

Impulsreferat zum Thema: „Authentizität, Kraftquelle für persönlichen und unternehmerischen Erfolg“

Ja, danke, für die Gelegenheit einige meiner Gedanken zu unserem heutigen, gemeinsamen Thema was den Einfluss von Authentizität auf den unternehmerischen Erfolg anzeigen zu können. Gedanken, die gepaart sind mit Gespürtem, Gefühltem, Erlebtem und Erfahrenem und die – weil sie aus mir kommen – recht einfach und doch möglicherweise verwirrend sind. Da bitte ich gegebenenfalls um Nachsicht! Außerdem stehe ich jetzt vor Ihnen in meiner Funktion als Trainer, Therapeut, Coach, der seit Jahrzehnten mit vielen Menschen erfolgreich arbeitet, gearbeitet hat und der sich als unternehmerischer Mensch immer wieder auch kritisch, positiv kritisch mit Unternehmensentwicklungen auseinandergesetzt hat. In dieser nicht offiziellen Funktion fühle ich mich freier im Denken und Reden:

Wir stimmen sicher über ein, dass es in der heutigen Zeit für wirtschaftliche Unternehmen eine immer größer werdende Herausforderung gibt, am Markt zu bestehen. Der Wettbewerb verschärft sich

durch die bekannten Erscheinungsbilder der Globalisierung, Schnellebigkeit der Märkte und Austauschbarkeit der Produkte und Dienstleistungen zusehends. Durch Fusionen bzw. Unternehmenszusammenschlüsse geht bei den Mitarbeitern das „Wir-Gefühl“ verloren, sie fühlen sich dem Unternehmen nicht mehr verbunden, da es zu komplex und anonym geworden ist. Kunden bzw. Abnehmern fehlt die Orientierung, Vertrautes geht ihnen verloren.

In der westlichen Welt reagieren Unternehmen, das Management, die Manager immer noch sehr technologie- und prozessorientiert. Mit einer zu starken Ergebnisorientiertheit gepaart mit immer weniger Spielraum bietenden Struktur- und Organisationsvorstellungen wird der Ruf nach neuen Erfolgsrezepten, besser neuen Antwortkonzepten immer lauter.

Eines von diesen Konzepten ist die Beschäftigung mit Authentizität. Aus Unternehmens-, Organisationstheoretischer Sicht ist Authentizität letztendlich das Ergebnis sozialkommunikativer Erfahrungen, die miteinander gemacht werden. Aus meiner jahrzehntelangen Erfahrung mit Unternehmen wurde für mich ganz offensichtlich, dass dort wo Authentizität

spür- und erlebbar ist, mehr an Erfolgsträchtigkeit gegeben ist, als dort wo permanent nach neuen Methoden und Rezepten gerufen wird und Strukturanpassung laufend auf der Tagesordnung stehen.

Im Laufe der Jahre hab ich für mich 8 Kriterien festgestellt, auf die ich schaue, wenn ich mir über die Authentizität eines Unternehmens ein Bild machen möchte:

- Stakeholdervalue statt Shareholdervalue
In Unternehmen wo nicht nur die kurzfristige Gewinnmaximierung im Vordergrund steht, sondern alle Anspruchsberechtigten, wie Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Konkurrenz, Gesellschaft,... im Auge behalten werden, gibt es auch ein mehr an Authentizität**
- externer Dialog, Unternehmen-Umwelt
keine zu großen Abweichungen zwischen Schein und Sein
die Werbung schafft keine Zerrbilder**
- interner Dialog, Unternehmen-Mitarbeiter
Eckpfeiler eines solchen Dialoges sind Authentizität, Offenheit,**

**Einfühlungsvermögen und vorallem
Wertschätzung**

Zielsetzung ist und damit entsteht eine eigene Art von Systemintelligenz, dass sobald ein Unternehmensmitglied erkennt, dass an irgendeiner Stelle Handlungsbedarf besteht, wissen das alle anderen Mitglieder innerhalb kürzester Zeit. Das gesamte Verhalten ist dann darauf ausgerichtet, an der entsprechenden Stelle einzugreifen. Keine wichtige Information geht hier verloren, was der entscheidende Aspekt jedweglichen Erfolges ist.

- **Die Erlebbarkeit von Unternehmen**
Für mich entsteht dabei immer so ein bildhafte Fragestellung der Art, von gibt`s da Personen zum Angreifen oder dominieren Virtualität, Automaten, Zahlen?
- **Glaubwürdigkeit von repräsentierenden Personen**
Nur authentische Individuen sind voll dialogfähig und haben auch Mut Dinge anzusprechen, dies zu sagen gibt. Authentische Leute sind nicht nur Pflichtbewusst! Sie scheinen aus traditioneller Unternehmenssicht oft auch unbequem
- **Was trägt im Unternehmen zur Dauerhaftigkeit bei**

Gibt es im Unternehmen so was wie Visionen, Werte, Nutzenstiftung

- **Ist Urheberschaft und Originaritat erlebbar**

Aspekte des Kreativen, des Einmaligen, des Einzigartigen sind gut geeignet Authentizität zu schaffen. Nachahmende, Nachmachende tun sich schwer. Das schöpferische, gestaltende Element muss das Plagiathafte dominieren um Authentizität zu vermitteln

- **Setzt man sich bewusst mit der Identität auseinander?**

Etwas, das in Zeiten wie diesen zu einem permanenten Prozess werden muss, Unternehmensidentität muss immer wieder hergestellt werden, situativ immer wieder das Besondere hervorhebend, den Selbstwert, die Selbstbewusstheit unterstützend. Ein immer wieder Herstellen von Wir-sind-Wir!

Mir war mit diesen 8 Kriterien, Fragestellungen wichtig ganz vereinfacht aufzuzeigen, wie aus meiner Sicht menschliche Kategorien, Eigenschaften, wie zum Beispiel Identität, Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Echtheit,

Wertegläubigkeit, Dialogfähigkeit, Angreifbarkeit und natürlich auch Authentizität im Wechselspiel zu Unternehmen stehen und damit ein laufender Entwicklungsimpuls initiiert wird.

Aspekte für den unternehmerischen Erfolg von authentischen Organisationen habe ich versucht jetzt aufzuzeigen, über Aspekte des persönlichen Erfolges von authentische Individuen haben wir schon einiges geklärt. Drängt sich die Kernfrage auf „Was hat, hätte ein Unternehmen im Sinne des Besprochenen von authentischen Mitarbeitern?“ Wie kann Authentizität zur Kraftquelle für Unternehmen und Individuen werden? Was macht diesen Ansatz in dieser megakapitalistischen Welt attraktiv und erstrebbar?

Die Antwort auf diese Fragen hat für mich keiner so auf den Punkt gebracht wie Professor Peter Koestenbaum, Philosophieprofessor an der San Jose State University, der mit seiner Forschungsarbeit wesentlich Ökonomie, Leadership und Management beeinflusst hat. Er formuliert „Where people grow – Profit grows“. Eine Aussage, die möglicherweise auch dem traditionellen Management Mut macht, sich unserem Thema mehr zuzuwenden!

Doch hüten wir uns davor, wenn Unternehmen beginnen würden, ihre Mitarbeiter prozesshaft zum „Authentisch-Sein“ hin zu entwickeln. Diesen lebenslangen, manchmal steinigen Weg zur Kraftquelle der Authentizität kann nur jeder Mensch selbst gehen. Unternehmen können diesen Weg jedoch fördern und unterstützen. Dazu ein Beispiel aus dem Unternehmen bei dem wir heute zu Gast sind: Ein Jahr lang hat sich ein vom Vorstand beauftragtes 3erTeam, dem ich auch angehören durfte, mit der Frage beschäftigt, wie kann nach so vielen Identitätswechsel, die in Form von Unternehmenszusammenschlüssen, Fusionen, Eigentümerwechseln entstanden sind, die Begeisterung, die Motivation der Mitarbeiter gefördert (authentisch: gesteigert) werden? Fast ein Jahr hat es der Analyse, des Überzeugens und der Durchsetzungskraft - vielleicht hat auch unser authentisch-sein als Erfolgsfaktor gewirkt - bedurft, bis wir zu folgendem Lösungsansatz gekommen sind: Ein bekannter, deutscher Psychologe, Jens Corssen, besonders bekannt mit seinem Buch „Der Selbstentwickler“ begleitet rund 600 Führungskräfte des Vertriebs dieser Bank in drei Seminartagen zu den Themen

- Selbstbewusstheit**
- Selbstverantwortung**

- **Selbstvertrauen**
- **Selbstüberwindung**

Bei diesen jetzt gerade mit großem Erfolg, was die Teilnehmerfeedbacks anlangt, laufenden Seminartagen sind die Führungskräfte sehr stark veranlasst, über sich selbst nachzudenken und sich mit Sinn- und Seinsfragen auseinanderzusetzen. Jens Corssen liefert hier sehr pragmatisch ausgerichtete Erfolgsformeln, die auch, so scheint es, sehr analytisch ausgerichtete, linkshirnige Manager gut annehmen können.

Zum besseren Verständnis einige von diesen Corssenschen Erfolgsformeln aus der Seminarreihe der Selbstentwickler:

- **Was ist, ist und wie ich es beurteile bestimmt mein Verhalten und Erleben.**
- **Die Situation ist mein Coach, und ich bin ihr Schüler**
- **Wo ich bin will ich sein, alles andere war mir bisher in meinen Vorstellung zu teuer**

Das ist einer von vielen möglichen Schritten in eine Richtung, die dem Einzelnen helfen kann, sich selbst zu finden, authentisch, echt und letztendlich wahrhaftig zu werden. Und die Frohbotschaft: Es gibt in einigen großen Unternehmen, Konzernen, die schon Ansätze in diese Richtung mit ähnlicher Zielsetzung verfolgen. Ob Trend oder nachhaltig Wirksames, ob Kulturwandel oder Zeiterscheinung bleibt auf Unternehmensebene abzuwarten. Für den Einzelnen kann aber nur gelten - den hoffentlich schon eingeschlagene Weg zum authentisch-sein - unbeirrt weiter zu gehen!

Auf diesem Weg zu den Wurzeln des Ichs, ja vielmehr des Selbst sind Innehalten, Nichttun und Stille helfende und wichtige Wegbegleiter. Wie krass steht das im Widerspruch zu dem was in Unternehmen, aber auch in unserer Gesellschaft heute abläuft, Hyperaktivität statt Nichttun, viel Lärm statt Stille. Eine besondere Herausforderung für jeden Einzelnen in der westlichen Welt bei der vollen Entfaltung der Kraftquelle des Ichseins, der Authentizität.

Damit habe ich zum Ende hin auch gleich eine weitere Dimension von Authentizität angesprochen und möchte diese mit 3 Fragen

angehen: Woher kommt letztendlich die Kraft eines authentischen Menschen? Von Innen? Wo ist Innen bei einem Individuum?

Keine Sorge, kein komplex philosophischer Ansatz, sondern vielmehr mein Versuch, der Versuch eines unternehmerisch denkenden und handelnden Menschen Ihnen eine, meine visionären Idee zu unserem heutigen Thema näher zu bringen:

Wenn wir nämlich auf dem Weg zu unserer Kraftquelle, zu unserer Authentizität, zu unserem Selbst irgendwann zu dem Ursprung, zu den Wurzeln kommen, entdecken wir möglicherweise, jeder einmal für sich, dass wir Teilchen von etwas Ganzem sind, dass wir unsere Kraft aus dem unendlichen Universum tanken, dass wir damit am Schöpferischen, am Göttlichen teilhaben, also einen Teil in uns haben. Stellen Sie sich vor, was würde das, in diesem Licht, für unser heutiges Thema, für uns alle, für unseren Umgang miteinander, bedeuten? Unvorstellbares würde vorstellbar, kommen Sie, machen wir uns auf den Weg, es ist garnicht weit.

So hat der Manager Werner Antal jetzt etwas von ganz Innen nach Außen gestülpt.

Danke fürs Zuhören, fürs Dabeisein, mögen die Inhalte Sie vielleicht nicht so sehr angesprochen haben, so hoffe ich doch, dass Sie mich authentisch und kraftvoll erlebt haben.

Alles Liebe für Sie alle! Danke!

Fragen?