

Machen Sie Ihr Unternehmen Wert-voll!

Erfahrungswerte eines Ganzheitlichen Coaches

Der Mensch – und somit Unternehmen – haben immer eine Wahl: Entweder sie richten sich nach dem, was von anderen (zum Beispiel „dem Markt“, „dem Wettbewerb“) vorgegeben wird. Oder sie stellen sich aus einer Inneren Haltung heraus an den Platz des „Agierenden“: Bestimmen und gestalten ihre Zukunft...

...mit Werten und Vision!

Gerade in Zeiten, in denen viele große Unternehmen mit Negativpresse im Rampenlicht stehen, liegt für Menschen und ganze Regionen, die ihr Leben und ihre Unternehmen mit Werten leben, ein großer Vorsprung. Doch dies ist den meisten nicht wirklich bewusst.

- Sie sind sich ihrer Werte und ihrer Unternehmenswerte nicht wirklich bewusst.

- Sie lenken ihre Aufmerksamkeit auf die falsche Seite.

Umfragen zufolge ist das, wonach sich Menschen am meisten sehnen, Liebe, Zuneigung, Verlässlichkeit, Verbindlichkeit, Glaubwürdigkeit.

Wenn Ihre (Unternehmens-) Werte die Bedürfnisse der Menschen in einer Schnittmenge treffen, dann haben Sie gute Chancen, Ihre Zukunft positiv und erfolgreich zu gestalten.

Aber „Vorsicht“!

„Hüten Sie sich davor, Werte zu be-nutzen, um ein Ziel zu erreichen.“

Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, das zu tun, wozu ich stehe. Sich genau darauf zu konzentrieren, mit meiner gesamten Begeisterung, eingebettet in dem Gewahrsein meiner Vision, wie es aussehen könnte. Das Ziel selbst, nämlich den Geschäftserfolg zu steigern, steht an der 2. Stelle und ist eine automatische Folge der Konzentration.

Was meist übersehen wird – oder auch die Kehrseite der Medaille!

Über die Wichtigkeit von Werten und Visionen in Unternehmen wird bereits Jahrzehnte gesprochen. Wir haben eine Überflutung von Fachliteratur, die die unterschiedlichsten und immer neuesten Metho-

den zu vermitteln versucht, Visionen und Werte in Unternehmen zu etablieren.

Für viele Unternehmen, die wirklich mit den besten Absichten das Thema „Werte- und Visionsfindung“ in ihrem Unternehmen betreiben, kann es aber manchmal sogar kontraproduktiv sein.

Nämlich dann, wenn sich das Denken und Handeln nicht 100-prozentig an den ausgesprochenen Werten orientiert!

Es schadet dem Unternehmen schon genug, wenn es etwa durch aufgedeckte Korruptionsskandale in der Zeitung steht. Doch wenn genau dieses Unternehmen vorher noch mit Kundenzufriedenheit, Respekt oder Ehrlichkeit geworben hat, dann sind die Konsequenzen noch viel bitterer. Genauso stellt es sich dar, wenn Sie „Kundenzufriedenheit“ als höchsten Wert kommunizieren, doch Ihre Mitarbeiter (und vielleicht sogar Sie selbst unbewusst) etwas anderes ausstrahlen.

Das Resultat ist: Was das Geschäft anbetrifft, so leidet die Glaubwürdigkeit. Was die Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Kunden anbetrifft, so ist von einem spirituellen Gesichtspunkt her der Energiefluss gestört: Jeder hört zwar die Worte, doch spürt „das ist nicht stimmig“. Was den einzelnen Menschen anbetrifft, so weiß er tief in sich, dass er entweder vorher etwas gesagt hat, was nicht wirklich seiner inneren Wahrheit entspricht. Oder dass er in seinem Handeln sich nicht treu geblieben ist. Die Folge ist Unzufriedenheit und oftmals folgen gesundheitliche Symptome.

Der 1. Schritt: Bestehende Werte erkennen! – Weniger ist oft mehr –

Werte sind der Nährboden für Visionen. Halten Sie innerlich an: Machen Sie sich bewusst, dass Werte immer persönlich sind und kein Mensch einem anderen Werte einreden oder auch schulen kann; wie ich es oft höre.

Es gibt kaum ein Unternehmen, das nicht Werte, Vision und/oder Leitbilder festgeschrieben hat. In den meisten Unternehmen wurden diese von der Geschäftsleitung entwickelt oder von einem ausgesuchten Mitarbeiterkreis. Ich möchte dies nicht schmälern, doch es ist etwas völlig ande-

res, einen wirklich ganzheitlichen Weg zu gehen.

Ich möchte durch meine Worte Ihre ganz persönliche Neugierde wecken zunächst einmal Folgendes herauszufinden:

„Suchen Sie für den Anfang den kleinsten gemeinsamen Nenner aller im Unternehmen Beschäftigter. Und zwar der, der vom Herzen und von der Seele getragen wird.“

Und seien Sie sich sicher: Es ist kein Zufall, welche Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen arbeiten!

- Was ist mir wichtig, bei dem, was ich tue? Welchem Wert folge ich?

- Fragen Sie Ihre Mitarbeiter einmal, warum sie gerade bei Ihnen arbeiten? (Anmerkung: manchmal reicht es auch aus, mit dieser Frage im Kopf 'hinzuhören'.)

Der 2. Schritt: Lassen Sie sich nicht beirren – Grenzen Sie sich ab! –

Die Schnellebigkeit unserer Zeit und die grenzenlosen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten führen so manchen Unternehmer in die Irre: Pressemeldungen

aus anderen Regionen beeinflussen unbewusst das eigene Handeln. Der vormalig sichere, an sich glaubende Unternehmer findet sich ganz schle-

chend in der Rolle des Re-Agierenden wieder. Plötzlich rutschen innerlich die selbstverständlichen Werte an einen anderen Platz.

Und Sie können sicher sein, es passiert fast allen Unternehmern! Das, was eigentlich das Unternehmen ausmacht, das, was der Boden des bisherigen Erfolges ist, rutscht – ganz ohne es zu merken – an die 2. Stelle. Und sie konzentrieren sich auf das „Falsche“, sei es der Preis, seien es die Worte des Wettbewerbs.

„In dem Moment, in dem Sie sich Ihrer Werte bewusst sind und sie selbstbewusst und aus einer Inneren Haltung heraus in alles Denken und Handeln einfließen lassen, in diesem Moment werden Sie

Wunder erleben.“ sagt Sabine Mrazek und empfiehlt:

„Werfen Sie die Werte über Bord, die 'andere' hören wollen, die aber gar nicht stimmen!“

Wenn Sie zum Beispiel wissen, dass Ihre Mitarbeiter (noch) Schwierigkeiten haben, wirklich kundenfreundlich zu agieren, dann haben Sie den Mut, Kundenfreundlichkeit und Service als Wert zu streichen. Und arbeiten Sie genau daran. *Wie würden Sie sich als Kunde fühlen, wenn...*

...Ihr Dienstleister Ihnen sagen würde: „Wir garantieren Ihnen eine maximale Qualität im Produkt xy. Wir wissen, dass wir eine Schwachstelle in puncto Kundenservice haben. Wir arbeiten daran und ich bitte Sie, mit mir in Kommunikation zu gehen, wenn etwas auftaucht.“

Schritt 3: Machen Sie das „Hintertürchen“ zu!

„Interne Werte (peoples value) – externe Werte (business value)“ – diese Begriffstrennung hört man im Geschäftsumfeld immer wieder und viele Konzepte

bauen darauf auf. Doch liegt nicht gerade hierin der unsichtbare Stolperstein, der einen (vielleicht den entscheidenden) Quantensprung verhin-

dert? Lassen sich diese Werte wirklich trennen? Ich sage ganz klar „nein“. In dem Moment, in dem Sie diese beiden Seiten trennen, ist von einem spirituellen und ganzheitlichen Gesichtspunkt her, das Ego (der Wille) am Arbeiten. Es werden Werte be-nutzt, um ein Ziel zu erreichen oder ein Bedürfnis auf der einen Seite zum Schein zu erfüllen. Ein Mensch hat und lebt Werte – oder nicht! Hier gibt es keine Grauzone. Aus meiner langjährigen Coachingarbeit in Unternehmen weiß ich, dass genau diese Trennung sehr dazu beiträgt, dass auch die Mitarbeiter nicht wirklich hinter den bestehenden Visionen stehen. Stellen Sie sich nun einmal vor, dass Sie Ihre Mitarbeiter



Sabine Mrazek hat seit mehr als 11 Jahren Coaching-Erfahrung mit mittelständischen Unternehmen und Unternehmern.

am tiefsten Punkt ihrer Persönlichkeit erreichen und sie so begeistern, dass sie mit Ihnen ein Schiff bauen, um loszusegeln! – Stellen Sie sich vor, dass auch Gespräche im Zusammenhang mit den so genannten „business values“ von Werten geprägt sind; keine Rechtfertigungen oder schwere, druckbeladene Zahlen-Gespräche. Dass Sie vielleicht Bankengespräche so führen, dass bei Ihren Gesprächspartnern Ihre Werte ankommen – ohne dass Sie diese benennen. Die bewusste Entscheidung, diese Trennung loszulassen – ist ein entscheidender Schritt. *Nun beginnt die eigentliche Arbeit und Weiterentwicklung!*

Alles schön und gut – aber...

...wenn Sie genau das denken, dann sind Sie genau an dem springenden Punkt, der alle – auch die besten – Methoden und Ideen ausbremst: Es geht darum, sich selbst ernst und wichtig zu nehmen. Es geht darum, das eigene Vertrauen zu stärken, sehr wohl etwas zu einem positiven, erfolgreichen Leben und Miteinander beitragen zu können! *„Ich wünsche Ihnen das tiefe Vertrauen und die stimmige Unterstützung, dass Sie zum Sprung Anlauf nehmen! Und dass gerade Sie, Ihre Wert-vollen Chancen nutzen!“*

Sabine Mrazek

I N F O

Kontakt-daten

sabeconsult® - Coaching
Telefon 0 61 95/97 66 89
www.sabeconsult.de