

Nur gut sein können andere besser

Alles, außer gewöhnlich. Provokante Ideen für Manager, Märkte, Mitarbeiter – das neue Buch von Anja Förster und Peter Kreuz.

Von Gundula Englisch

Durchschnitt, so weit das Auge reicht. Das ganze Land scheint auf Mittelmaß getrimmt. So aber wird das nichts, liebes Deutschland, sagen zwei Management-Vor- und -Querdenker. Denn Erfolg erwächst aus Einzigartigkeit. Nur gut sein, das ist zu wenig. Das Besondere aber fällt nicht vom Himmel, sondern erfordert Arbeitslust, Leidenschaft und wirkliches Bemühen um Originalität: Über den Tellerrand schauen, mit ungeschriebenen Gesetzen brechen, sich neu erfinden. Mut zum eigenen Talent haben. Brennen wollen. Der Lohn: Noch nie konnte jeder Einzelne von uns so viel aus seinem Leben machen.

Schnödes Mittelmaß – wohin das Auge schaut. In mittelmäßigen Unternehmen produzieren mittelmäßige Mitarbeiter geführt von Mittelmaßmanagern mittelmäßige Produkte für mittelmaßgewohnte Kunden, die in mittelmäßigen Schulen von mittelmäßigen Lehrern von Kindesbeinen an auf Mittelmaß getrimmt werden und von mittelmäßigen Politikern aus der gemäßigten Mitte täglich politisches Mittelmaß serviert bekommen. Gähnen, schnarchen und gute Nacht! Willkommen in der Langweilerrepublik Deutschland – einem Land, das „täglich ein bisschen dümmer und träger wird. Fahrlässig, sehenden Auges und bis dato ohne das geringste Interesse, das Ruder herumzureißen.“ Sagen die Wirtschaftsberater und Querdenk-Spezialisten Anja Förster und Peter Kreuz. Was das Autorenduo in seinem neuen Buch kredenzt, ist nichts für Anhänger der diplomatischen Wortwahl. Auf über 200 Seiten wird polarisiert, gestachelt und draufgeschlagen, dass die Schwarte kracht. Und das ist gut so. Denn gerade jetzt, wo der Konjunkturmotor hierzulande wieder schnurrt wie Schmidts Katze und der DAX Luftsprünge vollbringt, dürfte so mancher erfolgstrunken dem Ist-Zustand applaudieren und einfach so weitermachen wie gewohnt. Doch aufgepasst, warnen Förster und Kreuz. Manager, die „vom Cashflow berauscht sind wie Penner vom Fusel“ vergessen vor lauter Selbstzufriedenheit, dass sich die Welt da draußen in hohem Tempo weiterdreht und dass rund um den Globus Wettbewerber lauern, die jederzeit zuschlagen können.

Beispiel Autoindustrie: Während in Stuttgart, München und Wolfsburg jahrelang an beheizten Lenkrädern, belüfteten Fahrersitzen und Zuziehhilfen für Autotüren getüftelt wurde, erscheint auf der Überholspur plötzlich eine hässliche Reisschüssel namens Toyota Prius und zieht mit alternativen Antriebskonzepten locker an Golf, Benz & Co. vorbei. Typisch deutsche Ingenieurdenke, sagen die Autoren.

Statt wirklich aufregende Innovationen hervorzubringen, sind Entwickler „wie Daniel Düsentrieb auf Speed“ ständig damit beschäftigt, neue Technologien in neue Produkte zu verwandeln, die keiner wirklich braucht. Wer aber die Emotionen der Kunden versteht und Ideen entwickelt, an die der Markt noch gar nicht denkt, der hat die Nase vorn. Alles, außer gewöhnlich – so lautet die Überlebensformel für den globalen Wettbewerb. Wer einfach nur ein bisschen besser werden will, tritt gegen Milliarden von Chinesen und Inder an, die das Gleiche machen, nur wesentlich billiger. Wie aber befreit man sich aus dem Hamsterrad der Mittelmäßigkeit? Über den Tellerrand

Anja Förster / Peter Kreuz:
Alles, außer gewöhnlich.
Provokante Ideen für Manager, Märkte, Mitarbeiter,
Econ Verlag, Berlin 2007,
286 Seiten, 14,80 Euro,
ISBN 978-3-430-20016-5
www.econ-verlag.de



schauen, mit ungeschriebenen Gesetzen brechen, quer denken und sich neu erfinden, raten Förster und Kreuz. Und Schluss machen mit Benchmarking, Marktforschung und betrieblichem Vorschlagswesen. Das seien alles nur „magere Versuche, die eigene Ideenlosigkeit zu kaschieren“ – reine Angstreaktionen von Managern, „die lieber nackt über Glasscherben kriechen, als etwas Neues zu riskieren“.

Absicherungsmentalität tötet Innovationswillen. „Malen nach Zahlen“ statt Picasso. Woher sollen aufregende Ideen kommen, wenn die Angst vor dem Scheitern in deutschen Chefetagen so weit verbreitet ist wie die Huldigung der Gleichförmigkeit. Man braucht nur einen Blick in die Kantine eines beliebigen deutschen Konzerns zu werfen, um bestätigt zu finden, dass sich Manager am liebsten mit ihresgleichen umgeben und dass die meisten Firmen „so tief in Inzucht versunken sind, dass die Mitarbeiter Rückennummern tragen sollten, damit sie besser voneinander unterscheidbar sind“. Im Gleichschritt, marsch. Diese Parole mag in Zeiten der Massenproduktion für Massenmärkte Siegeszüge begleitet haben. Wo aber Wettbewerb nur noch durch Einzigartigkeit gewonnen wird, ist Uniformität der sichere Weg in die Bedeutungslosigkeit. Auch deshalb, weil echte Talente einen großen Bogen um Unternehmen machen, in denen es nach Angstschweiß riecht und mausgrau der vorherrschende Farbton ist. Für pfiffige Querdenker und geniale Freaks ist die Bürozelle einer Durchschnittsfirma eine No-go-Zone, ein Arbeitgeber wie Google hingegen ein Magnet. Denn dort treffen sie auf ein bunt gemischtes Kollegenvölkchen und werden aufgefordert, zehn Prozent ihrer bezahlten Arbeitszeit „far-out-ideas“ zu widmen – also Schrullen, Steckenpferden und Spielereien. Solche Firmen bringen die Besten der Besten zusammen – auch dadurch, dass die Mitarbeiter das Gefühl haben, etwas bewegen und sich selbst entfalten zu können.

Befähigung, Leidenschaft und Arbeitslust sind der Nährboden für Einzigartigkeit. Allerdings nur, wenn man schön locker bleibt. „Wer zugenagelt von seiner Arbeit ist, kann keinen klaren Gedanken mehr fassen“, meinen Förster und Kreuz. Statt auf den Tod durch Überarbeitung zuzurudern, sollten Manager lieber darüber nachdenken, was ihr Unternehmen anders und besser machen kann. Und statt ihre Mitarbeiter mit Arbeit zuzuschütten, sollten sie sich lieber darum bemühen, ihnen den Spaß an ihrem Tun zurückzugeben. Denn ohne Begeisterung und Freude an der Arbeit leisten Mitarbeiter bestenfalls Mittelmaß und schlimmstenfalls gar nichts. Das ist dumm für die Firma, und noch dümmer für sie selbst. Denn der globale Wettbewerb wird nicht nur mittelmäßige Unternehmen aussortieren, sondern auch all jene Mitarbeiter, die meinen, allein mit Pflichterfüllung wäre es im Job getan. Wer künftig noch am Arbeitsleben teilnehmen möchte, dem raten die Autoren, sich ernsthaft mit folgenden Fragen zu beschäftigen: „Kann jemand, der billiger ist, meinen Job genauso gut erledigen? Kann mein Job auch von einem Computer gemacht werden?“ Fakt ist, dass inzwischen überall auf der Welt genug Menschen mindestens genauso tüchtig und gebildet sind wie deutsche Bürokräfte, Mechaniker oder Softwareentwickler. Selbst mittlere Manager müssen sich gut überlegen, ob sie wirklich unersetzbar sind oder doch vielleicht nur „atmende Mailserver“. Nur wer tatsächlich ein Wertelieferant für seine Firma, sein Team und seine Kunden ist, hat sich seinen Gehaltsscheck verdient. Alle anderen sind ersetzbar und überflüssig – egal ob in der Lagerhalle oder in der Chefetage. Und wer es noch immer nicht kapiert haben sollte, dem reiben Förster und Kreuz noch eine Gewissensfrage unter die Nase: „Wäre mein Unternehmen ohne mich besser dran?“

Harter Tobak für ein Land, in dem nicht wenige Arbeitnehmer felsenfest davon überzeugt sind, dass sie ein Recht auf lebenslange Beschäftigung haben, wenn sie nur täglich brav ihre Stunden absitzen. Hart auch für ein

Im Gleichschritt in die Bedeutungslosigkeit.

Besser ohne mich?

Schrottplätze für die Gewissheiten von gestern.

Volk, in dem die Bereitschaft zum Lernen, zur Veränderung und zum unternehmerischen Denken so gering ist, wie in kaum einem anderen Industrieland. Selbst die gute alte Ingenieurkultur, der die Welt, Computer, Fernsehen, Raketen, Röntgenstrahlen und Automobile zu verdanken hat, hängt schlaff in den durchgesessenen Ruhepolstern einer längst vergangenen Blütezeit. Eine Studie hat ans Licht gebracht, dass nur 40 Prozent der deutschen Ingenieure fließend Englisch sprechen, dass nur elf Prozent Geld für eine Weiterbildung aufbringen würden und nur 19 Prozent während des Studiums einen Auslandsaufenthalt in Erwägung ziehen. Diese „Verslumung unserer größten Talente“, so die Autoren, sei kein Einzelphänomen. Ein großer Teil der Bevölkerung sollte aufwachen und sich klarmachen, dass es „auf den Datenautobahnen der Wissensgesellschaft keine Parkplätze mehr gibt. Nur noch Schrottplätze für die Gewissheiten von gestern.“ Nur wer jeden Tag aufs Neue daran arbeitet, einzigartige Fähigkeiten und einen unverwechselbaren Arbeitsstil zu entwickeln, kann aus der Masse hervorstechen und im Wettbewerb mitmischen. Erfolg erwächst aus Einzigartigkeit, das gilt für Volkswirtschaften, Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeiter gleichermaßen.

Doch auf die unbequeme Nachricht folgt auch eine vielversprechende: Wer Mut zum eigenen Talent hat, sich ständig weiterentwickelt und für sein Ziel richtig brennen kann, der wird ein spannenderes, fröhlicheres und zufriedeneres Leben führen als jene, die ängstlich und frustriert im Mittelmaß verharren. Die Natur hat den Menschen nicht auf Dauerschlaf programmiert, sondern auf Bewegung und Wissenserwerb. Sie bringt auch keine menschlichen Klone hervor, sondern Individuen, mit höchst unterschiedlichen Fähigkeiten, Begabungen und Vorlieben. Die Zeit ist mehr als reif, um mit dieser Profi-Ausstattung endlich loszulaufen. „Freuen wir uns deshalb auf eine Zukunft der Arbeit, denn noch nie konnte jeder Einzelne von uns so viel aus seinem Leben machen.“

Richtig brennen.

Gundula Englisch, Journalistin, Autorin und Filmemacherin, arbeitet als freie Redakteurin für changeX.