. Es ist die Energie, die immer weiter will, immer weiter vordringen will. Es die Energie, die Neugierde bis zum letzten Atemzug antreibt, die Interessen Flügel verleiht. Die Energie, die unsere Willenskraft maßgeblich unter Strom setzt. Dieser Energie muss man Raum geben und Wege bereiten, und vor allem Zeit. Denn wir gehen mit Energie in Bezug auf uns ebenso schlecht um wie mit der herkömmlichen Energie. Wir vergeuden viel davon und nutzen im Verhältnis nur sehr wenig. Energie ist auch bei Menschen nicht endlos. Wenn dieser nur Hindernisse in den Weg gelegt werden, sucht sich Energie dann andere Felder oder verkümmert. Dabei ist es gerade diese Energie, die von unschätzbaren Nutzen und Wert für alle sein könnte.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, Prinzipienproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:22

Donnerstag, 24. September 2009

Prinzipienproblematik

Das haben wir schon immer so gemacht. Das haben wir noch nie so gemacht. Zwei Sätze, die ganze Weltwirtschaften in Gefahr bringen können. Prinzipien sind wichtig, aber unterliegen auch dem Prinzip der kontinuierlichen Justierung. Alles verändert sich, somit auch Prinzipien. Sicher nicht in dem Maße wie technologische Entwicklungen, aber bekanntermaßen machen gerade Kleinigkeiten oftmals den großen Unterschied. Prinzipien sind in unserer Gesellschaft stark gebunden an das, was hinter uns liegt. Weniger richten sich Prinzipien daran aus, was mal sein wird. In vielen Bereichen haben und werden sich ein Großteil der Prinzipien nicht ändern. Das hindert aber nicht daran, im Detail Prinzipien zu optimieren. Hier stößt man meist auf geringe Gegenliebe. Denn die Veränderungen machen den meisten Menschen gerade in den Prinzipien viel Angst, weil man bereit sein muss, Gewohntes, Verinnerlichtes, Gelerntes zu verändern. Dazu sind nur sehr wenige gerne und freiwillig im Stande. Den Rest muss man dazu zwingen oder zumindest keine Wahl lassen. Wer bei Prinzipien auf Mitbestimmung Wert legt, der wird nichts verändern können. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, Wohlstandsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:14

Mittwoch, 23. September 2009

Wohlstandsproblematik

Das Ziel ist das Ziel, und das Ziel hieß mal „Wohlstand“ für alle. Im Laufe der Zeit muss man nur die Fähigkeit und Bereitschaft aufbringen, Ziele daraufhin zu prüfen, ob diese noch zeitgemäß sind. Wohlstand war aus der Sicht der 50er Jahre etwas völlig anderes als jetzt aus der Sicht eines Jahres 2009. Aber man hielt unbeirrt an alten Zielen fest. Das ist falsch, sehr falsch. Das ist so falsch, als hätte Trabant, der ehemalige Automobilhersteller, an seinen Zielen auch nach dem Fall der Mauer festgehalten und hätte 17 Jahre lang den letzten Trabant ausgeliefert. Ziele stellen kein Dogma dar, sondern müssen ständig an die Zeit angepasst werden. Das Wohlstandsziel ist dieser wichtigen und notwendigen Entwicklung nicht unterzogen worden. Somit verfolgen wir heute mit allen Mitteln ein Ziel namens Wohlstand, das seinen Sinn längst verändert hat. Die Generation meiner Eltern hat ständig behauptet: Ihr sollt es mal besser haben. Meine Generation von Eltern hofft, dass ihre Kinder in Zukunft den Level halten können oder dass dieser nur wenig absinkt. Somit sind die mit dem Wort Wohlstand verbundenen Ziele und Maßnahmen nicht mehr sinnvoll und zeitgemäß. Die Werte haben sich verschoben, erneuert und verändert.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, Vertrauensproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:38

Dienstag, 21. Juli 2009

Ich bin mal kurz weg gewesen. Komme jetzt aber wieder.

Dem einen oder anderen ist es vielleicht aufgefallen, dass ich einige Zeit nicht hier war. Das lag allein daran, dass ich nicht dazu gekommen bin. Meine Liste ist gerade einfach zu lang und wird ständig länger. In Anbahnung einer Wirtschaftskrise mit biblischem und zugleich apokalyptischen Ausmaß, habe ich Vorbereitungen getroffen. Meine Arche Noah gebaut. Denn die Erinnerung an die letzte fette Krise 2002 ist mir noch allgegenwärtig und steckt mir immer noch in den Knochen. Somit habe ich Dinge getan, die ich lange nicht mehr getan habe. Ich habe mir neue Kunden gesucht. In diesem Fall mal größere, weil ich dachte, von einem großen Baum fallen auch in der Krise sicher noch mehr Kirschen, als von einem Bäumchen. Auf der anderen Seite habe ich mir aber auch gedacht, was ist, wenn sogar die Großen keine Früchte mehr tragen. Somit habe ich die notework-Idee endlich selbst begriffen und setzte diese nun gleichzeitig um. notework ist ein Netzwerk der Verbundenheit. Die Strategie: Auf neuen Wegen zu alten Zielen. Der Gedanke: Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung. Die Idee: Ein Mittelstandsnetzwerk im Internet. Die Wirkung: Business-Pages, die Geschäft generieren. Und die zu den relevanten Suchbegriffen jeweiligen Angebote weit vorne platzieren bei den Suchergebnissen. Neue Geschäftsfelder erschließen. Das Instrument: Online-Redaktionssysteme, die miteinander verbunden sind. Es funktioniert leider so gut, dass wir aus dem Bauen von Online-Redaktionssystemen gar nicht mehr rauskommen. Und mit jeder weiteren Business-Seite schaffen wir wieder überzeugende Argumente, die neue Kunden auf den Plan rufen. notework braucht jetzt viel Zeit, Ideen und Geschwindigkeit. Das fordert die Idee einem einfach ab. Und alle, die daran mitwirken und es werden ständig mehr, die ergreift schnell dasselbe Gefühl. Endlich Marketing und Kommunikation realisieren zu können und zu dürfen, was wirklich funktioniert. Wer mehr erfahren will, der kann das auf der notework-Seite verfolgen. Wenn ich dazu komme, schreibe ich hier nieder, was gerade passiert, was passiert ist und was passieren wird.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:34

Montag, 20. Juli 2009

Vertrauensproblematik

Der Mensch ist sensibler, als man glauben mag. Er trifft seine Entscheidungen somit primär aus dem Bauch heraus und erklärt sich diese dann mit der ihm schlüssigen Plausibilität, die seiner Logik entspricht. Nicht mehr und nicht weniger. Der Casus Knaxus liegt aber im emotionalen Bereich, und nur hier. Hier breiten sich die wesentlichen Gefühlswelten aus, die zu einer Meinung, einer Entscheidung, einer Stimmung, einer Einstellung bis hin zu einem Vorurteil führen. Da helfen keine Argumente, und wiegen diese noch so schwer, wenn das Gefühl einem etwas anderes sagt. Nichts zu machen. Das Vertrauen ist eines der ganz großen Gefühle. Man könnte sagen der höchste Trumpf unter den Gefühlen. Wenn das Vertrauen nicht da ist, macht man keinen Stich. Ist das Vertrauen da, hat man immer die besseren Karten in der Hand. Verspielt jemand das Vertrauen leichtsinnig, dann geht so gut wie nichts mehr. Genießt jemand das Vertrauen, dann ist alles möglich. Deshalb ist der Schutz des Vertrauens das oberste Gebot, an das sich ebenso wenig halten wie Falschparker. Das ist das Problem.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, Aufwandsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:50

Montag, 22. Juni 2009

Aufwandsproblematik

Ein gängiges und funktionierendes Geschäftsmodell der Vergangenheit basierte auf dem Aufwandsprinzip. Man konnte seinen Umsatz und Ertrag dadurch steigern, in dem man den Kunden möglichst viel Aufwand verkaufte. Somit musste man die Fähigkeit erlernen, Aufwand zu verkaufen. Jede Mücke musste man zu einem Elefanten aufblasen können, denn nur so kam man an das gute und viele Geld. Da wurde nicht repariert, sondern gleich was neues angedreht. Gerade Architekten und Werber können davon ein Lied singen, warum man die Budgets ständig überschritten hatte und innerhalb dieser, möglichst komplexe und komplizierte Umsetzungen platzierte. Aufwand hieß, Geld verdienen. An Lösungen war da noch nicht zu denken. Aus diesem Bewusstsein erwachen nun langsam immer mehr, denn die gewünschte Wirkung blieb in der Regel aus. Kein Wunder, wenn etwas so kompliziert ist. Das Umdenken weg vom Aufwand, hin zur Lösung, die nicht budget- sondern zweckgebunden ist, sondern an die Wirkung, findet nun statt. Und siehe da, es entsteht eine erfolgreiche parallele Wirtschaft, die mit der Aufwandswirtschaft nicht zu tun hat. Und das allerschönste – sie funktioniert.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, Verantwortungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 19:14

Verantwortungsproblematik

Es galt und gilt als Errungenschaft, wenn wir Verantwortung abgeben können, egal ob an den Sicherungskasten, an FI-Schalter, an Rauchmelder, an Airbags und so weiter. Wohin man sieht, sind Systeme entstanden, die uns der Verantwortung entheben. Diese Errungenschaft hat wie viele ein neues Problem gleich im Gepäck. Wenn uns an allen Ecken und Enden die Verantwortung als Entlastung abgenommen wird, dann fühlen wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Und dann verhalten wir uns auch nicht mehr verantwortlich. Dieses schädliche gesellschaftliche Verhalten kann man überall beobachten. Das führt dazu, dass jeder davon ausgeht, dass man selbst nicht verantwortlich sein muss. Und deshalb auch unverantwortlich handeln kann. Somit muss man resümieren, wir haben für eine Art von Fortschritt das Bewusstsein für Verantwortung verloren und genau so gehen wir mit den Dingen unserer Zeit um. Somit hieße es im Umkehrschluss, man müsste diese ganzen Sicherungssysteme wieder abbauen, damit man wieder Verantwortung lernt und sich verantwortlich fühlen muss. Verantwortung ist eben kein Reflex oder etwas angeborenes, es ist eine Frage der Entwicklung. Und die läuft in der Frage in die falsche Richtung.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, Gemeinschaftsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 19:13

Montag, 15. Juni 2009

Und da fährt er hin, der Zug der Entwicklung

Kleine Systeme haben den Vorteil, dass sie an der Spitze der Entwicklung sein können. Große Systeme hingegen haben den Nachteil, dass sie Entwicklungen weit hinterher laufen müssen. In Konzernen ist oft der Fall, dass die eingesetzte und verwendete Technik völlig veraltet ist, so auch die Programme, Treiber, Applications – einfach alles. Große Systeme können in der Entwicklung nicht mehr vorne dabei sein und mitspielen. Kleine Systeme können das, solange sie klein sind und bleiben. Sobald sie die kritische Größe überschritten haben, ergeht es ihnen wie allen anderen großen Systemen. Somit liegt hier eine große Chance vor uns. Wir müssen uns nach und nach von den Großen verabschieden, denn es entstehen unglaublich viele neue kleine Systeme, die alle vorne mitspielen können und nicht mehr allem und jedem hinterher laufen müssen. Rüsten Sie mal bei einem Unternehmen mit 10.000 Mitarbeitern die Arbeitsplätze, das Homeoffice und die Wireless Option auf den neuesten Stand auf. Erstens geht es nicht und zweitens ist es zu teuer. Kleine Systeme gehen einfach morgen in den Laden oder laden jetzt das Notwendige online herunter, technologisches Entwicklungsupdate und Upgrade ist sofort verfügbar. Und schon ist man weiterhin vorne dabei. So ein Arbeitsplatz in einem Konzern sieht auch aus technologischer Sicht erbärmlich aus. Was da für Rechner unter dem Tisch vor sich hin brummen, kleine flackernde Monitore und Lüftungsventilatorengeräusche. Langsam. Träge. Voller Tücken. Und auf einem Stand, der mal vor sechs oder zehn Jahren kurze Zeit aktuell war. Die Spitze der Entwicklung ist nicht da, wo alle hinsehen und wo sie sich alle in den Vordergrund drängen oder gedrängt werden. Sondern die Spitze ist nicht sichtbar. Die kleinen Systeme sind vorne und kaum einer weiß es. Das Internet könnte für viele Unternehmen das Schlüsselmedium werden. Eigentlich ist es das schon. Ich will mich mal höflich ausdrücken. Warum eigentlich? Stimmt! Wer das Internet nicht als das Schlüsselmedium einsetzt, der läuft der Entwicklung nicht nur hinterher, sondern der hat den kompletten Zug verpasst. Eventuell für immer. In großen Unternehmen können die meisten von der modernen Entwicklung nicht profitieren. Wer das erkannt hat, ist privat besser ausgestattet als am Arbeitsplatz. Das wäre so, als würde man von der Firma einen Golf 3 bekommen und privat einen nagelneuen Mini fahren. Die Notwendigkeit ist denen nicht bewusst. Warum auch? Wie auch? Leben sie doch in einer Welt, die ohne das alles auskommt, die aus der Entwicklung schon seit Jahren ausgestiegen ist. Fragen Sie doch mal eine Führungskraft, was ein Browser ist oder eine Application oder ein Plugin. Was Skype ist oder Serendipity oder eine IP-Adresse oder auch mal, was der PageRank ist, der Alexa Rank, was man bei Technorati findet, was man bei ted.com entdecken kann, was Redaktionssysteme sind, Firefox oder WLAN oder ein Forum oder ein Blog oder 1 Terrabyte bedeutet, wieviel Gig auf ein iPhone passen, was der Unterschied zwischen ADSL und SSDL ist, was Flash ist, und ein Java Script, oder CSS, PHP und HTML, was über eine Mrd. verkaufter Apps in nur 6 Monaten bedeutet, MP3, RAW Dateien, Link-Popularität... Ich höre jetzt besser auf. Sonst springt noch einer aus dem Fenster – bzw. Window. Da liegen unglaubliche Chancen vor uns, und genau diejenigen, die diese dringend brauchen, einsetzen und nutzen könnten, denen bleibt diese Welt verschlossen, weil sie einen Explorer 5.0 haben. Und weiter haben werden. Das ist schon eine verrückte Welt. Wenn auch Sie nur spanisch und Bahnhof verstehen, dann, dann, dann... machen sie was. Und zwar sofort.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 16:23

Gemeinschaftsproblematik

Der Einzelne und die Gemeinschaft. Ein schönes Sprichwort sagt, dass in einem Wassertropfen die ganze Idee des Meeres enthalten ist. Ebenso verhält es sich bei uns Menschen mit einer Zelle, in der die ganze Idee des Menschen enthalten ist in Form der DNA. Und ebenso verhält es sich mit dem Menschen, der als Individuum die Idee der Gemeinschaft darstellt. Aber wir verhalten und leben nicht danach. Wir fügen uns nicht mehr zu einem Meer zusammen, sondern bleiben als Tropfen zurück. Die Gemeinschaft ergibt einen natürlichen Sinn. Gemeinsinn. Gemeinsamkeiten. Verbindungen. Interessen. Verbundenheit. Einheit. Vertrauen. Und vieles mehr, das dem Individuum das gute Gefühl gibt, eine Zelle in einem funktionierenden Organismus zu sein. Dieses wichtige Gemeinschaftsgefühl hat sehr gelitten. Wir ziehen das Leben als Tropfen, als einzelne Zelle vor. Die Zahl der Singlehaushalte steigt unaufhörlich. Somit muss man resümieren, wir verlieren den Gemeinschaftssinn und gewinnen nichts dafür hinzu. Dieses Problem zeigt sich vor allem da, wo wir für andere denken und fühlen müssen. Das können wir immer weniger. Deshalb können wir nichts mehr für andere machen, sondern nur noch für uns selbst. In der Hoffnung, dass dies bei anderen Anklang findet. Was es immer weniger tut.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,

Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, Teamproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 16:00

Freitag, 29. Mai 2009

Hin zur freien und sozialen Machwirtschaft

Machen. Einfach machen. Das Ziel vor Augen, die Vision im Hinterkopf und dann einfach losgehen und loslegen. Der richtige Weg zum Ziel in Richtung Vision entsteht beim gehen, nicht beim stehen. Meine Mischung aus brutaler Ungeduld und konstruktiver Faulheit hat einen explosionsartigen Charakter geformt. Einen, der am liebsten macht. Denn wer sich im Machen befindet, befindet sich in Bewegung. Somit ist das Machen das beste Mittel gegen brutale Ungeduld und konstruktive Faulheit. Ich plane nicht, wie ich eine Küche aufräume, sondern ich mach das einfach. Ebenso geht es mir tagtäglich bei der Arbeit. Die Planungszeit ist die kürzeste und mehr eine Abstimmung, in welche Richtung jeder einzelne geht, damit wir gemeinsam am selben Ziel an- und rauskommen. Die Idee im Kopf hat eigentlich keinen Wert, die Umsetzung dagegen ist um so wertvoller. Sogar die falsche, denn diese zeigt einem den Weg zur richtigen Umsetzung. Theoretisch kann man mit dem Finger auf dem Globus um die Erde reisen. Praktisch hat das aber nichts mit der Realität zu tun. Das Planen hat das Machen in unserer Gesellschaft bei weitem überflügelt. Die Masse der guten Pläne ist unglaublich groß. Noch beeindruckender ist die Quote des Scheiterns, die weit über 80% liegt. Dabei waren alle Pläne so gut durchdacht. Wie kann das passieren? Es passiert, weil der Plan nur die Richtung vorgibt. Er gibt keine Ergebnisse vor, sondern die entstehen beim Machen und müssen dann umgehend in den weiteren Überlegungen Berücksichtigung finden. Denn der beste Weg ist nicht der kürzeste, der schnellste oder der einfachste. Sondern der beste Weg ist einfach der, der zum Ziel führt. Und der ist, wie er ist. Das Ankommen am Ziel steht in meiner Welt weit im Vordergrund. Und ankommen kann ich nur, wenn ich mich ständig auf das Ziel zu bewege. Und das kann man nur bei Machen. Jetzt kann bekanntlich nicht jeder machen. Es sind dann doch nur wenige, die am liebsten machen. Wesentlich mehr machen lieber mit. Und der überwiegende Teil wundert sich, was die anderen da machen. All diese drei Gruppen sind aber eng miteinander verbunden, hängen voneinander ab. Jeder Macher liebt es, wenn er Menschen davon überzeugen kann, bei seiner Idee mitzumachen. Und diese beiden Charaktergruppen lieben es geradezu, dass alle anderen sich wundern. Nur die Trennung der Gruppen ist wichtig und dass jeder lernt oder irgendwann weiß, zu welcher der drei Gruppen er gehört. Denn nur da kann er erfolgreich und glücklich werden. Es ist völliger Blödsinn, dass es für viele ein Ziel ist, „Macher“ zu sein, wenn sie es eigentlich nicht sind. Denn das geht völlig in die Hose, wie man gut in unserer Gesellschaft beobachten kann. Was wäre Beckenbauer ohne Schwarzenbeck geworden? Die Beispiele sind unzählig und sie sind beeindruckend, wie wenig wirkliche Macher wie viel bewegen, verändern und leisten können. Und alle anderen profitieren davon. Wenn man das berücksichtigen würde und man „Macher“ machen ließe, anstatt diese mit sinnlosen Planungsspielen völlig in die Irre zu treiben, dann wären wir auf dem besten Wege zu einer „Leistungsgesellschaft“, die Leistung in den Dienst der Gesellschaft stellt. Eine Gesellschaft, in der alle wesentlich mehr von den wenigen Leistungsträgern profitieren würden. Aber wir verknüpfen historisch „Macher“ mit einer Art von Menschen, die mit dem eigentlichen Sinn des Begriffs nichts zu tun haben. Macher zerstören nicht, sondern lassen entstehen und teilen gerne. Macher sind dankbar, dass die Richtigen mitmachen und dass alle, die sich wundern, dann doch begeistert sind.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:16

Donnerstag, 28. Mai 2009

Teamproblematik

Wir sind ein Team. Wie oft sind diese Worte gefallen, ohne nur den Funken einer Reaktion auszulösen. In einer Welt voller Egoisten hat sich der Begriff in seiner Funktion gewandelt. Teamfähigkeit ist zusammengeschrumpft auf den reinen Nutzen, Nutzen für den Einzelnen. Somit ist Teambildung nur dann möglich, wenn der mögliche Vorteil durch das Team um vielfaches größer wird, als durch einen selbst. Nur der rationale und numerische Vorteil lässt so etwas wie Teams entstehen. Sonst sind Teams kaum noch anzutreffen. Dabei ist das Team, die Gemeinschaft in Altdeutsch, die Grundlage und die Voraussetzung dafür, dass der überwiegende Teil dessen, was wirklich erstrebenswert ist, überhaupt zu erreichen ist. Das Team ist der Schlüssel zu weitaus mehr, als der Einzelne zu leisten im Stande ist. Somit beschränkt die Wirtschaft sich kolossal, wenn sie nicht mehr teamfähig ist. Dabei geht es nicht um elf Freunde, das ist absurd, sondern um eine menschliche Konstellation, die dazu führt, einen Multiplikationseffekt auszulösen. Die Gemeinschaft erzeugt ein Ergebnis, das um ein Vielfaches größer, besser und schneller erzielt werden konnte, als der Einzelne es alleine erzielt hätte. Dieses Prinzip ist eines der Grundprinzipien für Erfolg, das sich geradezu verflüchtigt hat.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, Demokratieproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:35

Freitag, 15. Mai 2009

Demokratieproblematik

Wenn Minderheiten Mehrheiten unterdrücken können. Wenn die Destruktiven die Leistungsträger in Schach halten können. Wenn Demokratie zum System des Konsens des kleinsten gemeinsamen Nenners verkommt. Wenn Demokratie auf alle 4 Jahre Stimmzettel abgeben reduziert wird. Wenn Demokratie von Interessengruppen ge- und missbraucht wird. Wenn Demokratie sich nur noch auf Analysen und Prognosen stützt. Wenn Demokratie das Dulden und Ertragen von Missständen beschreibt. Wenn Demokratie zum Konzept der Schwäche, des schlechten Kompromisses degradiert wird. Wenn Demokratie aussieht wie ein Selbstbedienungsladen für die einen und die anderen müssen fortwährend die Regale neu auffüllen. Dann haben wir ein falsches Demokratieverständnis. Und ein sehr gefährliches. Denn die Demokratie bildet ein wichtiges Schutzschild. An ihr selbst ist nämlich nichts schlecht, sondern alles gut. Es sind die Menschen, welche diese schlechter und schlechter aussehen lassen. Die Frage, die sich da nur stellt, lautet, wie viel Ungerechtigkeit verträgt eine Demokratie? Was hält sie aus? Somit fließt ein gesundes Demokratieverständnis in alles ein, was wir denken und was wir machen. Oder sollte zumindest.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik, Fehlerproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:28

Dienstag, 12. Mai 2009

Fehlerproblematik

Nur keine Fehler machen, ist oftmals die falsche Prämisse. Wer so an die Dinge geht, dem kann zum einen nichts Großes gelingen und er tritt auf der Stelle. Der Fehler und das Scheitern sind wesentliche Bestandteile des viel besser werdens. Man scheitert besser und besser, bis man am Ziel ist. Und dazu gehören Fehler. Ohne die geht das nicht. Dabei reden wir von den Fehlern, die nicht zu verhindern waren, keine mutwilligen oder dummen Fehler, sondern die Fehler, die einem begegnen, wenn man mutig voranschreitet. Wenn man Neuland betritt. Wenn man in unbekannte Gefilde vordringt. Und wenn man macht. Es gibt mehr Systeme, die Fehler verhindern sollen, die Fehler entdecken sollen, die Fehler zuweisen sollen, als Systeme, die Fehler richtig einsortieren und bewerten. Die meisten großen Entdeckungen, Erfindungen, Innovationen beruhen auf Aspekten wie: Zufall, Schicksal, Glück und Fehler. Erst der Fehler bringt einen auf den richtigen Weg zurück. Wer fehlerlos handelt, wird erst ganz am Ende feststellen können, dass er irrte. Und das geschieht im überwiegenden Teil.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, Unternehmerproblematik,

...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:24

Montag, 11. Mai 2009

Unternehmerproblematik

Unternehmer ist nicht gleich Unternehmer. Das bemerkt man vor allem am Betriebsmodus und am Betriebssystem. Da wir aber immer noch dem stillen Glauben verfallen sind, dass dort, wo Unternehmer drauf steht, Unternehmer drin ist, kommt das dabei raus, was dabei rauskommt. Die meisten Führungskräfte sitzen zwar an einer Position, die einen Unternehmer bedarf, aber dem ist nicht so. Bei weitem nicht. Die denken und handeln mehr im Angestelltenmodus und Angestelltenbetriebssystem, was man vor allem an einem erkennen kann – am Output.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik, Involvementproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:57

Samstag, 9. Mai 2009

Involvementproblematik

Überzeugen können, statt überreden müssen. Noch immer glauben zu viele, es läge an der Qualität der Argumente, warum etwas passiert oder nicht. Dem ist leider, oder zum Glück, nicht so. Denn Argumente sind subjektiv und stellen die Wirklichkeit eines Blickwinkels dar. Somit stellen Argumente nie die Wahrheit dar sondern nur eine Wahrheit. Welche aber natürlich so ins Licht gerückt wird, dass sie ihre Wirkung nicht verfehlt, was sie aber in der Regel tut. Was überzeugt, liegt nicht in der Kraft der Argumente, sondern in der Kraft des Involvements. Das verhält sich so wie in der Biologie. Das Vitamin benötigt ein Enzym, um an die richtige Stelle zu gelangen. Und das Argument benötigt ein passendes Involvement als Träger, damit die Botschaft ihr Ziel erreicht. Somit bedarf es nicht der Erhöhung des Werbedrucks, man muss auch nicht lauter werden und schon gar nicht mehr und mehr Argumente liefern, sondern nur ein wirklich relevantes Argument und das getragen von einem passenden Involvement – der Idee. Dann geht alles viel einfacher und wie von selbst. So einfach das klingt, so schwer ist das in der Realität umzusetzen. Denn die meisten fallen vom Glauben ab, wenn sie wüssten, wie einfach gute Kommunikation funktioniert und wie wenig man braucht. Aber das Einfache und das Wenige ist auch in diesem Fall das Schwere. Deshalb ist gute Kommunikation auch so selten. Mit Recht.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik, Anpassungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 14:04

Donnerstag, 7. Mai 2009

Anpassungsproblematik

Der Konformist ist ein Auslaufmodell. Oder sagen wir so, er wird sich halbieren, denn es ist keine Frage entweder oder, eher sowohl als auch. Was kommt, ist der Individualist. Somit wird die Anpassungstheorie um ein neues Kapitel bereichert. Diese Entwicklung hat schon begonnen und setzt sich fort. Gerade in großen Unternehmen wehrt man sich noch mit Händen und Füßen gegen diese Spezies der Individualisten, aber auch an anderen Orten und Stellen, an denen man die Veränderung hasst, wie Vampire den Knoblauch. Somit ist die Anpassung nur die halbe Wahrheit. Die andere Hälfte stellen in Zukunft die Individualisten da, die sich aus ihrer Intuition bedienen. Die ihren Gefühlen Ausdruck verleihen können. Die auf neuen Wegen zu alten Zielen gelangen können. Nur Vorsicht ist geboten, denn zur Zeit gibt es noch viele verkleidete Individualisten. Das sind noch keine echten, die wollen nur auf einem Trend vorne mitschwimmen. Den echten Individualisten erkennt man ganz einfach. Er ist nicht dort, wo zu viele konforme Menschen sich aufhalten, denn da fühlt er sich nicht wohl.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik, Stärkenproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:09

Mittwoch, 6. Mai 2009

Stärkenproblematik

Viele konzentrieren sich mehr darauf, Schwächen zu kompensieren, statt in die Stärken zu investieren. Es liegt auch in der Natur unserer Sache, dass wir eher Probleme beheben, die Schwächen aufzeigen, anstatt einfach mit dem Großteil unserer Zeit, unseres Kapitals, unserer Kraft darauf zu verwenden, die Stärken zu stärken und damit die Schwächen zu schwächen. Es ist leider Teil unserer Einstellung, dass wir lieber die Schwächen entdecken und geradezu suchen, anstatt das genaue Gegenteil zu machen. Wir sind mehr dem Vermeiden von Risiken und dem Bekämpfen von Schwächen zugetan. Leider. Denn wenn wir das Gegenteil tun würden, wäre es anders um viele und vieles bestellt. Aber wenn man auf Menschen mit so einer Einstellung, Programmierung und Haltung trifft, bemerkt man schnell, dass es sinnlos ist, hier Überzeugungsarbeit zu leisten. Das lässt man besser. Da kann man auch versuchen, dem Kölner den Karneval auszureden. Warum?

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik, Qualitätsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:05

Dienstag, 5. Mai 2009

Qualitätsproblematik

Der Begriff Qualität wird meist mit teuer oder teurer gleichgesetzt. Das ist falsch. Viele meiden den Qualitätsanspruch, weil sie befürchten, es wird teurer und man ist nicht mehr wettbewerbsfähig. Auch das ist falsch. Es ist nicht nur falsch, es ist genau die Einstellung, die Wertschöpfung erst behindert, dann verhindert und zu guter Letzt unmöglich macht. Qualität hat etwas mit der Beschaffenheit zu tun, mit einem Versprechen an die Zukunft, den Nutzen, die Haltbarkeit, die Freude. Zudem ist Qualität ein Versprechen an ein passendes Preis-/Leistungsverhältnis, ob niedrig oder hoch. Es muss eben passen. Sonst stimmt mit der Qualität etwas nicht. Qualität ist die Verdichtung von Aspekten, die egal für welchen Preis, dem Kunden das gute Gefühl vermitteln, sich für das Richtige entschieden zu haben und sich dieses Gefühl im Verlauf des Nutzen-/Gebrauchszeitraums bestätigt. Wer diese Qualität aus den Augen verliert, der kann über kurz oder lang einpacken.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik, Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, Zeitproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:07

Donnerstag, 30. April 2009

Zeitproblematik

Geschwindigkeit ist, wie Wachstum und Umsatz in Markt- und Wirtschaftsphasen, ebenfalls ein Aspekt, den man anders einsetzen und nutzen muss. Denn ebenso wenig, wie alles immer weiter wachsen kann und Umsatz sich nicht ewig vermehren kann, so kann man auch Zeit nicht ständig verkürzen und beschleunigen. Diese Entwicklung ist endlich und zudem wirkt sie sich in bestimmten Markt- und Wirtschaftsphasen sehr negativ auf die numerischen und emotionalen Ergebnisse aus. Somit gilt es, dieser Entwicklung eine sinnvolle gegenüberzustellen. Einen Umgang mit Zeit, der sich nicht als Stress auswirkt, der voller Geduld ist, der reifen lässt, der Entwicklung fördert, der Entspannung wie im Sport als einen wichtigen Bestandteil berücksichtigt. Zeit muss man ebenso investieren können, wollen und müssen, wie das, was wir alle am eigenen Leib erleben.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, Expertenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 17:31

Mittwoch, 29. April 2009

Expertenproblematik

Das Gebot des hierarchischen Denkens gebietet, dass wir der nächsthöheren Instanz Glauben schenken und diese nimmt in der Öffentlichkeit der Fachmann und/oder Experte ein. Er steht eine Stufe über allen Nicht-Fachmännern und Nicht-Experten, sprich Laien. Wenn man also allen die Welt erklären will, muss man nur einen Expertenmodus einnehmen und schon denkt jeder, der wird es schon wissen. Dabei ist dem in der Regel nicht so, sondern gerade weil man sich der hierarchischen Situation bewusst ist, nutzt man diese einfache Mechanik. Das bedeutet, dass ein Großteil der uns vorgeführten Fachmänner und Experten diese Position nur einnimmt, damit alle ihren Meinungen und Äußerungen folgen. Ohne wirklich zu wissen, ob die stimmen. Denn wenn es der Experte sagt, dann muss das wohl richtig sein. Weit gefehlt.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik, Geistesproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:36

Dienstag, 28. April 2009

Geistesproblematik

Du gleichst dem Geist, den du begreifst, nicht mir. Schrieb Johann Wolfgang Goethe 1797. Somit ist alles eine Frage des eigenen Vermögens, Vermögens an Intuition, an Intelligenz und Wissen und das alles zusammengenommen ist in einem möglichen Allwissen sehr begrenzt. Auch wenn viele von sich natürlich das Gegenteil annehmen, so ist Allwissen eine solche Größenordnung, dass man selbst nur einen kleinen Prozentsatz erreichen kann. Dieser besteht in der Regel zum größeren Teil aus seinen Fachgebieten. Der Rest bleibt einem verschlossen. Dabei ist gerade das Interdisziplinäre von großem Nutzen, denn viele Probleme lösen sich in anderen Bereichen längst auf. Nur die kennt man nicht oder man glaubt diese nicht. Glaubt nicht, dass die Lösung dafür eventuell schon 500 Jahre als ist oder aus einer anderen Kultur kommt oder aus einer anderen Wirtschaft. Somit bewegt sich unser Geist nur in unseren eigenen kleinen Grenzen. Das ist oft zu wenig. Viel zu wenig. Man muss den Mut aufbringen, viele gute Geister miteinander zu verbinden und daraus eine emotionale Verbundenheit zu schaffen. Dadurch könnte man viel mehr aus Erkenntnissen profitieren, die einem meist für immer verschlossen und verborgen bleiben. Nur wie soll man glauben und vertrauen in einer Welt, in der sich alle nur aneinander bereichern? Natürlich immer unter dem gut gemeinten Vorwand, nur zu helfen. Somit ist die Geistesproblematik längst eine Vertrauensproblematik, was gravierend, aber verständlich ist. Wie schafft man Vertrauen in einer Welt voller Misstrauen? Indem man in erster Linie den Menschen sieht und nicht die Welt, für die er steht. Indem man Menschen für sich gewinnt und nicht Vorteile. Indem man das Gemeinsame in den Vordergrund stellt und nicht den Nutzen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, Umsetzungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:19

Montag, 27. April 2009

Umsetzungsproblematik

Die Idee wird überschätzt, denn den eigentlichen Wert stellt nur die Umsetzung da. Viele gute Ideen werden nie das Licht der Welt erblicken, weil sie jemand nicht umsetzen kann. Somit wird die Idee im Verhältnis zur Umsetzung maßlos überschätzt. Erst die Umsetzung macht eine Idee wertvoll. Eine Idee ohne Umsetzung ist keinen Pfifferling wert. In der Regel gibt es zwei Arten von Menschen, die Ideen-Menschen und die Umsetzungs-Menschen. Die Ideen-Menschen leben lieber in der Welt der Ideen, weil sie die Umsetzung scheuen. Die Umsetzungs-Menschen leben lieber in der Welt der Umsetzung, weil sie die Ideen scheuen. Die Verbindung dieser beiden Welten ist ein weiterer Schlüssel zum Erfolg. Denn es kommt nur ganz, ganz selten vor, dass beide Eigenschaften sich gleichermaßen in einem Menschen vereinen. Und wenn, ist das für die Sache sicher von großem Vorteil, aber für alle anderen Beteiligten kein Zuckerschlecken. Denn der Charakter solcher Menschen ist nicht von schlechten Eltern. Somit ist eine Symbiose aus Ideengeber und Umsetzer immer harmonischer, wenn beide akzeptieren, dass sie von dem anderen abhängig sind. Und sich auch so verhalten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, Erfahrungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:45

Freitag, 24. April 2009

Erfahrungsproblematik

Völlig überschätzt wird die Erfahrung, denn diese sagt eigentlich nichts über die Fähigkeiten und Bereitschaften aus. Entscheidend sind nicht die Erfahrungen, sondern die Erkenntnisse, die man daraus gewonnen hat und die sichtbar, spürbar und nachvollziehbar das Denken und Handeln maßgeblich verändert haben. Menschen, die sich auf Erfahrungen berufen, haben in der Regel keine wichtigen Erkenntnisse daraus für sich abgeleitet. Menschen, die Erkenntnisse daraus abgeleitet haben, berufen sich nicht auf ihre Erfahrungen, weil sie diese längst in das umgesetzt haben, was sie täglich tun. Man spürt, wenn jemand was kann oder jemand nur was kennt. Das ist ein himmelweiter Unterschied. Obwohl, spüren können das leider nicht alle. Denn das grelle Licht der Erfahrung blendet die Menschen noch viel zu viel, so dass sie noch immer glauben, Menschen mit viel Erfahrungen können automatisch auch viel für einen tun. Können sie aber nicht. Sondern man selbst ist einfach nur eine nächste Erfahrung. Die Erkenntnis ist wie eine Treppe, die man nach oben steigt, so dass man die Dinge aus einer anderen neuen Perspektive beobachten kann. Die Erfahrung ist nichts anderes, als wenn man durch eine Drehtür geht und an derselben Stelle wieder rauskommt. Und das immer wieder und wieder. Erst die Erkenntnis verschafft es einem, Situationen auf einem anderen Level sprich Niveau betrachten zu können.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik, Qualifizierungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:08

Donnerstag, 23. April 2009

Qualifizierungsproblematik

Der Schwerpunkt bei Qualifizierung liegt nicht im Papier, in Abschlüssen, Zeugnissen und Erfahrung auf dem Papier, sondern in dem, was einem menschlich begegnet. Es wird viel zu viel Wert auf die numerischen Qualifikationen gelegt und die menschlichen werden dabei übersehen. Und es wird übersehen, dass man dem Richtigen alles beibringen kann, aber das man mit dem Falschen, obwohl er qualifiziert ist, nichts zu Wege bringt. Somit fehlen uns auch hier die wichtigen anderen 50% der Wahrheit. Der emotionale Teil kommt bei weitem zu kurz. Der Grund dafür liegt auf der Hand. Wer selbst mit den Menschen, die er einstellt, nicht zusammen arbeiten muss, der klammert sich für seine Rechtfertigung an Qualifikationen. Das Menschliche wird dabei völlig übergangen. Somit sind unsere Unternehmen, voll mit Menschen die auf dem Papier alles können, aber auf dem Boden der Tatsachen nichts zu Rande bringen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, Planungsproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:30

Mittwoch, 22. April 2009

Planungsproblematik

Wer plant, der irrt genauer. Pläne sollen helfen, Misserfolg zu verhindern. Somit sind alle Pläne durchsetzt mit Absicherungen, mit Risikominimierung. Was schlussendlich dazu führen muss, dass es keine kühnen waghalsigen verrückten und nutigen Pläne mehr gibt und dass alle diese blutleeren Pläne scheitern. Denn ihnen fehlt die nötige Kraft und Energie, welche Erfolg überhaupt erst möglich macht. Somit ist diese Art der Planung eine Misserfolgsplanung, was man an allen Ecken und Enden sieht. Sie berücksichtigt zu viel, was Erfolg unmöglich macht. Somit kann sich jeder bei dieser Art der Planung das negative Ergebnis eigentlich schon vorher ausmalen und denken. Aber so lange der Plan belegt, dass man selbst nicht schuld ist und alles getan hat, um auf Risiken hinzuweisen, so lange ist man aus der Schusslinie. Das Dumme dabei ist eben nur, dass diese Art der Planung nur in den Irrtum führen kann. Wie man sieht. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:45

Dienstag, 21. April 2009

Positionsproblematik

Wir leben in dem fatalen Irrglauben, dass Menschen, die eine Position besetzen, diese auch ausfüllen können. Dem ist beinichten so. Somit erklären sich auch die Verhaltensweisen. Der ganze Habitus vieler Menschen, die jeden Tag in der Befürchtung bewältigen müssen, dass jemand rausbekommt, dass ihnen die Fähigkeiten und Bereitschaft fehlen, um der Position gerecht zu werden. In der Regel werden Positionen aus Netzwerkinteressen besetzt. Man sitzt da, weil man keine Gefahr darstellt und weil man einem höheren im Netzwerk genehm ist. Ebenso besetzt man die Positionen im Netzwerk unter einem mit Menschen, die zum einen keine Gefahr darstellen und Menschen, die einem den Rücken decken. Somit stehen auch die eigenen Interessen weit vor denen der Sach- und/oder Unternehmensinteressen. Diese Problematik hat einen großen Einfluss auf den überall sichtbaren negativen Output.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, Angstproblematik, Positionsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Samstag, 18. April 2009

Angstproblematik

Ein probates Mittel um sich durchzusetzen, ohne überzeugen zu können, ist die Angst. Aber dieses Instrument wirkt nicht ewig und erzeugt unangenehme Nebenwirkungen. Somit ist die Angst als Mittel zur Umsetzung nicht mehr zeitgemäß, sie verfehlt auch ihre Wirkung und ihr Ziel. Die Dosierung zu erhöhen, hat dazu geführt, dass die Menschen der Angst zunehmend ausweichen, um sich in ein Umfeld zu bringen, das mehr von der Lust getrieben ist, als von der Angst verfolgt. Somit verlieren die Generäle der Angst ihre so wichtigen Soldaten. Denn die werden immer weniger. Und diejenigen, die übrig bleiben, bleiben nicht ohne Grund, der sich in einer geringeren Qualität rechtfertigt. Wer Qualität hat – geht. Somit müssen Unternehmen umdenken und das Prinzip Angst und Druck ad acta legen und sich dem Prinzip „Lust“ zuwenden. Auch wenn es schwer fällt. Aber es ist der Schlüssel, um die „Guten“ für sich zu gewinnen und zu halten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik, Orientierungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:28

Mittwoch, 15. April 2009

Orientierungsproblematik

Ein seltsames Phänomen kann man beobachten. Die meisten Menschen haben tagsüber ein anderes Bewusstsein als abends. Genauer gesagt, während der Arbeit ein anderes Bewusstsein, als wenn sie nicht arbeiten. Wenn sie nicht arbeiten, funktioniert der Menschenverstand einwandfrei. Sobald sie aber an die Arbeit gehen, verändert dieser seine Funktion. Das Bewusstsein ist ein anderes und stimmt mit den Menschen nach der Arbeit nicht mehr überein, obwohl der gesunde Menschenverstand nach der Arbeit eigentlich alles richtig sieht und einschätzt. Können Menschen über Jahre hinweg während der Arbeit gegen diesen gesunden Menschenverstand denken und handeln? Daraus entsteht eine gewaltige Orientierungsstörung, denn man orientiert sich offensichtlich falsch, aber macht es trotzdem. Und das wirklich Verrückte daran ist, dass sich alle wundern, wenn dann das eintritt, was leider folgen muss, wenn man Jahre alles falsch macht. Somit muss die richtige Orientierung klar justiert werden. Und zwar die Richtige.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, Meetingproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:29

Dienstag, 14. April 2009

Meetingproblematik

Wir besprechen zu viel und kommunizieren zu wenig. Meetings sind der beste Beweis für Blödsinn Made by USA. Das Fast-Food der Wirtschaft ist das Meeting. Alle machen es gerne, aber es ist für den Output extrem ungesund. Denn das Meeting ist nicht leistungs- und zielorientiert, sondern es ist in der Regel eine Machtdemonstration. Es dient dazu, sich in Position zu bringen, seine Position zu verteidigen. In Meetings passiert alles andere, als für das Vorankommen wichtig wäre. Somit genießen alle diejenigen einen Vorsprung welche diese Art von Meetings unterlassen und eine bessere Form wählen. Die Besprechung. Die Kurzform. Nicht länger als 2 bis 5 Minuten. Bloß nicht hinsetzen und gemütlich machen. Bloß keine Bühne für Unwichtiges und Nebensächliches schaffen. Schnell, laut und klar. Und die Runde immer so klein halten, wie es nur geht. Somit bremst diese schlechte Meetingangewohnheit die Wirtschaft wie jemand, der mit 200 Kilo Körpergewicht versucht, die 100 Meter unter 10 Sekunden zu laufen. Denn Wirtschaft ist kein Breitensport, sondern Spitzensport. Aber so sieht es bei weitem nicht aus.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, Problemproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:29

Donnerstag, 9. April 2009

Problemproblematik

Wir leben in einem Land, in dem sich alles um das Problem dreht. Somit haben wir eine Kultur der Problemdecker, Problemfinder, Problemversorger, Problemheraufbeschwörer, Problemanalysierer, Problembeschreiber, Problemverstärker, Problemvergrößerer. Wer so denkt und handelt, dem fehlen einfach 80% von allem, was man in Lösungen investieren könnte. Wir investieren 80% in Probleme, deshalb umgeben uns auch so viele Probleme und nur so wenige Lösungen. Somit ist jeder im Vorteil, der dieses System einfach umdreht und radikal nur 20% seiner Aufmerksamkeit dem Problem schenkt, aber 80% in Lösungen investiert. Klingt leichter gesagt als getan. Wer soll das machen in einer solch großen Problemkultur? Wer da mit Lösungen kommt, der hat doch nur das Problem noch nicht erkannt.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik, Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, Wirkungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:12

Dienstag, 7. April 2009

Wirkungsproblematik

Das Geschäftsmodell eines Großteils unserer Wirtschaft beruht auf dem Prinzip „Aufwand“. Man versucht, aus jeder Mücke einen Elefanten zu machen und einen möglichst großen Aufwand zu betreiben, um an möglichst viel Geld zu kommen. Denn die meisten verdienen nur am großen Aufwand. Dabei steht die Wirkung völlig im Hintergrund. Man kann sagen – wirkungslos. Diese Art des Umgangs ist die Chance für alle, die sich auf „Wirkung“ und nicht auf „Aufwand“ konzentrieren und das sichtbar und spürbar umsetzen. Nicht, dass ein solches Prinzip sofort Früchte trägt, dafür sind die Schmerzen, welche durch die Wirkungslosigkeit verursacht werden, noch nicht groß genug. Aber bald. Dann beginnt das Umdenken und die Suche nach denjenigen, welche das umsetzen können. Und alle, die bis zuletzt ihren Kunden Aufwand unterjubeln wollten, sind dann auf einen Schlag weg vom Fenster.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, Ethikproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:27

Montag, 6. April 2009

Ethikproblematik

Die Ethik ist wie eine Schwelle. Die einen gehen über alle Schwellen, andere wiederum nicht. Und alle machen das, was sie machen aus gutem Grund. Die Ethikschwelle in unserem Umfeld ist sehr niedrig. Das liegt an unserer Geschichte. Zwei Kriege so kurz hintereinander haben Anspruch und Wirklichkeit weit auseinander klaffen lassen. Das Wirtschaftswunder war in dieser Form nur möglich, weil diese Gesellschaft eine niedrige Ethikschwelle hat. Aber die Zeiten haben sich geändert. Erfolg um jeden Preis wollen immer weniger. Die Ethikschwelle ist im Zuge des Wohlstands und der zum Glück ausbleibenden existenziellen Krisen angestiegen. Die Menschen wollen mehr Verantwortlichkeit, da man diese an allen Ecken und Enden vermisst. Somit wächst das Bedürfnis nach höheren Ethikschwellen zunehmend an. Viele Unternehmen können mit dieser Entwicklung nicht viel anfangen. Sie sehen darin eine Schwächung und keine Stärkung. Sie sehen darin nur Risiken. Machen wir es nicht, macht es jemand anders. Die Vorstellungskraft, in einer Gesellschaft zu leben, die eine hohe Ethikschwelle hat, fehlt diesen Unternehmen, vor allem, was daran erstrebens- und wünschenswert sein soll. Somit übersehen diese Unternehmen, was zunehmend die Markenentscheidung beeinflusst. Das ist die Chance für neue Unternehmen, denn diese Tür steht sperrangelweit offen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik, Kulturproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:24

Freitag, 3. April 2009

Kulturproblematik

Die Kultur beschreibt vor allem den Umgang. Den Umgang mit Menschen, die etwas für einen tun können und den Umgang mit Menschen, die nichts für einen tun können. Diese Kultur wird in Unternehmen eher weniger gepflegt. Da herrscht noch das Verständnis vor, dass man, wenn teure Bilder auf der Vorstandsetage hängen, ausreichend viel für die Kultur in einem Unternehmen getan hätte. Moderne Unternehmen verzichten lieber auf die Ölschinken und investieren in die Umgangskultur, denn ein hohes Niveau an Umgangsformen zur Unternehmenskultur zu machen, zeichnet Unternehmen in Zukunft auf besondere Weise aus. Wenn die Onlinetüren und Fenster aufgerissen werden und jedem, der will, Einblick gewährt wird und er sich vor allem davon ein Bild machen kann, wie mit ihm umgegangen wird, mit jemanden, der so auf den ersten Link nichts für sie tun kann. Denn nichts sagt mehr über Unternehmen und Menschen aus, als dieser Umgang. Somit müssen viele ein neues Kulturprogramm lernen. Oder sollten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, Größenproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:51

Donnerstag, 2. April 2009

Größenproblematik

Das Handling von Erfolg wird immer schwerer und unmöglicher, umso größer die Unternehmen werden. Denn ein funktionierendes Team besteht nicht aus 35.000 Mitarbeitern sondern letztendlich aus 8 bis 15 Menschen. Da aber Machtanspruch in Unternehmen vor allem damit zu tun hat, für wie viele Mitarbeiter und Umsatz man zuständig ist, so lange funktionieren diese Systeme nicht. Also nicht im betriebswirtschaftlichen Sinne, da zählen andere Faktoren, die sich meiner Zielsetzung gänzlich entziehen. Somit funktionieren „Größen“ am besten, wenn sie diese Menge nicht überschreiten und damit sollten große Unternehmen aus 8 bis 15 Mitarbeitern in einem Team bestehen. Und das kann es ja dann 2.900 mal geben. Die Verbindung dieser Einheiten ist der eigentliche Auftrag.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, Ideenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 09:39

Mittwoch, 1. April 2009

Ideenproblematik

In der Regel werden Einfälle mit Ideen verwechselt. Das liegt einfach daran, dass Menschen in bestimmten Positionen wirklich glauben, unfehlbar zu sein und dass jeder Gedanke, der ihrem Hirn entspringt, einfach genial ist. Und das müssen alle sofort begreifen und deshalb müssen diese Ideen auch sofort umgesetzt werden. Welche natürlich zum Scheitern verurteilt sind. Nun tut sich eine unglaubliche Chance auf, das Scheitern. Aus diesem könnte man schlauer werden und immer besser scheitern, bis man letztendlich erfolgreich ist. Aber Menschen mit der Einstellung zur Unfehlbarkeit verpassen auch diese Chance, denn Schuld haben natürlich die anderen: Muss man denn alles selbst machen?

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, Entscheidungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:24

Dienstag, 31. März 2009

Entscheidungsproblematik

Geschwindigkeit ist entscheidend. Denn wer schnell richtig entscheidet, hat alle Vorteile auf seiner Seite. Wer schnell falsch entscheidet auch, denn er kann die Entscheidung schneller korrigieren. Diese Systematik trifft man aber in den meisten Unternehmen nicht an, sondern jede Entscheidung muss durch die Mühlen aller, die mehr oder weniger zu sagen haben. Da es aber Unart des Menschen ist, zu allem seinen Teil beitragen zu müssen und etwas daran zu ändern, damit es auch sein ist, sehen Entscheidungen oftmals so merkwürdig aus, wie sie nun mal aussehen. Somit sind Systeme im Vorteil, die entscheidungsfähig sind. Alle anderen haben einen entscheidenden Nachteil.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, Ablaufproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:14

Montag, 30. März 2009

Ablaufproblematik

Die Dinge sollen immer auf dieselbe Art ablaufen, was sie aber zunehmend weniger tun. Nun sind die Ablaufmechaniken so starr, dass nur wenig Freiraum möglich ist. Modernere Systeme sind flexibler, da sie sich mehr am Ergebnis orientieren. Die Abläufe sind in der Regel ähnlich aufgepumpt wie die Strukturen. Auch erfüllen Abläufe meist mehr einen Selbstzweck, als sich am Ergebnis zu orientieren. Die Dinge müssen so laufen, nicht weil es einen Sinn ergibt, sondern weil es viele so wollen. Auch krallen sich viele an Abläufe, um ihre Daseinsberechtigung unter Beweis zu stellen, auf Kosten des Ergebnisses. Unternehmen, die das Bessere immer dem Guten vorziehen und das schneller als alle anderen, werden in Zukunft überlegen sein.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, Einstellungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:21

Samstag, 28. März 2009

Tschakka

Endlich hat es ihn erwischt den Wolf. Vier Spiele hat es gedauert. Aber immerhin. Jetzt können wir endlich wieder schwarzsehen. Doch ist es immer wieder erstaunlich. Da gurkt eine Fußballmannschaft eineinhalb Jahre lang über die Äcker der zweiten Bundesliga mit der Emotion einer kalten Pizza vom Vortag, dass zum Schluss auch der eingefleischteste Pizzafan auf eine lauwarne Berliner Weiße mit Schuss umsteigen will, als das Präsidium die Leuchtrakete eines neuen Geldgebers zündet. Das erweist sich zwar schnell als Blendgranate, doch der im Zuge des großen Knalls installierte neue Manager feuert kurz entschlossen den Kurz. Für alle, die nicht folgen können. Die Rede ist vom TSV 1860 München, einem Fußballverein, mit dem Selbstverständnis des ewigen Deutschen Meisters, auch wenn das ungefähr so lange zurück liegt wie bei Hertha BSC. Ganz in Unkenntnis, dass sie meistens so kläglich spielten wie in der Bayernliga, in deren Untiefen sie Jahrzehnte die Wiesen umpflügten.

Jedenfalls folgte auf den irgendwie angenehmen, wenn auch glücklosen Vertreter Marco Kurz, der großmäulige Trainer Uwe Wolf, er möge es mir verzeihen. Schaffte er es jedenfalls in seinen ersten vier Spielen als Cheftrainer gleich zweimal wegen Reklamierens auf die Tribüne verbannt zu werden. Doch auch das Unglaubliche ist eingetreten. Gleich vom ersten Spiel weg forderte er sein Team lautstark auf, jedes Spiel gewinnen zu wollen. Und was geschah? Zwei Spiele hintereinander wurden gewonnen, das nächste ging remis und das Letzte gar ganz unglücklich aus. Gleichwohl aber spielte Wolfs Team plötzlich Fußball und wollte gewinnen.

Sollte das wirklich so einfach sein? Können Rumpelfüßler nur wegen der anderen

Ansprache plötzlich dribbeln wie Messi, einnetzen wie Toni und Eier haben wie Kahn?

Ja, denke ich. So einfach ist das. Wenn ich mal unterstelle, dass Fußballer in der 2. Liga grundsätzlich Fußball spielen wollen und Kondition für 90 Minuten hätten. Dann ist es die Aufgabe des Trainers, sic des Managements alles von den Mitarbeitern fernzuhalten, was deren intrinsischer Motivation zuwider läuft, gute Leistungen abzurufen, um in der Fußballersprache zu bleiben. Am Ende des Tages muss man sehen, was rauskommt.

Im Prinzip liegt es in der Natur des Menschen, das was er tut, so gut wie möglich zu tun. Ein Management, sei es Trainer, Abteilungsleiter oder Unternehmer muss dieses Grundbedürfnis lediglich durch bestmögliche Bedingungen fördern, mit fairen Zielvorgaben kanalisieren, durch eigenes Vorleben glaubhaft machen und mit planvollem Teambuilding optimieren. Es geht darum, Hindernisse bei der Selbstverwirklichung aus dem Weg zu räumen. Es geht darum, dem Einzelnen ein Weiterkommen zu ermöglichen und der Mannschaft dabei eine glaubhafte Aufgabe, Philosophie oder Vision mitzugeben, die sie wachsen lässt. Auch wenn Spötter meinen, wer Visionen hat, solle besser zum Arzt gehen.

Wenn man Menschen so einsetzt, wenn man ihnen vertraut, wenn man sie respektiert und wenn man sie fordert, dann kann es passieren, dass ganz großartige Dinge entstehen. Wenn jenseits von plattem Tschakka, Incentives oder Negativdruck die Freude und der Stolz am eigenen Tun zugelassen werden, dann kann es passieren, dass man zwar immer noch Spiele verliert, weil die anderen schlicht den besseren Tag erwischt haben. Aber zum einen hat man dann die Hemden wenigstens ordentlich durchgeschwitzt und zum anderen hat man dem Gegner zumindest den Rasen zertreten. In diesem Sinne: Ein kräftiges Tschakka!

Geschrieben von Kai Falkenberg in Management Denkanstöße um 07:30

Freitag, 27. März 2009

Einstellungsproblematik

Die Wahl der richtigen Einstellung wird immer wesentlicher. Der Jobmarkt macht es möglich, dass man getrost darauf verzichten kann, Mitarbeiter aufwendig zu motivieren. Sondern man holt sich einfach motivierte Mitarbeiter, denn bekanntlich hält dieses Motivationstheater nicht lange an und die von zu Hause aus motivierten Menschen nerven solche „Schaka-Schaka“ Programme. Somit wundert es, mit welcher Einstellung sich viele noch an die Arbeit wagen, denn man kann Menschen ja bekanntlich nicht ändern. Somit wird die Luft dünn für Menschen mit der falschen Einstellung. Denn was Menschen mit der richtigen Einstellung bewegen und bewirken können, stellt alles andere weit in den Schatten.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik, Emotionsproblematik Einfachheitsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 13:53

Mittwoch, 25. März 2009

Von der Natur lernen: Lektion in Individualität

Anpassung ist nur die halbe Wahrheit, denn nichts in der Natur gleicht dem anderen. Es soll sogar keine zwei gleichen Schneeflocken geben. Somit sind für den Menschen das alles, vereinfacht gesehen, Bäume oder Konsumenten. Aber wer genau hinsieht, versteht, dass es nicht alle Bäume sind, nicht alle dieselben Konsumenten, sondern Individuen. Und jeder ist zum Glück anders, auch wenn alle Zielgruppe mit Nachnamen heißen. Man kann alle zusammen abholzen, erreichen muss man aber jeden einzeln.

Geschrieben von Christof Hintze in Balance Marketing, Flora, Human Marketing, Management Denkanstöße, Marketing Denkanstöße um 15:26

Emotionsproblematik

Wir sind alle das Produkt unserer Sozialisierung. Folglich passen Gefühle nicht zur Arbeitswelt. Dort soll man seine Emotionen kontrollieren, Emotionen sind nur störend. Wie falsch diese Denkweise ist, zeigt unser übergroßes Verlangen nach Emotionen, sobald wir die Arbeit verlassen. Wir haben ein emotionales Defizit, das wir versuchen auszugleichen. Emotionen sind der Zutritt zu allem, was uns lieb und wichtig ist, auch im geschäftlichen Sinn. In der Vergangenheit hieß die zentrale Emotion „Angst“. Mit Hilfe dieser ist das entstanden, was bis dato unser Wirtschaftsbild prägte. Aber diese Emotion hat sich abgenutzt und ist nicht mehr zeitgemäß. An ihre Stelle tritt nun die Lust. Dieses Umdenken fällt aber vielen sichtbar schwer. Doch die Entwicklung nimmt darauf keine Rücksicht, die Angst als emotionaler Motor ist ein Auslaufmodell, die Menschen wollen diese nicht mehr. Aber „Lust“ müssen viele erst lernen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik, Innovationsproblematik, Strukturproblematik...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:10

Montag, 23. März 2009

Der Fortschritt: Es fährt ein Zug nach Irgendwo

Geschrieben von Mr. Brown in Business Lösungen, Management Denkanstöße, Marketing Denkanstöße, Marketing Lektion, Wilde Thesen um 12:57

Innovationsproblematik

Der Zug der Entwicklung fährt weiter und weiter und das zudem auch immer schneller. Und der Großteil der unternehmen hat es nicht mal bis zum Bahnhof geschafft. Es ist schon beeindruckend, mit anzusehen, wie sich Konzerne die Butter vom Brot nehmen lassen und davon nicht mal was mitbekommen. Es ist die Arroganz, die Position und die Distanz. Alles das verbaut den Blick für das, was da gerade passiert. Drückt ihr noch oder sendet ihr schon? Das Internet hat und wird die Welt in der wir leben total verändern. Weitaus mehr als es der Dampfmaschine gelungen ist. Wir stehen nach der Industrialisierung nun mitten in der Digitalisierung und die meisten verstehen das noch immer nicht. Glauben, das wird schon nicht so schlimm sein und vorübergehen. Alle Innovationen führen somit in Sackgassen, denn alle Innovationen, die zu Wertschöpfung führen sollen, müssten eigentlich die Wörtchen „Digital“ und „Internet“ beinhalten. Tun sie aber nicht. Somit haben wir eine kollektiv falsche Orientierung der Innovationsdynamik. Wenn etwas uns wirklich teuer zu stehen kommen wird, dann dass diese Industrie und Politik an alten Vorstellung zu lange festgehalten hat und neue nicht angepackt hat. Dieser Zug ist abgefahren. Und wenn nicht aus irgendeinem Grund dieser Zug noch einmal anhält, dann sieht es für die alten Vorstellungen und das damit verbundene schöne Geld und Kapital richtig übel aus.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, Wertproblematik ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:13

Freitag, 20. März 2009

Wertproblematik

Wertschöpfung entsteht nur aus Wertschätzung, Wertschätzung für das Wesentliche. Diese verändert sich, denn die Wertschöpfungsketten entwickeln sich weiter. Zur Zeit hat 98% der an der Börse gehandelten Transaktionen nichts mit produzierendem Gewerbe zu tun. Vor 20 Jahren war das noch anders bzw. anders herum. Das bedeutet, dass Produkte nicht mehr den Wert darstellen, den sie mal hatten. Das ist in der Politik und in der Wirtschaft und bei den Menschen noch nicht angekommen.

Wir sind nun im Zyklus des Mehrwertes. Das heißt, es lässt sich alles gut, besser und teurer verkaufen, wenn man Mehrwerte schafft, die nicht zwingend etwas mit dem Produkt zu tun haben müssen. Wir entfernen uns somit vom Produktnutzen, was nichts ungewöhnliches ist, denn auch der eigentliche Produktnutzen hat Menschen weitaus weniger interessiert als ursprünglich die damit verbundenen Primärbedürfnisse. Aber auch diese entwickeln sich weiter. Somit entstehen sehr erfolgreiche Unternehmen, die mit den eigentlichen Produkten nichts am Hut haben, aber diese mit einem sensationellen Mehrwert verbinden. Und siehe da, dem Markt ist es egal. Ganz im Gegenteil, der orientiert sich mehr und mehr am Mehrwert. Wer das nicht sieht und nicht versteht, der kann dabei zusehen, wie sich sein Geschäftsmodell in Luft auflöst und andere plötzlich sein Geschäft machen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, Bedarfsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 08:09

Donnerstag, 19. März 2009

Bedarfsproblematik

Ein weiteres Problem stellt der Bedarf dar. Das älteste Gesetz gilt bisweilen: die Nachfrage regelt das Angebot. Nur der Bedarf ändert sich. Die Menschen definieren ihren Bedarf nach der Befriedigung ihrer Primärbedürfnisse. Wenn diese Wirkung abebbt oder ausbleibt, wendet sich der Konsument dem zu, was in höherem Maße sein Primärbedürfnis befriedigt. Somit kommunizieren viele die völlig falschen Bedürfnisse, die so genannten Sekundärbedürfnisse. Was zur Folge hat, dass die Primärbedürfnisse geschwächt werden bis zur völligen Zerstörung. Somit ist klar, dass man nur Primärbedürfnisse nachhaltig befriedigen und somit auch kommunizieren sollte. Aber da die Entscheider und Macher in der Regel nur ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen, haben die keinen Sinn für Primärbedürfnisse. Volumen- und Mengenziele als Bedürfnisse zu deklarieren, ist völlig falsch und führt dahin, wo wir sind. Was nutzt es einem, Marktführer zu sein, wenn man dabei Pleite geht? Das ist so wie mit dem Fischen. Anstatt ein Gleichgewicht zwischen Beständen und Fischen zu erzielen, wird wegen falscher Bedürfnisse bis zum letzten Fisch alles leergefischt. Bis es keine mehr gibt. Der Mensch befriedigt somit die falschen Bedürfnisse, die Sekundärbedürfnisse, und die bestehen in der Regel nur aus numerischen und materiellen Zielen. Eine gute Bedarfspolitik heißt, immer ein Brötchen weniger in der Auslage beim Bäcker, als der Konsument wirklich braucht.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:33

Mittwoch, 18. März 2009

Die Zielproblematik

Jede Marktphase verfolgt ihre eigenen Ziele. In der Eroberungsphase will man so viele Marktanteile, wie man nur erobern kann. Somit hat man ausschließlich Wachstumsziele. Eigentlich lohnt es sich, diese zu erzielen, um genügend Polster für die nächste kommende Marktphase zu haben. Denn im Verdrängungsmarkt werden die einen besser und die anderen billiger. Wer also Kapital gehamstert hat, wird besser. Allen anderen bleibt nur, billiger zu werden. Leider haben sich Unternehmen auf diese Entwicklung in der Regel nicht eingestellt, sondern sie wännen sich noch immer im Eroberungsmarkt, obwohl sich der Verdrängungsmarkt schon dem Ende neigt und in den Bereinigungsmarkt übergeht, in dem sich der Markt von Unternehmen, Distribution und Produkten und Dienstleistungen verabschieden darf. Im Bereinigungsmarkt wird besonders deutlich, wer aus den vorangegangenen Phasen mit Bedacht herausgekommen ist, denn hier eskalieren die Preise. Der erbitterte Überlebensmarkt treibt Blüten, welche den Markt vollends überhitzen und somit verbrennen. Das Interesse der Kunden erlischt an diesem Markt und somit auch das der Unternehmen. Übrig bleiben einige wenige, die nach dem Bereinigungsmarkt in den Erneuerungsmarkt übergehen und darin eine neue Rolle spielen, als Überlebende. Alle Märkte durchleben diese Phasen, aber die meisten Unternehmen wollen das nicht wahr haben. Reagieren gar nicht oder zu spät. Oder verhalten sich so, wie es in der jeweiligen Marktphase nicht schädlicher für den eigenen Markt sein könnte. Schade für die einen, um so besser für die neuen. Denn wenn so Platz geschaffen wird, weil Primärbedürfnisse nicht mehr befriedigt werden, dann freut sich um so mehr der nächste Markt, welcher diese wesentlichen Primärbedürfnisse im Sinne des Konsumenten befriedigen darf. Was für eine Chance, was für ein Erfolg und nur, weil die anderen das Segment freigegeben haben. So ändern sich die Märkte. Damit stellt sich wirklich die Frage, warum man versucht, ein untergehendes Primärbedürfnis zu unterstützen, das man nicht mehr aufhalten und retten kann, wenn die neuen schon Schlange stehen. Wenn man an anderen Stellen ohne großen Aufwand eine völlig neue Wertschöpfung erzielen könnte. Wir wissen warum.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:08

Dienstag, 17. März 2009

Interessenproblematik

Welches Interesse verfolgt jemand oder ein System? Vor dem Hintergrund, dass zum überwiegenden Teil die Gefängnisse voller Menschen sind, die ihre Unschuld beteuern, kann man sich ausmalen, wie es um die Interessen in der Wirtschaft bestellt ist. In der Regel sind die Interessen sehr einfach strukturiert. Sie bestehen aus den persönlichen Interessen und dann kommt erst mal lange nichts. Und dann kommt noch mal lange nichts. Und dann kommen die Interessen dran, welche die persönlichen zusätzlich unterstützen. Und dann kommt wieder lange nichts. Und dahinter erwarten uns die Interessen, welche die Interessen unterstützen, welche die persönlichen Interessen der eigenen unterstützen. Und so geht es weiter und weiter. Fällt ihnen etwas auf? Die allgemeinen Interessen haben mit der Sache, der Aufgabe, der Position, der Funktion nichts zu tun. Diese tauchen nicht auf. Das beschreibe ich als Interessenproblematik. Wenn zu viele Menschen die falschen Interessen vertreten, dann wirkt sich das primär auf das Ergebnis aus. Und zwar negativ. Sehr negativ. Somit unterliegt die Wirtschaft einer Wellenbewegung, die sich daraus ableiten lässt, welche Interessen gerade von der Mehrheit vertreten werden. Haben diese etwas mit der Sache zu tun, dann kann man durchweg positive Ergebnisse erkennen und bewundern. Wenn nicht, dann sieht es so aus, wie es gerade aussieht. Der Interessenskonflikt wird vor allem im Ergebnis sichtbar. Die Verantwortlich spüren davon nichts. Denn alle legitimiert sie nur und alleinig, ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Die anderen machen das doch auch. Mit einer solchen Einstellung wundert einen nichts mehr. Was einen wundert ist, dass man mit denselben einseitig Interessierten sich darüber berät, wie man aus dieser Situation herauskommt. Um auf mein einleitendes Beispiel zurückzukommen, man bespricht sich mit Häftlingen, wie man die Kriminalität sinnvoll bekämpft. Und es kommen dabei so seltsame Sache heraus, wie Straffreiheit, Straferlass, Freigang, Appartements und last but not least, eine großzügige finanzielle Unterstützung für Täter. Denn wenn die Täter alle im Geld schwimmen würden, würden diese sich denn dazu hinreißen lassen, kriminell zu werden? Mit großer Übereinstimmung kommen alle zu dem Ergebnis, sicher nicht. Und alle anderen wundern sich.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:03

Montag, 16. März 2009

Handlungsproblematik

Nicht, dass es keine Lösungen gäbe oder wenigstens viel versprechende Ansätze. Die Umsetzung ist faktisch ausgeschlossen, da alle großen Unternehmen immer noch eine militärische Struktur haben. Somit nur Befehle von oben nach unten verfolgt und umgesetzt werden und nur Ideen, die von oben kommen, richtig sein dürfen. Die personelle Auswahl dieser Top Down-Strategie, wird natürlich so ausgewählt, dass man Befehlsempfänger an den richtigen Positionen sitzen hat, die nicht mit so einem Quatsch wie Widerworten oder eigenen Ideen um die Ecke kommen und alle nerven. Wenn man bedenkt, wie alle großen Ideen Wirklichkeit wurden, dann versteht man auch, warum diese jetzt so lange und so teuer ausbleiben. Es fing in Garagen an, in Kellern, es fing mit Fehlern an, mit Visionen, es fing mit Löschpapier an, mit Zufällen und mit Schicksal. Es fing mit Streit an. Es fing mit Naivität an. Es fing mit viel Intuition und Leidenschaft an. Alles ganz Große fing mal ganz klein an. Und wurde dann erst groß, weil es vorher klein war. Und als es klein war, dann war die Handlungsfähigkeit noch sichergestellt. Keines dieser Unternehmen war von Anfang an groß. Das gibt es nicht. Aber große Unternehmen haben von dieser Dynamik schnell Abstand genommen. Sie verteidigen, erklären, variieren, verwalten das, was sie einmal groß gemacht hat, aber die Handlungsfähigkeit, welche mal der Garant für Erfolg war, der verpufft. Einige wenige haben sich das bewahrt. Nicht, weil sie schlauer sind als andere, sondern weil sie durch Zufall in regelmäßigen Abständen schmerzlich darin erinnert wurden, woher sie kommen und wohin die Reise auch wieder gehen könnte. Wenn man mal glaubt, unsinkbar und unantastbar zu sein, dann verliert man diese wichtige Eigenschaft der Handlungsfähigkeit für die Sache. Diese geht nahtlos über in eine andere Form der Handlungsfähigkeit, die ausschließlich persönliche Aspekte bedient. Welches Unternehmen es schafft, sich diese wichtige Eigenschaft zu bewahren, dem kann so gut wie nichts passieren, also bei weitem weniger als den vielen, die im Prinzip in der Sache handlungsunfähig sind. Auch hier geht es im Kern um Interessen. Hat man Interesse an der Sache oder nicht. Der überwiegende Teil, den man auch öffentlich beobachten darf und kann, hat für mich offensichtlich kein Interesse an der Sache. Auch wenn sie das wiederholt sehr eloquent behaupten. Sie beschäftigen sich mit anderen Dingen, teuer und intensiv, die mit der eigentlichen Sache aber auch gar nichts zu tun haben. Das verheerende Ergebnis dieser Handlungsproblematik kann man gerade in diesen Zeiten gut beobachten. Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:51

Freitag, 13. März 2009

Netzwerkproblematik

In guten Zeiten ist fast für alle Netzwerke, die aus Menschen bestehen, Platz. Der Überbedarf muss gedeckt werden, somit sinkt der Anspruch an die Qualität eines Netzwerkes. Hauptsache man hat überhaupt Menschen für bestimmte Aufgaben. Die weniger guten in Netzwerken fühlen sich in denselben natürlich gut aufgehoben. Denn alleine hätten sie es nie so weit gebracht. Deshalb pflegen sie auch diese Netzwerke, weil sie alles tun, um nur nicht aus dem eigenen Netzwerk zu fallen. Die Aggressivität, mit der Netzwerke in Position gebracht, weiter nach oben geschoben und andere aus der Reichweite gehalten werden, ist enorm. Denn die Verlustangst treibt brutal an. In den USA kann man zur Zeit ein ähnliches Phänomen beobachten: Da es vielen Jobs an den Kragen geht, entledigen sich die weiblichen Mitarbeiter in erster Linie der männlichen. Nicht durch Qualität und Leistung, sondern durch den Vorwurf der sexuellen Nötigung. Auf diese Weise geht es einfacher und schneller sich zu behaupten. Somit kegelt es Reihenweise Männer gerade aus dem Job. Und die wissen nicht, was ihnen geschieht. Ja, wenn es eng wird, muss eben jeder sehen, wo er bleibt. Menschen mit hohen Qualitäten haben keine, pflegen keine und sind in keine Netzwerke eingebunden. Was allein schon darin begründet ist, dass Menschen mit hohen Qualitäten nicht minder viele Interessen haben, welche bedient werden sollen. Da bleibt keine Zeit und Lust für Netzwerke. Das einzige Netzwerk, was von diesen Menschen bedient wird, ist das der persönlichen Interessen. Und da gehören eher weniger als mehr Menschen zu. Menschen langweilen und stören da eher nur. Somit scheint es unabwendbar, dass, wenn es eng wird, gerade diejenigen sich behaupten, die sich nicht aus qualitativer Sicht durchsetzen, sondern die besser in ein politisches und strategisches Netzwerk eingebunden sind. Einige von Euch erinnern sich bestimmt noch an das Brettspiel „Stratego“. Der Vergleich hiermit liegt sehr nah und erscheint mir sehr richtig. Es geht nicht und nie um die Sache. Keinen von diesen Menschen interessiert wirklich eine Bank, ein Automobil oder was auch immer. Schon gar nicht der Markt, die Marke oder der Kunde. Der Überlebenskampf in solchen Systemen wird eher militärisch geführt. Hier geht es um Einheiten gegen Einheiten. Und nicht und nie um die Sache. Das ist immer ein Kampf der Systeme, der Netzwerke. Und leider nie ein Kampf um das, worum es wirklich geht. Somit können wir nun sehr gut beobachten, welche Netzwerke sich wie in Stellung gebracht haben. Wer seine Bodies um sich geschart hat. Schlagkräftige Allianzen geknüpft hat. Wer am besten alles dafür getan hat, um weiter einen Platz am Tisch mit dem großen Kuchen zu haben. Einen Sitzplatz. Die Guten sind für so etwas nicht zu haben. Ihnen fehlt die nötige Aggressivität und Habgier. Und ihnen fehlen die nötigen Netzwerke, vor allem das einzelne. Wer stützt schon einen begnadeten Einzelkämpfer? Man kann ganze Stammbäume aufzeichnen von Netzwerken in Stellungen, wer mit wem, seit wann, wo und wie. Netzwerke, die leider alle ein trauriges Schicksal teilen, sie werden keines der anstehenden Probleme lösen. Sie werden diese nur vergrößern. Deren Hoffnung besteht allein darin, sich so lange an Positionen und Macht zu klammern, bis das Donnerwetter vorüber ist. Bis jetzt hat das immer funktioniert. Nicht in denselben Unternehmen, aber das ist denen unter dem berühmten Strich am Ende doch völlig egal.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 10:18

Donnerstag, 12. März 2009

Ratioproblematik

Noch immer glauben die meisten, dass es die Logik und die Ratio ist, die aus Überlegungen kluge Gedanken macht. Die aus Entscheidungen durchdachte und somit richtige Entscheidungen macht. Die Intelligenz soll ja das Instrument sein, das den Menschen überlegen macht. Somit versucht jeder seine Intelligenz als das wichtigste Werkzeug mit ins Spiel zu bringen und einzusetzen. Fast alle Entscheidungen müssen somit einer gewissen Logik folgen und rational nachzuvollziehen. Aber der Mensch irrt. Und zwar sehr. Er ist zu solchen Entscheidungen gar nicht fähig, nur zu einem kleinen Teil. Somit wäre es die Intuition, die ihn besser, sicherer und erfolgreicher durchs Leben lenken würde. Es wäre besser bestellt, wenn er sich von seinen Emotionen leiten lassen würde. Der Grund ist so einfach wie banal. Die Intuition bedient sich aller beeinflussenden Faktoren und setzt diese in Bruchteilen zu einem plausiblen Gefühl zusammen, das zu einer Entscheidung führt. Ein plausibles Gefühl, das zu einer Meinung führt und das alles in tausendstel Sekunden. Somit ist die stärkste Waffe und das stärkste Instrument nicht die Intelligenz sondern die Intuition. Leider haben das viele verlernt. Wer hört noch auf sein Bauchgefühl, wenn Analysen und Statistiken das Gegenteil behaupten. Die Logik bedient sich weitaus weniger Aspekten, weil sie nur die berücksichtigen kann, welcher dieser Logik folgen und an diese gebunden sind. Somit begrenzt die Logik unser Denken und Handeln mehr, als es förderlich ist. Die Intuition besitzt unglaubliche Fähigkeiten, denn sie bedient sich aus allem. Somit handelt sie auch interdisziplinär und ist zu Paradigmenwechseln fähig. Das sind zahlreiche Aspekte und Beweggründe, die zu einer ganz anderen Lösung, zu einem ganz anderen Ergebnis führen können, als es die Logik in ihrer Beschränktheit kann. Wer plant, irrt genauer. Und die Anzahl der gut geplanten Irrtümer überragt bei weitem die Anzahl der intuitiv erfolgreich getroffenen Entscheidungen. Nur in einer Welt, die das Wissen und die Intelligenz zum höchsten der menschlichen Spezies erklärt, hat es die Intuition schwer. Die Logik bedient nur sich selbst, nicht die Interessen einer Sache. Dafür ist die Intuition zuständig. Und wer sich mal mit den wirklich Erfolgreichen unterhält, dem wird klar, wovon ich hier schreibe. Oder schreibe ich lieber mal, dem „könnte“ klar werden.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:20

Mittwoch, 11. März 2009

Kreativproblematik

Ein weiterer Irrglauben und ein daraus resultierendes Fehlverhalten liegt im Umgang mit dem Wörtchen „kreativ“. Es scheint nur „Kreativen“ vorbehalten zu sein, auch kreativ sein zu dürfen, sollen und müssen. Alle anderen sollen bloß nicht kreativ sein. Ich behaupte, dass es mehr Nicht-Kreative unter den so genannten „Kreativen“ gibt, als es wirkliche „Kreative“ unter den so genannten Nicht-Kreativen gibt. Unser Schubladendenken macht uns diese Erkenntnis aber nicht zugänglich, denn eigentlich gibt es nichts Unkreatives. Zudem müssen sich Kreative auch so benehmen und kostümieren, damit diese als Kreative überhaupt zur Geltung kommen. Warum, wenn sie doch kreativ wären? Einfach gesagt, man unterscheidet somit Menschen mit Krawatten als un kreativ und Menschen ohne Krawatten als kreativ. Durch dieses Denken verhindern und verbauen wir uns unzählige Ideen, Ansätze und Optionen. Wir reduzieren unsere mögliche Wertschöpfung auf einige wenige „Kreative“, die das eventuell oder wahrscheinlich gar nicht sind, sondern der Grund, „Kreativer“ zu sein, könnte einfach an einer Art Krawatten-Problematik geknüpft sein. Menschen, die keine tragen wollen, aus welchen Gründen auch immer, müssen dann einen solchen Beruf ergreifen. Das macht sie aber noch nicht zu Kreativen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:38

Dienstag, 10. März 2009

Individualitätsproblematik

Die Zukunft wird von den Individualisten geprägt und geformt. Somit haben es die Konformisten zunehmend schwerer, denn die Epoche der vollkommenen Anpassung geht sichtbar zu Ende. Die Gründe dafür liegen in den offensichtlichen, schlechten Ergebnissen. Es waren genau diese Individualisten, welche die Grundsteine für einen Großteil der heutigen Wirtschaft und Politik gelegt haben. Die Konformisten haben diese Zugpferde nun bis in den Tod geritten und es ist nichts Neues in Sicht, also nichts aus Sicht der Konformisten. Somit stehen alle fassungslos da und fragen sich, wo sind die großen Ideen, die großen Menschen, die großen Visionen, wo sind alle diese großartigen Dinge geblieben. Ganz einfach, in den Köpfen von Individualisten. Und die gibt es. Die wollte in der Vergangenheit nur keiner, weil sie unbequem sind. Und weil sie nicht kollektiv mitmachen. Weil sie anders sind. Und nun, nun braucht man sie, ihr querdanken, ihr neues denken, ihr anders denken, ihr mutiges denken, ihr verrücktes denken, ihr entschlossenes denken. Denn wenn die Wirtschaft eines braucht, dann sind es eine Reihe neuer Zugpferde. Und die entspringen sicher nicht den Köpfen von Menschen, die sich in allem konform verhalten. Sicher nicht, wie man sieht. Nur schade, dass aus den Schulen und den Universitäten weiter und weiter Konformisten ins Leben geschickt werden, anstatt die Chance zu nutzen, daraus Individualisten zu machen. Nur schade, dass in den Unternehmen die Individualisten keinen Nährboden finden und ihnen keine Überlebenschance eingeräumt wird. Dabei wären sie der Schlüssel zu dem, was alle eigentlich wirklich wollen.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:43

Montag, 9. März 2009

Disziplinproblematik

Längst hat sich in der Wissenschaft bewiesen, dass es vor allem das interdisziplinäre Denken und Handeln ist, das zu neuen erstrebenswerten Ergebnissen führt. Aber unsere Wirtschaft hält an ihren Disziplinen fest und züchtet diese weiter und weiter in eine völlig ungewisse Richtung. Schon lange kommen keine oder immer dieselben Impulse aus denselben Denk-Disziplinen. Und anstatt es der Wissenschaft nachzumachen und neu und anders zu denken, hält man an den alten Denkstrukturen fest. Somit nährt man sich auch weiterhin nur aus seinen eigenen Erfahrungen und Erkenntnissen, anstatt von anderen zu lernen und zu profitieren und dadurch zu ganz neuen Schlüssen zu gelangen. Die Inzucht der Disziplinen führt zu keinen guten Ergebnissen. Ganz im Gegenteil, diese Art der Entwicklung ist endlich, weil kein neues Denken hinzukommt. Der Schlüssel wäre hier, das interdisziplinäre Denken und Handeln zu fordern und zu fördern. Aber da scheint die Angst der „Bewahrer“ größer zu sein, als der Mut zur Veränderung, auch wenn es zum Guten sein soll. Aber anderes Denken darf nicht funktionieren und so lange man es verhindert und nicht zulässt, kann es zum Glück den Beweis ja nicht antreten.

Lösungsproblematik,...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 11:04

Freitag, 6. März 2009

Die Lösungsproblematik

Nur weil Dinge leicht erscheinen oder sich anhören, sind sie nicht einfach zu erzielen. Ganz im Gegenteil. Oft werde ich gefragt, wie ich das mache, was ich da mache. Und dann fällt mir auf, dass es dafür keine einfache Erklärung gibt. Die große Komplexität ist mir selbst nicht so gegenwärtig, denn ich berücksichtige im Laufe meines Lebens so viele Aspekte schon automatisch, dass ich mir diese erst bewusst machen muss. Die Werkzeugkiste meines Denkens und Handelns ist somit mit folgenden Werkzeugen ausgestattet und es kommen ständig neue hinzu oder bestehende verändern sich. Und je nach Problemstellung nehme ich mir die heraus, die mich auf dem besten Weg zur Lösung bringen. Und was funktioniert, hat Recht. Disziplinproblematik [Montag, 9. März 2009] Individualitätsproblematik [Dienstag, 10. März 2009] Kreativproblematik [Mittwoch, 11. März 2009] Ratioproblematik [Donnerstag, 12. März 2009] Netzwerkproblematik [Freitag, 13. März 2009] Handlungsproblematik [Montag, 16. März 2009] Interessenproblematik [Dienstag, 17. März 2009] Zielproblematik [Mittwoch, 18. März 2009] Bedarfsproblematik [Donnerstag, 19. März 2009] Wertproblematik [Freitag, 20. März 2009] Innovationsproblematik [Montag, 23. März 2009] Strukturproblematik [Dienstag, 24. März 2009] Emotionsproblematik [Mittwoch, 25. März 2009] Einfachheitsproblematik [Donnerstag, 26. März 2009] Einstellungsproblematik [Freitag, 27. März 2009] Ablaufproblematik [Montag, 30. März 2009] Entscheidungsproblematik [Dienstag, 31. März 2009] Ideenproblematik [Mittwoch, 01. April 2009] Größenproblematik [Donnerstag, 02. April 2009] Kulturproblematik [Freitag, 03. April 2009] Ethikproblematik [Montag, 06. April 2009] Wirkungsproblematik [Dienstag, 07. April 2009] Problemproblematik [Donnerstag, 09. April 2009] Meetingproblematik [Dienstag, 14. April 2009] Orientierungsproblematik [Mittwoch, 15. April 2009] Angstproblematik [Samstag, 18. April 2009] Positionsproblematik [Dienstag, 21. April 2009] Planungsproblematik [Mittwoch, 22. April 2009] Qualifizierungsproblematik [Donnerstag, 23. April 2009] Erfahrungsproblematik [Freitag, 24. April 2009] Umsetzungsproblematik [Montag, 27. April 2009] Geistesproblematik [Dienstag, 28. April 2009] Expertenproblematik [Mittwoch, 29. April 2009] Zeitproblematik [Donnerstag, 30. April 2009] Qualitätsproblematik [Dienstag, 05. Mai 2009] Stärkenproblematik [Mittwoch, 06. Mai 2009] Anpassungsproblematik [Donnerstag, 07. Mai 2009] Involvementproblematik [Samstag, 09. Mai 2009] Unternehmerproblematik [Montag, 10. Mai 2009] Fehlerproblematik [Dienstag, 12. Mai 2009] Demokratieproblematik [Freitag, 15. Mai 2009] Teamproblematik [Donnerstag, 28. Mai 2009] Gemeinschaftsproblematik [Montag, 15. Juni 2009] Verantwortungsproblematik [Montag, 22. Juni 2009] Aufwandsproblematik [Montag, 22. Juni 2009] Vertrauensproblematik [Montag, 20. Juli 2009] Wohlstandsproblematik [Mittwoch, 23. September 2009] Prinzipienproblematik [Donnerstag, 24. September 2009] Energieproblematik [Freitag, 25. September 2009] Erneuerungsproblematik [Montag, 28. September 2009] Kontrollproblematik [Dienstag, 29. September 2009] Lernproblematik [Mittwoch, 30. September 2009] Duldungsproblematik [Donnerstag, 01. Oktober 2009] Bewahrungsproblematik [Freitag, 02. Oktober 2009] Befürchtungsproblematik [Montag, 05. Oktober 2009] Bedenkenproblematik [Montag, 06. Oktober 2009] Vorteilsproblematik [Mittwoch, 07. Oktober 2009] Nutzenproblematik [Freitag, 08. Oktober 2009] Wissensproblematik [Dienstag, 13. Oktober 2009] Verwaltungsproblematik [Montag, 26. Oktober 2009] Geldproblematik [Dienstag, 20. Oktober 2009] Produktproblematik [Mittwoch, 21. Oktober 2009] Werbeproblematik [Freitag, 23. Oktober 2009] Preisproblematik [Dienstag, 27. Oktober 2009] Technologieproblematik [Mittwoch, 28. Oktober 2009] Kommunikationsproblematik [Dienstag, 3. November 2009] Anerkennungsproblematik Wertschöpfungsproblematik Sinnproblematik Timingproblematik Im Laufe der nächsten Zeit werde ich zu jedem Punkt kurz Stellung nehmen, damit klar wird, was ich darunter verstehe. Denn wir wissen ja, Kommunikation ist nicht, was man sagt, sondern was der andere versteht. Sollten mir noch Aspekte einfallen, werde ich diese natürlich hinzufügen. Denn nichts ist vollkommen, was aus Menschenhand entsteht.

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:39

Mittwoch, 28. Januar 2009

Die andere Sicht der Dinge

Das Internet ist vergleichbar mit der Erfindung der Dampfmaschine. Sie hat die Gesellschaften auf diesem Planeten total verändert und diese Veränderungen prägen bis heute unsere Gesellschaften. Die Dampfmaschine ist aber bereits erfunden. Das Internet knüpft hier an, wird aber mit seinen Auswirkungen einen weitaus größeren Einfluss auf die Gesellschaften nehmen, als es die Dampfmaschine getan hat. Das Internet in der heutigen Form ist gerade mal ca. 15 Jahre alt. Geht man davon aus, dass die Entwicklung exponentiell weitergehen wird, dann haben wir es, verglichen mit einem Zeitfenster von ca. 70 bis 150 Jahren der analogen Wirtschaftswelt, nun nur noch mit ca. 30 bis 50 Jahren zu tun. Da immer mehr Datenmengen immer schneller be- und verarbeitet werden können, ist dieser Tsunami ganz am Anfang seiner Entwicklung, wird an Geschwindigkeit noch zunehmen und seine wahre Größe erst noch offenbaren. Er wird alle Vorhersagen in den Schatten stellen. Er wird alles, was wir aus heutiger Sicht als unmöglich ansehen, möglich und dann selbstverständlich machen. Und ein Großteil der Entscheider haben keine Ahnung, was da passiert. Somit wird es einen kompletten Wechsel geben in den nächsten 10 bis 20 Jahren. Alles was jetzt oben ist, wird dann unten oder nicht mehr da sein. Alles was jetzt aufkommt, wird dann oben sein. Und alle, die schon jetzt auf dieser Welle reiten, sind dann ganz oben. Es ist so absurd, wie sich viele Entscheider in der Wirtschaft, den Medien und der Politik verhalten. Aber es ist somit wie immer. Als das Auto erfunden wurde, haben die meisten wirklich geglaubt, das wäre nur eine Zeiterscheinung und am Ende wird sich das Pferd und die Kutsche doch behaupten. Und so war es mit allen bahnbrechenden Erfindungen und Innovationen. Nur ganz wenige erkennen sofort das Potential, ganz, ganz wenige. Der große Rest ist davon überzeugt, das alles so bleibt wie gehabt. Bis, ja bis die Welle unübersehbar ist. Alle Argumente verpuffen an der Unfähigkeit vieler Menschen, eine Vorstellungskraft zu entwickeln und diese zu fördern. Für die Masse ist das kein Problem, aber wenn diejenigen dazu nicht fähig sind, welche die Richtung und den Weg angeben, dann ist das schon ein Problem. Sie sehen es nicht, weil sie es nicht können, weil sie es nicht wollen und weil sie nicht dürfen. Aber die Entwicklung nimmt darauf keine Rücksicht. Somit können wir uns von vielen, den meisten schon heute, innerlich verabschieden. Der Internet-Tsunami wird sie alle mitreißen. Aber dafür werden wir viele neue Gesichter, Namen, Branchen und Unternehmen bekommen. Immer wieder bin ich konsterniert, wie wenig Ahnung Verantwortliche von dem Thema haben. Und mit welchen Ängsten sie diesem Thema begegnen. Natürlich hat es viel mit der Arroganz und Überheblichkeit des Internets zu tun. Und damit, wie brutal alles über Bord geworfen wird, was ist. Und dass es fast zur Religion hoch stilisiert wird, dass diese Menschen so anders reden – oft unverständlich. Und dass sie so tun, als ob sie alles besser wissen. Und dass alles schon so weit weg ist und man viel Kraft und Mühe investieren müsste, um überhaupt auf einen Level zu kommen, um das zu verstehen. Und bis dahin ist die Entwicklung schon wieder Kilometer enteilt. Es ist ein Drama. Aber dieses Drama wiederholt sich in unregelmäßigen Abständen. Alles wird sich ändern, ob man das will oder nicht. Und die Chance zu einem Besseren ist ungewiss, aber möglich. Aber letztendlich nur eine Hoffnung. Aber besser als keine. Die Konzerne und die Unternehmen der Zukunft werden andere sein. Ebenso die Parteien und die Medien, welche den Ton angeben. Ein Großteil von denen, die heute eine Rolle spielen, werden dann keine Rolle mehr spielen. Sie werden wie diese Kutscher sein. Denen dann nichts bleibt, als Taxifahrer zu werden, weil sie es nicht glauben konnten. Wenn es dann noch Taxis gibt. Als ich vor über 10 Jahren in einem Konferenzraum bei einem Unternehmen namens Sony stand und voller Begeisterung von Suchmaschinen im Internet sprach und dass dies ein Produkt für Sony sein könnte, eine Sony-Suchmaschine zu entwickeln und zu platzieren, war meine Begeisterung unermeßlich. Was das bedeuten könnte, "It's a Sony" als führende Marke sich in der neuen Welt zu platzieren, da antwortete der verantwortliche Marketingleiter: "Was soll ich mit einer Suchmaschine, wenn ich gar nichts finden will im Internet?". Am Anfang waren wir verblüfft, dass man Computer vernetzen konnte und dass man damit seine Botschaft ins Internet stellen konnte. Dann waren wir verblüfft, dass man Internetseiten verknüpfen konnte mit Links. Und jetzt staunen alle wieder, dass man Datenbanken verbinden kann mit Feeds. Somit nimmt die Verblüffung der Entwicklung kein Ende, weil kein Ende in Sicht ist. Denn am Ende werden die „Dinge“ vernetzt sein. Und zwar alle. Alles wird im Internet sein. Und wenn ich alles sage, dann meine ich alles. Das Motorrad, das Fahrrad, die Hose, die Uhr... alles. Nach den Firmen und den Menschen auf Webseiten, nach den Gedanken in Form von Blogs und Bildern, werden die Dinge im Internet erscheinen. Und niemand will sich und kann sich das vorstellen. Die Menschen werden nur noch ein Gerät haben, das alles kann. Somit werden ganze Branchen verschwinden. Ganze Produkt-Generationen werden sich in Luft auflösen und ihnen wird nichts folgen. Denn es wird nur noch ein „Ding“ geben, das allen Zugang ermöglicht. Allen. Zu allen Menschen und allen Dingen. Die Menschen werden sich ein eigenes Bild machen von allem und allen Dingen. Sie werden nur noch da vertrauen, wo spürbar Vertrauen ist, weil niemand einen Nutzen davon hat und sich an ihrem Vertrauen bereichern kann. Alles ändert sich, einiges zum Guten – hoffentlich mehr – und einiges zum Schlechten. Aber es verändert sich. Die Frage ist nur, wer geht mit bei dieser Veränderung? Wer gestaltet diese Veränderung? Und wer ist der Verlierer und wer ist der Gewinner? Und die Antwort ist so einfach wie banal: Die Anderen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:56

Montag, 26. Januar 2009

Betriebsmodus

In welchem Betriebsmodus läuft man? Ein Freund erzählte mir anhand dieses Bildes, wie schwer, wichtig, anders es ist, wenn man als Mensch den Betriebsmodus wechselt. Vor allem wenn man dachte, es gäbe nur einen – den eigenen. Das fand ich einen so interessanten Ansatz, dass ich diesen aufgegriffen habe. Denn auch ich bin in einem bestimmten Betriebsmodus und einem selbst fällt das nicht mehr auf. Vor allem fällt einem nicht mehr auf, in welchem Betriebsmodus viele andere Menschen sind, schon gar nicht in welcher Betriebstemperatur. Ich bin im Macher-Modus. Nicht unbedingt weil ich will, sondern weil ich muss. Das haben selbständige kleine Mittelstandsunternehmer nun man so an sich und vor sich. Weil fast niemand etwas für einen macht, geschweige denn erledigt, macht man besser alles selbst. Andere dagegen sind im Angestellten-Modus. Im Angestellten-Modus sozusagen, da ist man ständig damit beschäftigt zu überlegen, wer etwas an seiner eigenen Stelle machen könnte. Mit wie wenig man durch den Tag kommt. Jemand müsste mal dies und jenes machen oder man müsste das mal machen – einer von den beiden jedenfalls, aber nicht ich. Der gewählte Modus zielt erbarmungslos auf die Wertschöpfung ab. Der Angestellte will sich möglichst teuer verkaufen, was ihm gefühlsmäßig nie gelingt. Er verdient immer zu wenig. Darum wendet er einen Trick an. Er versucht zur Strafe so wenig in seiner verkauften Arbeitszeit zu leisten wie es nur geht. Noch besser, er versucht, dass andere möglichst noch seine eigene Arbeit machen. Dann stellt sich bei ihm, kurzfristig, doch ein gutes Gefühl ein. Dieses Bestreben haben viele im Dienste eines Unternehmens perfektioniert und absolut auf die Spitze getrieben. Da sitzen CEOs, Vorstände, Geschäftsführer und so weiter in Massen herum, die sich darauf spezialisiert haben, so zu tun als ob und die zur Produktivität nichts beisteuern oder so wenig wie möglich. Nur so fühlen sich diese wohl. Das muss man verstehen. Das ist nur allzu menschlich. Da sitzen so Menschen in diesen Unternehmen, welche ihnen selbst nicht gehören. Und sie verkaufen ihre reine Arbeitszeit und dafür, denkt der Unternehmer, würden sie reinhauen wie verrückt. Ist der denn verrückt, der Unternehmer? Ja, denn er geht von seinem Betriebsmodus aus. Und kann sich nicht hinein fühlen in den Betriebsmodus des gemeinen Angestellten. Gemein wird es im Betriebsmodus des Angestellten, wenn dahinter eigentlich ein Macher-Modus arbeitet. Nur der Knopf scheint vertauscht. Bei diesen Menschen landet alles auf dem Tisch. Sie schmeißen den Laden. Wer einen vertauschten Betriebsmodus in seinen eigenen Reihen hat, der darf sich glücklich schätzen. Denn alle Produktivität geht von diesen wenigen Menschen aus, die zwar alle Tassen im Kopf haben, aber den verkehrten Knopf. Nur zu schade, dass diese Menschen über kurz oder lang den Knopf austauschen und sich selbständig machen. Tja, Pech gehabt. Somit ist die Kunst des Angestellten, seine Arbeit so eloquent zu vollstrecken, dass man ihn als bemüht empfindet. Dabei steckt nichts dahinter. Diese Überlebenstaktik ist in einem Familienunternehmen oder in einem inhabergeführten Unternehmen brutal gefährlich. Denn Leute im Macher-Modus, bemerken den Bremsklotz am Bein eher schneller als später. Unterhaltsam wird es, wenn die Führungsspitzen auch nur Interessenvertreter sind, also auch nur Angestellte in der eigene Sache. Dann läuft alles wie geschmiert, denn alle sind unter ihres Gleichen, außer, ja, außer die Investoren, die Aktionäre und ähnliches. Die sind der Situation ausgeliefert.

Der Betriebsmodus sagt eben viel über die Eigenschaften und die Beschaffenheit aus. Somit ist auch nicht verwunderlich, welche Betriebssysteme miteinander können und welche nicht. Also, jemand wie ich, wenn der mal aus Versehen in so einen Ortsverband gerät von so einer Partei, dann hat er nach 7 Minuten Herzrhythmusstörungen, nach 20 Minuten einen Herpes an der Unterlippe und kurze Zeit später Wahrnehmungsstörungen, die zu Schweißausbrüchen und Angstattacken führen. Und dann verlässt er panikartig den Raum und ward nie mehr gesehen. Der Angestellte hat für ein solches Umfeld das perfekte Betriebssystem. Er setzt sich erst mal hin und guckt sich seine Freunde und seine Feinde in Ruhe aus. Dann macht er sich beliebt, in dem er erstmal eine Runde schmeißt. Zudem stellt er klar, dass er keinerlei Ambitionen auf Ämter hat. Somit schließen ihn alle schon mal gelassen in ihr Herz. Der zahlt nur und trinkt ordentlich mit. Perfekt. Ich mache jetzt mal einen kleinen Zeitsprung. Fünf Jahre später überredet man ihn doch mal, das Protokoll zu schreiben. Vier weitere Jahre später wird er Kassenwart. Und kurze Zeit später, so 12 Jahre später, kommt er dann doch auf die Liste. Und so weiter. Somit erklärt sich auch, warum in bestimmten Parteien die Abgeordneten so alt sind. Dem Macher würde in so einem Betriebssystem dasselbe schnell abstürzen und man könnte es auch nicht mehr hochfahren. Somit ist es nur logisch, welche Menschen zusammenfinden und welche nicht. Und mit welchem Betriebssystem diese durchs Leben fahren. Und warum die Dinge so sind wie sie sind. Ein befreundeter Arzt ist Chirurg. Auch so ein Idiot und armes Schwein im Macher-Modus, der auf meine Frage „Hast Du auch gestreikt?“ lapidar antwortete: „Zu so was habe ich keine Zeit, ich muss operieren, und kann mich nicht mit dem Schild auf eine Straße stellen, wenn im gleichen Zeitraum meine Patienten vor dem Op warten und krepieren müssen.“ Verstanden. Für einen Teil der Gesellschaft ist das ein Traum, dass es Menschen gibt, die einfach nicht anders können als machen. Wenn ich das Büro betrete und da geht eine Lampe an der Decke nicht, dann hole ich sofort eine Leiter und eine Birne und schraube die neue Birne rein. Und stelle die Leiter zurück und werfe die alte Glühbirne weg. Wenn ich fertig bin, kommt in der Regel jemand vorbei, der bemerkt: Ach, war die kaputt? Ist mir gar nicht aufgefallen. Die Umstellung des

Betriebsmodus ist, glaube ich, nicht möglich. Sondern es kann nur unter bestimmten Umständen sein, dass man den falschen Knopf erwischt hat. Ganz arm dran sind diejenigen, denen das ihr ganzes Leben lang nicht klar wird, Macher im Angestellten-Modus oder Angestellte im Macher-Modus. Wahnsinn, allein bei der Vorstellung bekomme ich Atemnot. Ich möchte das hier nicht falsch verstanden wissen. Das soll keine Schelte sein gegen Angestellte sondern nur eine vereinfachte Beschreibung der unterschiedlichen Betriebssysteme. Obwohl ich glaube 3,6 Millionen Mittelständler über 80% der Arbeitsplätze bereitstellen und noch ein wenig mehr zum Bruttosozialprodukt beitragen. Die sitzen nicht in Talkshows, denn die haben für so einen Quatsch und Gequatsche keine Zeit. Die drängen sich auch nicht in die Wirtschaftsmagazine, denn das scheint nur Zeitverschwendung. Aber rufen Sie mal so einen angestellten Vorstand an und behaupten, sie seien von der Wirtschaftswoche, da bekommen sie sofort einen Termin und ein dreistündiges Gespräch. Bei einem Mittelständler muss man schon Glück haben, wenn er die Wirtschaftswoche kennt. Und wenn, dann hat er sicher keine Zeit. Fragen Sie doch lieber einen anderen. Der Macher fühlt sich wohl und geht auf im entstehen lassen. Nicht im verwalten oder im begleiten oder im analysieren. Wie wäre es wohl um uns bestellt, wenn nur ausgewiesene Macher Führungsämter bekleiden dürften. Oh mein Gott. Daran möchte ich lieber nicht denken. Zum guten Schluss möchte ich noch mal eine Lanze für die vielen guten Angestellten brechen, welche das so sehen und so empfinden wie ich und die jeden Tag da reingehen und jeden Tag versuchen, dieses Betriebssystem von innen heraus zu beschleunigen und zu verbessern. Wenn es diese unermüdlichen Weltverbesserer nicht gäbe, dann wäre ich längst militant geworden.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:52

Dienstag, 16. Dezember 2008

Der Ochsenkarren

Alles erneuert und verändert sich. Man muss bereit sein, Altes loszulassen, um die Hände frei für Neues zu haben. Eigentlich kann man alles auf den Umstand reduzieren, dass es ein Handwerk ist. Somit ist es wichtig, dass man das beste Werkzeug zur Verfügung hat. Und dass man mit dem Material, das man bearbeitet, weit aus mehr verbunden ist, als nur materiell. Als Schreiner den Geruch von Holz oder das Gefühl, eine frisch behobelte Oberfläche zu streicheln, nicht zu mögen, ist ganz schlecht. Und dann muss man Menschen um sich haben, die einen geradezu beflügeln, sich für diese der Sache voll und ganz zu widmen. Und das Ergebnis muss einen innerlich so befriedigen, dass man es nur ungern hergibt und lieber für sich behalten würde. Jemand der so tickt, der wird immer vorne sein. Wer diese Portion Leidenschaft mit sich bringt, der kann die nächste Entwicklungsstufe seines Handwerks gar nicht erwarten. Der ist immer vorne, weil er es mit dem Besten und den Besten zu tun hat. Das motiviert ihn immer, etwas Besonderes zu erzielen, weil ihn langweilt, nur Erwartungshaltungen zu erfüllen. Wer das alles nicht fühlt und mit einbringt, der wird immer auf einem Standpunkt beharren, der längst vergangen ist. Der wird immer mit altem Werkzeug herumhantieren, weil er den Sinn, in Neues zu investieren, nicht nachvollziehen kann. Und er wird Menschen um sich haben, die sich ebenso tagein tagaus beklagen, und auch immer einen Schuldigen dafür ausfindig gemacht haben. Auf einem Ochsenkarren auf die Erfolgsspur kommen zu wollen, ist einfach absurd. Das muss man den Menschen doch mal sagen. Das Problem liegt doch nicht wirklich bei den Banken, sondern in der Habgier von Menschen, die ohne Leistung aus Geld viel mehr Geld machen wollten. Eine leistungslose und leidenschaftslose Gesellschaft und Wirtschaft führt zu dem, was wir nun vor uns haben – einem Karren im Dreck.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:31

Freitag, 12. Dezember 2008

Auf C[r]ash-Kurs?!

Es geht auch anders. Das Problem, das sich zunehmend abzeichnet, ist, dass man nicht genug Geld hat, um den eigenen Markt zu versorgen oder im eigenen Markt mitzuspielen. Unternehmen haben nicht genug Kapital, um sich zu behaupten. Auch wenn sie verhältnismäßig viel Geld ausgeben, bleibt der Erfolg auf der Strecke. Vor allem ist das bei Märkten zu beobachten, welche die dritte Phase erreicht haben und nach dem Eroberungsmarkt über den Verdrängungsmarkt nun in den Bereinigungsmarkt eintreten. Das Problem, das sich abzeichnet, ist, dass man im Zeitraum des Eroberungsmarktes Systeme geschaffen hat, die schon im Verdrängungsmarkt kaum zu finanzieren waren und schon dort nur noch schlecht bis gar nicht funktioniert haben. Diese Systeme sind im Bereinigungsmarkt völlig unbrauchbar und überhaupt nicht zu finanzieren. Aber den Verantwortlichen fällt nichts anderes ein, als das System mit immer weniger Geld immer schlechter zu versorgen. Alles vor dem Hintergrund, dass dieses System schon im Verdrängungsmarkt nicht mehr funktioniert hat. Ein Beispiel. Wir nehmen ein Produkt in drei Phasen: das Auto. Ein Auto in den 60er Jahren im Eroberungsmarkt, ein Auto in den 90er Jahren im Verdrängungsmarkt und ein Auto im Jahre 2009 im Bereinigungsmarkt. Nun betrachten wir das Umfeld. Die Werbung. Das Produkt. Den Preis. Die Ausstattung. Die Themen. Den Vertrieb. Die Autohäuser. Den Wettbewerb. Das Medienumfeld. Die Fabriken. Die Stückzahlen. Und alles andere. Aber das wichtigste ist zu erkennen, wie der Aufwand immer weiter erhöht wurde, um immer mehr Autos zu verkaufen. In einem Markt, dessen Ertragskurve zunehmend nach unten zeigen musste und der von immer mehr Herstellern mit immer mehr Produkten überschwemmt wurde. Und fällt etwas auf? Die Kosten, ein Auto zu verkaufen, wurden sukzessive erhöht. Somit musste der Ertrag sinken. Dann hat man den Ertrag subventioniert. Und man hat über das Leasingmodell weitere Produkte mit noch weniger Spanne in den Markt gepumpt. Und merken sie was? Das Wetttrüsten schafft Opfer, die einfach pleite gehen. Somit bleiben wenige aber schrecklich unwirtschaftliche Unternehmen übrig. Denn diese Unternehmen haben sich längst nicht mehr am Bedarf des Marktes orientiert, sondern am Bedarf der Banker, Börsen und Investoren. Keine gute Marschrichtung. Was tun? Neu denken. Neu handeln. Anpassen an das Marktumfeld. Anpassen an die Bedürfnisse des Kunden. Raus aus den alten Systemen. Rein in die neuen. Es geht um Verhältnismäßigkeit. Die Parameter müssen zueinander passen. Vielen Unternehmen würde ich es nahe legen, die Zügel in vielen Bereichen wieder selbst in die Hand zu nehmen. Ein Beispiel: warum kann man auch nur einen BMW über ein Portal wie autoscout24 kaufen? Warum stehen Testberichte über einen Mercedes in einer Autozeitschrift? Warum gibt es so viele Autohäuser, wenn man die anstatt aus Steinen aus Bits und Bytes bauen kann? Warum drucken die noch, wenn man das Wichtigste schon senden kann? Warum zahlen Unternehmen so viel für Fernsehwerbung, wenn man bedenkt, dass man dafür einen eigenen Kanal haben könnte? Warum konzentrieren sich alle darauf, über den Preis einen Vorteil zu generieren anstatt über den relevanten Kundennutzen? Warum glauben diese Hersteller, wenn Produkt 1 nicht läuft, dass es Produkt 2 besser macht? Oder dann doch Produkt 3 oder 4 oder 5... Somit weiß ich, dass da eine neue Welle des Marketings auf uns zu kommt, die der Anpassung und zugleich der Individualisierung. Anpassung an den Markt und Individualisierung in der Marke. Die Systeme der Zukunft werden weniger starr sein und schneller veränderbar. Man sieht es doch am Arbeitsmarkt. Zeitverträge. Ja, warum denn nicht. Lieber jemand hat für sechs Monate einen guten Job und er wird dann nicht mehr benötigt, weil man sich der wirtschaftlichen Auftragslage anpasst. Die Zukunft wird noch viel digitaler, als viele glauben. Allein schon, weil es um so viel günstiger, schneller, flexibler und leichter zu handhaben ist. Wie lange schauen diese Unternehmen noch zu, wie andere in ihrem Namen vor allem online noch Geschäfte machen? Warum gibt es kein DSL von Porsche zu jedem Auto dazu? Ein schnelleres versteht sich natürlich!

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:38

Mittwoch, 10. Dezember 2008

Ist Erfolg planbar?

Ein Freund von mir durfte zu diesem Thema Stellung beziehen am Beispiel des Fußballclubs Hoffenheim. Nicht ohne Grund, denn er ist im Vorstand des Akademischen Fan Clubs von Hoffenheim. Und der Laie überlegt, wenn man also genug Geld hat und einen guten Plan, dann kann man aus der Kreisklasse in die Champions League kommen. So einfach geht das. Es liegt am Plan. Erfolg ist somit planbar. Und der Beweis heißt Hoffenheim. Wenn dem so wäre, was macht denn Schalke die letzten 50 Jahre? Somit bin ich ganz und gar nicht der Meinung, dass Erfolg planbar ist, sondern Erfolg ist machbar. Und das ist ein himmelweiter Unterschied. Denn wenn er planbar wäre, was machen denn die Banken da, die Automobilindustrie. Haben die nicht besten Pläne? Was hat denn da die ganze New Economy geplant in ihren tausenden von Businessplänen? Ich sage nicht, dass es keinen Plan gibt. Aber nichts ist dümmer, als sich an einen Plan zu halten, wenn die Wirklichkeit eine Änderung auf das Tablett ruft. Ein Plan kann nicht funktionieren, wenn die Zeitachse, die er ins Auge fasst, einfach zu lang ist. Somit liegt es weniger am Plan, was uns vor allem die Unternehmensberater eintrichtern wollen. Man bräuchte nur einen guten und teuren Plan, dann kommt der Erfolg wie von selbst. Dem ist nicht so. Sondern Erfolg ist machbar. Machbar heißt, zu jedem Zeitpunkt das Richtige machen und dabei alles berücksichtigen. Es ist eben eine Kunst, Erfolg zu machen. Das kann nicht jeder und schon gar nicht mit einem Plan in der Hand. Es ist die Fähigkeit und Bereitschaft, in jeder Sekunde agieren und reagieren zu können. Und dabei das Ziel nie aus den Augen zu verlieren und wenn nötig, das Ziel zu korrigieren. Es ist das Zusammenspiel aller Aspekte und Parameter, welche Erfolg möglich machen. Und es ist die Gabe, sich selbst dem Erfolg unterordnen zu wollen. Stellen Sie sich mal vor, sie sind Dirigent und vor Ihnen sitzt ein Orchester mit 55 Personen. Erst wenn Sie nicht mehr in Menschen denken, sondern in Instrumenten. nicht mehr an die Menschen hinter den Instrumenten, sondern an die Klänge, die aus den Instrumenten kommen, erst dann kann man das Ziel erreichen, dass es unglaublich klingt. Vorher nicht. Und es fällt auf, dass wir viel zu viel über die Menschen hinter den Instrumenten in der Politik und Wirtschaft sprechen, anstatt genau darauf zu achten, was dabei rauskommt. Somit ist Erfolg die Fähigkeit und Bereitschaft, für den Erfolg immer und überall das Richtige zu machen und sich dabei selbst in den Dienst des Erfolges zu stellen. Deshalb ist Erfolg im Sinne von Hoffenheim nicht besonders geplant, sondern besonders gemacht worden. Um beim Fußball zu bleiben, genau da liegt auch der Unterschied zwischen Schalke und Bayern. In Bayern macht man Erfolg. Auf Schalke plant man ihn.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:50

Montag, 1. Dezember 2008

Business ist mehr Veränderung und weniger Gewohnheiten

Der Business-Plan ist eine der lustigsten Zeiterscheinungen. Es gibt sehr viele und über 90% haben sicher nie das gehalten, wovon der Business-Plan ausging, denn der Business-Plan ist eine statische Grundlage für eine Planung. Aber Business ist alles andere als statisch, Business ist dynamisch. Verwunderlich, dass sie immer zu Ungunsten von Investoren ausgehen. Man muss jeder Zeit bereit sein, seine Meinung über Bord zu werfen. Business heißt, ständig gestalten. Ständiges überprüfen, verändern, angleichen, verbessern. Business heißt, heute so, morgen so. Business bedeutet, in jeder Situation zu versuchen, die passende und richtige Entscheidung zu treffen und diese auch in die Tat umzusetzen, Entwicklungen vorwegnehmen, erkennen, erahnen, sich nie auf dem Erreichten ausruhen. Business ist immer nur eine Momentaufnahme. Nicht mehr. Man kann nur den Zustand, wie bei einer Vorsorgeuntersuchung, in diesem Moment festhalten. Was morgen sein wird, kann diese Untersuchung und die Betrachtung von Business nicht erkennen. Zu viele Entwicklungen, auf zu vielen Ebenen, zu schnell beeinflussen jedes Business. Was heute gut ist, kann morgen schlecht sein. Was heute falsch ist, kann morgen richtig sein. Business hat eigentlich nur eine Chance, erfolgreich zu sein, wenn die Gewissheit besteht, sich an relevantem Kundennutzen zu orientieren. Denn nichts ist wichtiger als ein offener Bedarf, der befriedigt werden will.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 08:11

Dienstag, 25. November 2008

Suche nicht den Erfolg und du wirst erfolgreich sein

Es ist fast unfair und als ziemlich gemein anzusehen, dass Erfolg oftmals denen zufliegt, die ihn nicht unbedingt gewollt, geschweige denn versucht haben, ihn quasi zu erzwingen. Wenn wir über Erfolg sprechen, dann sprechen wir natürlich über den richtigen Erfolg. Die Art von Erfolg, die einem rundherum gut tut. Erfolg ist eigentlich nur der Teil, an dem man eine wichtige Etappe erreicht. Wenn man insgeheim weiß und überzeugt ist, dass man diese erreicht, dann fallen auch die Zwänge weg und die Verhaltensweisen, wenn man Erfolg unbedingt will. Warum auch, wenn man weiß, dass man an diesen Punkt ohnehin gelangen wird. Die Verhaltensweisen werden erst dann verhaltensauffällig bis hin zu weitreichend negativ, wenn derjenige spürt, dass er den Punkt mit normalen Mitteln ohnehin nie erreichen wird. Er ahnt es insgeheim. Darum das gequälte und zwanghafte, den Erfolg mit allen Mitteln unbedingt erreichen zu wollen. Es sind auch zwei Arten von Erfolg da. Der eine kann ihn genießen. Weil er ihn mit den Mitteln und Fähigkeiten seiner Persönlichkeit erreicht hat. Somit kann er mit Erfolg auch umgehen. Die anderen hingegen leiden mehr unter dem Erfolg. Weil sie insgeheim spüren, dass dieser nicht gerechtfertigt ist, dass sie diesem nicht gerecht werden können. Und das Schlimmste ist, dass man ihnen diese Art von Erfolg einfach und schnell auch wieder nehmen kann. Diese zwei sehr unterschiedlichen Wege zum Erfolg formen die Menschen zugleich. Und sie kommen auch nicht am selben Ziel an. Die einen reden über etwas wie Erfolg, was es aber in Wirklichkeit nicht ist und über die anderen und deren Erfolg redet man, weil es die Art von Erfolg ist, die man an anderen Menschen so schätzt. Der wirklich Erfolgreiche spricht nicht darüber, weil der Status für ihn nichts besonders ist, sondern eher etwas verantwortliches. Somit kann man einfach und schnell erkennen, was wirklich Erfolg ist, und was so etwas ähnliches wie Erfolg ist.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:33

Montag, 6. Oktober 2008

Viele Hände schaffen mehr

Dieses Sprichwort ist mir im Laufe eines Jobs über den Weg gelaufen und hängengeblieben. Ich glaube, es kommt aus Italien. Aber genau weiß ich es nicht mehr. Ist auch egal, denn der Inhalt spiegelt wider, was ich so oft denke, mache und erlebe. Da ich auf dem Lande lebe, ist es mit der Anonymität nicht weit her. Man kennt sich. Man grüßt sich. Und weil dem häufiger so ist, deshalb verhält man sich auch so. Nicht alle. Aber Menschen, die aus gutem Grund auf dem Lande leben, wissen, wovon ich schreibe. Auf dem Lande hilft man sich. Denn es gibt immer etwas zu tun, was man alleine unmöglich bewältigen kann. Man benötigt Unterstützung. In der Stadt müsste man nun professionelle Hilfe anfordern. Oder man müsste es so lange vor sich her schieben, bis sich mal eine günstige Situation ergibt. Auf dem Lande ist das anders. Da bittet man um Hilfe und man wird um Hilfe gebeten. Und wie selbstverständlich ist man zur Stelle. Oder die Leute sind zur Stelle. Denn viele Hände schaffen eben mehr. Ein wunderbares Prinzip.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 14:38

Mittwoch, 1. Oktober 2008

Na wie läuft es?

Ich weiß. Niemand steigt in eine solche Überschrift ein, wenn es gut läuft. Denn dann hat er alles gefunden, was er braucht. Und er weiß, wie man es macht. Somit muss er hier auch nicht nach Antworten suchen. Obwohl schon das ein riesiger Schritt demgegenüber ist, was man so landläufig bei Problemen macht – nichts. Grundsätzlich laufen alle wirtschaftlichen Probleme auf einen Punkt hinaus – man ist nicht profitabel. Man wird nicht profitabel. Man ist nicht mehr profitabel. Oder die schlimmste Form, man war noch nie profitabel. Geschäft bedeutet, investieren und davon profitieren. Alles andere sind Non-Profit Unternehmen. Das bedeutet, die investieren auch, haben aber kein Profit zum Ziel. Soweit so gut. Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten, die man immer gleichzeitig in Betracht ziehen sollte. Die Kosten sind zu hoch. Die Investition ist zu niedrig. Also muss man Kosten einsparen, um es in die Investition fließen lassen zu können. Klingt einfacher als getan. Denn Kosten umfassen die Personalkosten, die Betriebskosten und eventuell auch den Wareneinsatz. Die Investitionen umfassen die Personalkosten, die Betriebskosten und den Wareneinsatz. Das klingt, als ob es das Selbe ist, aber ich kann beruhigen, es ist nur das Gleiche. Denn innerhalb dieser Kosten und Investitionen gibt es ein Produkt oder eine Leistung. Es gibt einen Preis oder einen Wert. Es gibt einen Vertrieb und natürlich die Kommunikation. Daraus entsteht ein Produkt und/oder eine Dienstleistung. Der Aufwand, diese zu erzeugen, zu verkaufen, zu bewerben, zu vertreiben, ist höher als die Einnahmen. Das ist mal klar. Man gibt mehr aus, als man einnimmt. Und genau das soll sich ändern, damit am Ende eine schöne, runde und große schwarze Zahl steht. Und das macht man, in dem man aus diesem Zyklus Kosten reduziert, um in das Richtige zu investieren. Und wenn das dann funktioniert, dann kann man auch wieder höhere Kosten tragen. Somit macht man eine Liste aller Kosten und aller wichtigen Investitionen und teilt denen eine Rangreihe zu: Must, Needs, Nive to have. Und damit meine ich alle Kosten und alle Investitionen. Die Kunst ist, klare Zeichen zu setzen, wie sehr einem am Erfolg gelegen ist. Also, alle werden genau schauen, was den Verantwortlichen der Erfolg persönlich wert ist. Was diese dazu beitragen, um erfolgreich sein zu können. Denn Erfolg und der daraus resultierende Profit ist das einfache Ergebnis von richtig getroffenen und umgesetzten Entscheidungen, Geld an den richtigen Stellen eingespart und es an den richtigen Stellen investiert zu haben. Da müssen alle mitmachen, die für den Erfolg verantwortlich sind. Sonst geht das nicht. Controller sind dafür da nur einzusparen. Sie sind nicht dafür da zu investieren. Wer aber nur einspart und das in der Regel an den falschen Stellen, ohne an den richtigen zu investieren, der korrigiert kurzfristig nur einen Kurs, um dann noch schneller und teurer vor die Wand zu fahren. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass es allen leichter fällt, die Kosten anderer zu streichen und es geht natürlich viel leichter von der Hand, in sich selbst zu investieren. So produziert man keinen Erfolg. Man kann nicht den anderen die Grundlage nehmen und sich selbst übervorteilen und dann wirklich glauben, dass dabei etwas Gutes raus kommt. Wenn man über Kosten entscheidet, sollte man immer bei sich anfangen und wofür man selbst verantwortlich ist. Und so verhält es sich auch mit Investitionen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:42

Montag, 15. September 2008

Stage 47

Das Konzept „Individualität“. Wer einen Piloten in seinem Freundeskreis hat, der weiß, dass diese unter einem Problem leiden. Dadurch, dass sie auf der ganzen Welt in denselben Hotels absteigen, wissen sie oft morgens nach dem aufwachen nicht, in welcher Stadt sie sind. Die Hotels sind so identisch, dass man das auf den ersten Blick unmöglich erkennen kann. Mir ist auch aufgefallen, dass klassische Businesshotels alle gleich sind. Und auch die Menschen in diesen Hotels sind alle gleich. Alles ist gleich. Der Geruch vom Frühstücksbuffet. Der Zimmer. Die Zeitungen. Die Tischdekoration. Die Bilder an den Wänden. Bis hin zur absolut GEMA-freien Musik im Fahrstuhl. Die Gespräche. Die gegenseitige Missachtung. Und das heimliche Barbezahlen vom Pay-TV. Das mir jedes Mal wieder einen Klassiker rausrutschen lässt: Na, auch gestern noch Free Willy geschaut? Das völlige Gegenkonzept. Eines, das diametral liegt wie der Nordpol zum Südpol, ist zum Beispiel ein Hotel wie das Stage 47 in Düsseldorf. Es ist das genaue Gegenteil. Das Konzept ist eigentlich einfach. Mann muss nur alles genau anders machen als in diesen Business-Hotels. So einfach geht das. Das ewig Gleiche einfach individuell lösen. Das wars, und das ist das Stage 47. Alles ist anders gelöst, außer, dass die Zimmer Nummern haben und wieder einen Schlüssel. Das Konzept hier lautet „Große deutsche Schauspieler“. So hat jedes Zimmer neben einer Nummer auch einen Namen und eine damit verbundene Persönlichkeit und eine eigene Welt. Mehr will ich nicht verraten. Aber wer mal in Düsseldorf übernachten muss, der kann sich in Zukunft darauf freuen, wenn er es im Stage 47 machen kann. Aber Achtung, wer den Mainstream sucht, wer dasselbe sucht wird hier nicht glücklich. Wer das andere Hotel sucht, der wird hier endlich voll auf seine Kosten kommen. Mann kann nur hoffen, dass dies Schule macht. Auch auf ganz anderen Gebieten. Ich kann mir schon vorstellen, wie Investoren und Banker über ein solches Konzept ungläubig den Kopf geschüttelt haben. Die verstehen das sicher nicht und werden es nie verstehen. Wie auch? Die bekommen ja schon Panik-Attacken wenn die das Wort „Individualität“ nur hören. Warum etwas anders machen, wenn alle versuchen, mit demselben Geld zu verdienen? Was die eventuell noch verstehen, ist ein noch gleicheres Hotel als es dies je gab. Das Hotel, das allem gleicht wie ein Ei dem anderen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:35

Freitag, 8. August 2008

Die Mauern im Kopf

Erneuerung und Veränderung sind nur deshalb so schwer, weil man Mauern in den Köpfen anderer Menschen überwinden muss. Nicht nur, dass man selbst hinter neue Gedanken kommen muss, die dann auf fruchtbaren Boden fallen sollten. Da hat man sich bei weitem getäuscht. Das könnte man vermeintlich denken, aber so ist dem nicht. Die Menschen halten an ihrem Glauben fest und auch an ihrem Wissen, obwohl man bei dieser Kategorie sagen kann, es ist dasselbe. Die meisten bewegen sich nur innerhalb ihrer Mauern. Allein ein Blick über die eigenen Mauern wagen nur wenige. Das haben sie gelernt. Das haben sie erlebt. So ist das, so muss das sein. Menschen, die mit Verlust, Frust und Scheitern im Laufe eines Lebens konfrontiert wurden und aus allem gut rausgekommen sind, die haben gelernt und erlebt, dass die Dinge sich ständig verändern und erneuern. Und wenn man es nicht selbst vorantreibt, dann macht es ein anderer. Glauben kann das solange keiner, bis es passiert. Und dann behaupten alle, dass dies doch keiner ahnen konnte. Doch - aber das interessiert dann keinen mehr. Das Schiff sinkt und die Verantwortlichen wechseln trockenen Fußes die Brücke. Um einen Erfahrungsschatz reicher. Die Veränderung ist manchmal so offensichtlich, weil die Umstände sich so drastisch verändern, dass man von Fahrlässigkeit sprechen muss. Aber den Vorwurf soweit entkräften kann, dass die Unzurechnungsfähigkeit sicherlich sofort bescheinigt wird. Wie konnten wir das wissen? Wie sollten wir das wissen? Und wenn wir es gewusst hätten, was hätten wir denn tun sollen? Neue Wege gehen. Eigene Wege gehen. Erfolg basiert auf der immer selben Ausgangsposition. Jemand geht einen anderen und/oder andersartigen oder gänzlich neuen Weg. Die Summe der Erfindungen ist wesentlich geringer, als man gemeinhin annimmt. Die Summe der Innovationen, also der Erneuerung von etwas Bekanntem, ist wesentlich größer. Ich würde mal sagen 99% zu 1%. Wenn also die Erfindung ein Glückstreffer ist, ein nicht planbarer und zu vernachlässigender Faktor ist, der kommt, wann er will, wo er will und wie er will, dann ist die Innovation ein probates Mittel, erfolgreich zu sein. Vor allem in dem Zeitraum ohne maßgebliche Erfindung. Es gibt außerordentlich erfolgreiche Beispiele, bei denen die Veränderung und Erneuerung von manifestierten Mauern, das Schlachten von heiligen Kühen genau den Weg geebnet haben, der auf direktem Weg zum Erfolg führte. Diesem Weg muss man folgen. Aber nicht den anderen hinterher, sondern man muss seinen eigenen Weg gehen. Vor allem da, wo es nicht weitergeht. Ändert die Richtung. Ändert den Weg. Denn auf neuen Wegen kommen einem neue Chancen entgegen. Auf alten Wegen ist das ausgeschlossen. Die werden nur breiter und ausgetretener. Warum auf ein Wunder warten, wenn man es selbst verändern kann? Nicht das Problem weiter, mehr und teurer bekämpfen, umgehen oder übergehen sondern einfach einen neuen Lösungsweg auf tun. Erfolg ist die Summe der richtig getroffenen Entscheidungen. Misserfolg ist somit das Ergebnis von falsch getroffenen Entscheidungen.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 09:12

Mittwoch, 30. Juli 2008

Business-Posing

Im Business hat längst das Posing Einkehr gefunden. Die Wirkung und Stärke vom Business-Posing ist an keinem spurlos vorüber gezogen. Man zeigt, was man vorgibt zu sein. Eindruck machen. Eindruck schinden. Sich positionieren. In Szene setzen. Der gefühlte Eindruck ist oft wichtiger als die Wirklichkeit. So ein "als ob" ist das oberste Gebot. Dabei sind Verhaltensregeln sehr wichtig. Aber auch alles andere bis ins Detail. Von der Armbanduhr bis zur Bemerkung, alles dient dem Eindruck, den man macht und hinterläßt. Wissen, wann man sich duckt und unterwirft. Wissen, wann man auf dicke Hose machen muss. Um Inhalte kann man sich dabei kaum noch kümmern, man muss auf zu viele Details achten und diese beherrschen. Mitreden können ist unglaublich wichtig. Bei allem, wenn es geht. Von allem so viel Wind bekommen, dass man einen Text dazu platzieren kann. Man steckt sein Revier ab. Und wenn es nur für die Dauer eines Meetings ist. Letztendlich müssen einen die Richtigen lieben und die Richtigen hassen, dann geht was. Es kommt nicht so sehr darauf an, was man sagt. Die Leute hören ohnehin nicht mehr zu. Sie sind mit dem beobachten und vorbereiten ihres Auftritts so sehr beschäftigt, da können sie nicht auch noch zuhören. Der sachliche, fachliche Inhalt ist längst verschütt gegangen. Trainer müssen eine gute Figur vor der Kamera machen. Das ist viel wichtiger als auf dem Trainingsplatz. Vor-Poser haben Konjunktur. Das sind Leute, die nichts können, dabei aber eine fabelhafte eloquente Figur machen. Die smart sind, die reden können und eine gute Erscheinung machen. Für den Inhalt sind dann Leute im Hintergrund zuständig. Noch nie war gutes Aussehen und gutes Auftreten so wichtig für eine Karriere. Darum schreit die ganze Wirtschaft ja auch nach qualifizierten Mitarbeitern, weil überall nur Poser zu sehen sind. Und einer muss sich ja das Richtige ausdenken können und umsetzen können. Und an denen fehlt es an allen Ecken und Kanten. Warum etwas lernen, wenn man nur eine gute Figur abgeben muss. Mitreden können muss. Und im Fahrwasser der Trends sich nur im vorderen Mittelfeld mitreißen lassen muss?

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:56

Donnerstag, 17. Juli 2008

Ein himmelweiter Unterschied

Nicht verlieren wollen. Oder unbedingt gewinnen wollen. Nicht versagen wollen. Oder unbedingt den Erfolg heraufbeschwören. Es sind unterschiedliche mentale Einstellungen, mit denen alle zu einem Ziel gehen. Leider werden die meisten von der Befürchtung begleitet, hoffentlich geht das nicht daneben. Anstatt mit dem guten Gefühl anzutreten, das wird wunderbar funktionieren. Dabei geht es nicht um den Entzug von Realität, dem Ausweichen von Gefahren sondern unter welchem Stern, welcher Chemie, welchem Klima, welcher Motivation man zu einem Ziel geht. In unserer Welt, in der das Risiko, die Kosten, die Schwächen und auch alles andere Negative mehrheitlich im Vordergrund stehen, ist es umso schwerer, alle vom Gegenteil zu überzeugen und mitzureißen. Die Gefahr, die Befürchtung und die Mutlosigkeit sind an der Tagesordnung. Man will das 1:0 über die Zeit retten, mit dem immer selben Ausgang. Wer gewinnen will, hat einen großen Vorteil, wer nicht verlieren will einen großen Nachteil. Letztendlich sind das aber beides nur Einflüsse, die nicht wirklich etwas über den Ausgang aussagen, aber stark die Tendenz beeinflussen können. Und zudem viel über die Qualität verraten. Wer von der Hoffnung beseelt ist, gewinnen zu wollen und zu können, erfolgreich zu sein, der ist schon mental allen anderen weit voraus. Jetzt muss die Fähigkeit und die Bereitschaft, das qualitativ in die Tat umzusetzen, nur noch folgen. Das ist nicht zu unterschätzen. Denn viele mit der richtigen mentalen Einstellung haben vergessen, die Sache um die es geht zu beherrschen. Wiederum haben andere die Sache perfekt im Griff, aber mental die völlig falsche Einstellung. Also, das eine geht ohne das andere nicht. Man trifft immer öfter Menschen, denen es an der richtigen Einstellung fehlt. Die besuchen dann entsprechende Seminare und trotzdem verändert sich signifikant nichts. Weil das eben nur die halbe Wahrheit ist. Man muss das Handwerk schon beherrschen. Nur Chaka-Chaka hilft nicht wirklich, eher gar nicht weiter. Außer einer kleinen kurzfristigen mentalen Welle, die schnell wieder im Sande verläuft, bleibt nichts. Aber wenn die sachbezogenen Qualitäten auf die richtige Einstellung treffen, ist viel mehr bis alles möglich. Nur wie gesagt, keine oft aufzufindende Konstellation in unserer Gesellschaft. Da fehlt es vermehrt an der richtigen Einstellung und zunehmend auch an der Qualifikation. Dieses Leben „light“, das viele führen, verführt auch viele, alles mal so nebenbei zu machen. Im Handstreich sozusagen. Der Hang zu einer gewissen Oberflächlichkeit bleibt da nicht aus. Dies stößt über kurz oder lang eine große Tür für alle diejenigen auf, die von der Qualität, der besten Beschaffenheit und der ständigen Lust getrieben sind, die eigenen Fähigkeiten immer wieder zu verbessern.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:54

Dienstag, 8. Januar 2008

Das unüberwindbare Lösungsproblem von Problemlösungen

Das Problem von Lösungen ist, dass diese oft nicht als solche gesehen, erkannt oder betrachtet werden wollen. Denn die meisten Menschen, die über Lösungen nachdenken sollen und über diese entscheiden müssten, tun dies ganz und gar nicht so gern. Denn da, wo eine Lösung sich den Weg bahnt, scheint es ein Problem zu geben. Somit könnte man ja selbst ein nicht geringer Bestandteil des eigentlichen Problems sein. Was man offen eingesteht, wenn man zu einer Lösung greift. Darum haben es Lösungen schwer, weil es ja eigentlich kein Problem geben darf. Denn alles läuft wie immer geplant. Also, was soll man dann mit einer Lösung anfangen, wenn es doch kein Problem geben darf? Somit steht man mit seinen Lösungen wie mit leeren Händen da. Kein Problem – keine Lösung. Deshalb fährt man im Business grundsätzlich besser, wenn man "keinem Problem" mit "keiner Lösung" begegnet. Das hat sich herum gesprochen. Denn man fährt weitaus besser, wenn man das Bestehende schon mal vorab hoch wertschätzt und die Lösung als eine Weiterführung, Begleitung oder Weiterentwicklung deklariert. Nur nie das Wort Lösung dafür verwenden – obwohl es natürlich dasselbe ist. Auf einer solchen Grundlage gibt es schon mal keine Probleme und keine Lösungen, sondern es geht einfach nur weiter. Niemand fühlt sich angegriffen. Niemand ist schuld. Niemand hat ein Problem. Das sind gute Voraussetzungen, etwas in die Tat umsetzen zu können. Können. Worte wie Lösungen und Ideen lösen eben oft Panikattacken auf der Gegenseite aus. Man stelle sich nur mal vor, da rennt jemand zu seinem Chef und sagt, wir haben eine Lösung. Und der fragt verdutzt: Was war denn das Problem? Und weil niemand Probleme hat und haben will, benötigt auch niemand Lösungen. Sondern nur das verständnisvolle fortführen von etwas Bestehendem. Auch wenn es in eine ganz andere Richtung geht. Der Ton macht bekanntlich die Musik. Und wie man es in den Konferenzraum rein ruft, so schallt es auch heraus. Ich gebe zu, dass klingt kompliziert – ist aber so.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 15:24

Donnerstag, 13. Dezember 2007

Isoliert betrachten lernen

Wie ich schon ausführlich im Beitrag „Das Ereignisprinzip“ beschrieben habe, stellt der Mensch Verbindungen her, wo keine sind. Oder zu voreilig. Oder zu viele. Oder zu wenige. Oder keine, wo welche sind. Die sinnvolle Verknüpfung von Ereignissen ist eines der schwierigsten Dinge. Wie stehen die Dinge, die passieren zueinander? In welchem Verhältnis, mit welcher Wirkung? Der Mensch hat ein nicht kleines Problem mit der Wechselwirkung. Hier verwechselt er am meisten. Das Grundprinzip in der Betrachtung eines jeden Ereignisses ist die isolierte Betrachtung. Jedes Ereignis steht erst einmal für sich ganz allein und sollte so von allen Seiten betrachtet werden. Erst dann, an zweiter Stelle, sollte man Überlegungen nach sinnvollen Verbindungen anstellen. Nicht wie gewohnt anders herum. Gute Köche wissen, wovon ich rede. Jedes Essen, das sie zubereiten, muss für sich allein den Ansprüchen genügen. Dirigenten geht es ähnlich. Jedes Konzert gilt es als einmalig zu betrachten. Einige Berufe leben davon, dass die Menschen, welche diese ausüben, es schaffen, jedes Ereignis isoliert zu betrachten und zu bewerten und es erst dann einzuordnen. Es ist somit ein großer Vorteil, wenn man es kann, gelernt hat oder gewohnt ist, die Dinge in erster Linie unabhängig voneinander zu betrachten. Eines der größten Probleme des afrikanischen Kontinents liegt darin, dass die Menschen unglaublich abergläubisch sind. Voodoo ist da an der Tagesordnung. Somit sind die Menschen davon überzeugt, dass alles in einem Zusammenhang steht. Diese Art von Aberglauben geißelt den Kontinent seit jeher. Und wie es aussieht, wird er diese Geißel auch nicht los. Fast alles, was in Afrika passiert, basiert auf diesem Aberglauben. Auch unsere Religionen haben sich diesen Umstand zu eigen und zu Nutzen gemacht. Alles, was der Gläubige macht, steht in einem höheren Zusammenhang. Somit haben die meisten Menschen nicht gelernt, Ereignisse in erster Linie isoliert betrachten zu lernen. Ganz im Gegenteil, von den falschen Verbindungen profitierten und profitieren nicht wenige. Und das in nicht geringem Ausmaß. Frankreich. La Grand Nation. Noch heute beseelt von der Macht der Vergangenheit. Noch heute glaubt Frankreich, die Zügel der Welt in den Händen zu halten. Ebenso ergeht es England und anderen Völkern, Gruppen, Organisationen bis hin zu Unternehmen. Durch die falsche Annahme, dass alles ja miteinander verbunden ist, fehlt die Vorstellungskraft, dass dem schon lange nicht mehr so ist. Wie oft erlebt man, dass Fußballmannschaften in einem Jahr sehr erfolgreich sind und im darauf folgenden sich genau das Gegenteil abspielt. Die sind davon ausgegangen, es geht so weiter. Langfristig erfolgreiche Mannschaften sind dies nur aus einem Grund. Sie betrachten jedes Spiel isoliert. Sie stellen keine falschen Zusammenhänge her, was die Öffentlichkeit ständig tut. Die Medien und die Öffentlichkeit stellen ständig Zusammenhänge her, die jeder Realität entbehren. Das Wort „Vorentscheidung“ ist so eine Wortschöpfung aus dieser Welt. Serien werden erkannt und gebrochen. Alles muss immer in einem Zusammenhang stehen. Und alle müssen ständig zu diesen falschen Zusammenhängen Stellung beziehen. Deshalb auch der unterbewusste Glaube daran. Ein modernes Unternehmen, ein moderner Mensch muss lernen, alles in erster Linie isoliert zu betrachten, jedes Ereignis, Erlebnis, jede Idee, jedes Produkt, jede Eigenschaft, jede Dienstleistung. Nur dann ist Erfolg überhaupt möglich. Und über einen längeren Zeitraum. So kann man am besten von denen lernen, die dies täglich tun. Schauen Sie sich einfach mal um, wer immer wieder auf ein Neues es sich nicht leisten kann, sich auf Altes oder Zukünftiges zu berufen. Der sich immer wieder der Herausforderung der Einmaligkeit und der Einzigartigkeit stellt. Und der dies über einen langen Zeitraum erfolgreich schafft. Das gelingt ihm nur, wenn er die Kunst der isolierten Betrachtung beherrscht. Und die fehlt - an allen Ecken und Enden.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 07:58

Dienstag, 6. November 2007

Beschaffungskriminalität

Wenn ich mit anderen Menschen über das Geld verdienen, das Arbeiten und deren Beschäftigungen und Tätigkeiten rede, kommt mir das im überwiegenden Maße immer wie Beschaffungskriminalität vor. Der Anteil der Entschuldigungen und Ausreden ist prozentual und proportional sehr groß. Wie eine Studie unlängst belegt, sind 70% mit ihrer Arbeit unzufrieden und zusätzlich haben 17% innerlich schon gekündigt. Das macht 87% Unzufriedenheit aus. Das ist viel, sehr viel. Das ist ein volkswirtschaftlicher Schaden von ungeahntem Ausmaß. So erhalte ich Freitagnachmittags Anrufe mit dem Inhalt – Überlebt; Endlich Freitag...usw. Und Montag Morgens: Oh mein Gott, ich habe keine Lust....usw. Aber die Rechtfertigungen sind eigentlich viel spannender als immer wiederkehrende Gefühlsbeschreibungen. Ich kann nicht anders. Ich muss. Das Geld. Die Verpflichtungen halten einen dazu an, das zu ertragen. Obwohl der Ausgleich offensichtlich nicht funktioniert. Denn 2 Tage Samstag und Sonntag gegen 5 Tage in Unzufriedenheit können das schon numerisch nicht kompensieren. Da helfen dann auch die Urlaube nicht mehr. Denn diese offenbaren einem ja noch viel mehr, was man sich da Tag für Tag, Woche für Woche antut. Muss?! Nun gut. Dann gibt es da noch die Träumer. Die einem ständig vergewissern, dass sie das alles nicht brauchen. Obwohl sie es verabscheuen, bleiben sie aber dabei und dran. Denn sie könnten ja anders. Wenn sie wollten. Immer und sofort. Aber passieren wird nichts. Und es gibt noch eine dritte Gruppe. Die auf dem Absprung. Das sind diejenigen, die einem jedes Mal ein neues Ausstiegskonzept oder Übergangskonzept erklären. Die immer auf dem Sprung in ihr eigentliches Leben sind. Im Laufe der Zeit fällt denen aber nicht auf, dass sie den Traum vom Sprung weitaus mehr pflegen, als den Versuch, es wirklich zu tun. Das Potential, ein Leben lang einer Tätigkeit nachzugehen, die man selbst nicht wertschätzt, mit dem Argument "man muss", ist sehr groß. Somit kann man zwar die Miete zahlen und alles andere. Ist eventuell sozial abgesichert. Erreicht sogar einen gesellschaftlichen Status. Ermöglicht sich ein materiell sorgenfreies Leben. Aber der Preis scheint hoch. Zu hoch, würde man sonst über nichts anderes nachdenken, sich austauschen. Schade, denke ich. Sehr schade. Aber wenn man in die Materie mal vordringt, liegt diese Unzufriedenheit oft nicht an der Sache. Sondern vor allem an allem anderen, was nichts direkt mit der Sache zu tun hat. Das frühe Aufstehen. Das lange Arbeiten. Das ständige Reisen. Das oft weg von den Lieben sein. Das Umziehen. Das Mobbing. Der Stress. Die Politik. Der totale Kontrollverlust. Dass andere über einen entscheiden können. Dass man nur ein kleines Rädchen in einem riesigen System ist. Dass der Verlust von Freiheit einfach schmerzt. Dass Sicherheit nicht gegeben ist. Dass die Gesundheit darunter leidet, wie die Familie, die Freunde bis hin zu den Bekannten. Ich finde, das sind alles gute Ansatzpunkte für eine bessere und modernere Führungskultur. Wenn man alle diese Aspekte betrachtet und berücksichtigt, dann geht es letztendlich wieder nur, oder viel mehr, um die Sache. Und das ist es, worum es geht. Die Sache. Würde man alles, was diese Unzufriedenheit begünstigt, sukzessive beseitigen, hätte das eine unglaublich positive Auswirkung auf die Volkswirtschaft. Viele wären zufriedener bis hin zu glücklicher. Die Frage ist nur, ob sich das auch in Zahlen und Produktivität ausdrückt, 100 zufriedene und glückliche Mitarbeiter. Welchen Faktor erreichen diese im Gegensatz zum herrschenden Gegenteil, 86% Unzufriedenheit? Somit scheint bewiesen – Geld allein macht nicht glücklich. Der Spaß an der Beschaffungskriminalität ist dann doch zu gering. Wandelt man den in Beschaffungslust, sieht das Ergebnis sicher ganz anders aus. Alles, was aus Lust und Liebe entsteht, ist von einer anderen Qualität. So viel ist mal sicher.

Geschrieben von Christof Hintze in Management Denkanstöße um 23:16

Mittwoch, 10. Oktober 2007

CRM

In vielen mittelständischen Unternehmen hält wieder verstärkt der Gedanke Einzug, in ihre Infrastruktur und damit den Firmenwert zu investieren. Dabei werden derzeit häufig so genannte Management-Systeme für Kundenbeziehungen (neudeutsch CRM) nachgefragt, nachdem in den Jahren zuvor überwiegend in ERP-Software investiert wurde, also in die Ressourcenplanung der Unternehmen, die Warenwirtschaft. Der Boom des Jahrtausendwechsels war schnell verfliegen und das Misstrauen der KMU (Klein- und Mittelständischen Unternehmen) war entsprechend groß als Meinungsmacher wie Gartner bereits über 60% der CRM Einführungen als gescheitert bezeichnete. Dabei beruhte diese Meinung letztlich auf dem gleichen Missverständnis wie der Börsenhype der auslaufenden Neunziger: Es war der Glaube in die Technologie, in den Fortschritt, in die unbegrenzten Möglichkeiten der neuen Start Ups. CRM - Systeme wurden von IT - Abteilungen eingeführt, im gut gemeinten Glauben eine gute Software mache aus einem schlechten Vertrieb einen guten Vertrieb. Leider aber heißt das Gegenteil von „gut“ nur „gut gemeint“. Was aber vermutlich allen gescheiterten Einführungen gemein war, war dieser verkehrte Ansatz. Es geht weniger um die Einführung einer CRM - Lösung, es geht überwiegend um die Akzeptanz und Unterstützung durch die Anwender. In Zeiten, in denen Mitarbeiter allerdings als Human Capital, Personal Ressource oder Kostenfaktor begriffen wurden, war die Blickrichtung vermutlich automatisch von oben nach unten gerichtet. Dabei gehört die Projektleitung für dieses Projekt „Einführung einer CRM Software“ aus mehreren Gründen eben nicht automatisch in den Einflussbereich der IT - Abteilungen: Erstens ist Vertriebssteuerung, CRM oder Kundenbeziehungs-Management kein Projekt, sondern die Einleitung eines permanenten Veränderungsprozesses. Damit ist CRM zweitens strategisch gesehen zuallererst eine Funktion der Unternehmensführung. Drittens gehört die Definition der Anforderungen in die Hände der betroffenen Mitarbeiter, also zunächst in den Vertrieb, das Marketing und den Service. Und viertens sind die Ziele, die mit der Einführung erreicht werden sollen, keine technischen, sondern zutiefst menschliche Ziele, nämlich Kundenzufriedenheit, Unternehmensloyalität durch den Kunden sowie Sicherung und Ausbau der Marktanteile und damit des eigenen Überlebens. Also beginnt ein erfolgreicher CRM - Prozess fünftens bei genau dieser Einsicht: Was ist für das jeweilige Unternehmen eigentlich eine gute Kundenbeziehung? Mein Tipp für den Anfang: Eine gute Kundenbeziehung beginnt beispielsweise mit einem Lächeln.

Geschrieben von Kai Falkenberg in Management Denkanstöße um 07:49