

„Über den Denkstil Ihrer (neuen) Mitarbeiter und Ihre Zukunftschancen“

Nehmen wir an: Sie haben Ihr Unternehmen weiter entwickelt und benötigen nun zusätzlich Mitarbeiter. Die Aufgabe erscheint rasch klar: ein Profil entwickeln, überlegen, wen Sie oder Mitarbeiter evtl. kennen und suchen oder suchen lassen. So läuft es in 99% aller Fälle. Und da liegt auch die Ursache, daß ein hoher Prozentsatz dieser Fälle mittelmäßig oder gar schlecht läuft. Warum?

Die Ursache ist ähnlich wie bei der Titanic: Man sieht so zwar die Spitze des Eisbergs, das meiste ist aber unter der Oberfläche und unsichtbar, daher oft eine unerwartete Überraschung. Ich möchte einen der wichtigeren Punkte herausgreifen, der ganz selten beachtet wird, eben weil er unter der Oberfläche liegt. Auf längere Sicht ist er aber von größtem Einfluß: Das Denken.

Denken ist der Auslöser für alles Handeln. Alles Handeln im Unternehmen hängt somit vom Denken ab. Beispiel: wie stark prägt das Sicherheitsbedürfnis das Denken? Wie stark

das Kontaktbedürfnis? Wie stark die Lust, neues zu riskieren? Wie stark die (Un-)Lust, sich mit Daten und Fakten zu befassen? U.s.w.

Diese Faktoren sind unterschiedlich stark ausgeprägt, sie reichen von „am liebsten“ bis hin zu „mag ich gar nicht“. So denkt Mensch in einer ganz individuellen Art und Weise und handelt somit ganz individuell, aber nachhaltig in der selben Art und Weise. Dies ist gänzlich unabhängig von seiner Ausbildung und Qualifikation.

Einwand: das mag ja stimmen – aber sind das nicht bloß Nuancen? Manchmal schon, doch in der Summe und über die Zeit ist ihre Wirkung enorm. Und sogar gefährlich, weil diese Nuancen oft kaum bemerkt werden und sich erst nach Jahren deutlich zeigen. Je weiter oben in der Hierarchie, desto deutlicher.

Warum konnte Apple die anfangs vergleichsweise übermächtige Microsoft einholen und überholen und ist heute das mit Abstand das wertvollste Unternehmen der Welt?

Weil Steve Jobs selbst ein extrem innovativer Denker mit hoher Risikobereitschaft war - und sich überdurchschnittlich viele ähnlich denkende Mitstreiter an Bord geholt hat.

Zurück zu unserer Ausgangsfrage: Es würde also naheliegen sich zu fragen, wie fachlich passende Mitarbeiter eigentlich denken! Dann könnte man beurteilen, wie dies zu den Zielen des Unternehmens paßt und dies in die Entscheidung einbeziehen. Ich habe damit über 25 Jahre extrem gute Erfahrungen machen dürfen.

Und das schöne: Die Mitarbeiter erkennen rasch, daß es ihnen beruflich wie privat ebenfalls sehr nutzt, so daß es denkbar einfach ist, solche Denkstile zu analysieren. Und das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist auch richtig gut. Ein Versuch lohnt sich!

Dr. jur. Ernst Pechtl, Dipl.-Kfm.

**Eine Frage genügt:
pechtl@pechtl.de
Tel. +49 89 20 500 86 86**

