

Quelle: golf & business, Seite 64



Mut lohnt sich Tibor Kijewski fordert auf: „Haben Sie keine Angst vor dem Zeitverlust durch Neugier. Sehen Sie es als eine Investition für Innovation!“ Foto: nh

Berater und Coach Tibor Kijewski über den Nutzen neugieriger Mitarbeiter

Der ganz besondere Erfolgsfaktor

An wen denken Sie, wenn Sie von neugierigen Menschen lesen? Häufig denken wir an Zeitgenossen, die ihre Nase an der Tür plattdrücken, um möglichst viel durch das Schlüsselloch zu sehen. Vielleicht denken Sie auch an die Gaffer auf der Autobahn.

Neugier hat oft einen negativen Beigeschmack. Auch zuhause erwische ich mich manchmal dabei, wie ich genervt bin, wenn mir meine Tochter unablässig neugierig Löcher in den Bauch fragt.

Keine Frage, Neugier ist auch anstrengend. Doch es gibt durchaus sehr positive Aspekte bei der Neugier – der Gier nach Neuem!

Kodak als Negativbeispiel

Wenn wir überlegen, dass wir in der Unternehmenswelt ständig mit Neuem konfrontiert werden, sollte die logische Schlussfolgerung lauten, dass wir neugierige Mitarbeiter benötigen! Und ich meine hiermit nicht die sensationsgeilen, die ihre „Schlüsselloch-Neugier“ stillen wollen. Ich meine die Mitarbeiter, die nach dem „Warum“ fragen. Mitarbeiter, die Lust haben, sich hintergründig und tiefgründig mit den Unternehmensthemen auseinanderzusetzen.

Eines der prominentesten Beispiele für fehlende Neugier ist die Geschichte von Kodak. Als Markt- und Technologieführer war das Unternehmen über Jahre hinweg erfolgreich. Doch das starre Festhalten an alten Geschäftsideen und die fehlende Neugier, was der Markt

zukünftig möchte und was möglich sein könnte, hat Kodak unbeweglich gemacht. Die Entwicklung wurde einfach verschlafen. Schauen wir doch einmal auf die drei Rahmenbedingungen, die wir brauchen, damit uns nicht das gleiche Schicksal ereilt.

Orte, Netzwerke & Sinn

Zunächst: Neugier benötigt Orte, an denen das Staunen und kreatives Denken erlaubt sind.

Wenn man bedenkt, dass das Betrachten eines modernen Kunstwerks die Kreativität ankurbelt, sollten wir auch über eine anregende Raumgestaltung nachdenken. Gestalten Sie Besprechungsräume als Erlebnis- und Eroberungsräume, die ein Denken außerhalb der bekannten Strukturen ermöglichen. Das beginnt beim Farbkonzept und endet noch lange nicht beim Mobiliar.

Zweitens: Neugier benötigt Netzwerke und Weiterbildung! Schaffen Sie ausreichend Freiraum, in dem sich die Mitarbeiter weiterentwickeln und -bilden können. Wenn es gelingt, den Wissenshunger anzukurbeln, kommen auch neue Lösungsideen ins Unternehmen. Hierzu bieten sich zum Beispiel Schulungen in Kooperation mit anderen

Unternehmen, Messebesuche und Hospitationen in anderen Abteilungen an.

Und schließlich behaupte ich: Neugier benötigt Sinnbezug. Kaum etwas motiviert mehr als das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun. Der Führungskraft im „neugierigen Unternehmen“ muss es also gelingen, die Ziele für die Mitarbeiter so zu formulieren, dass ein Bezug zu etwas Sinnvollem hinter dem Ziel steckt. Das allein wird ein wichtiger Baustein sein, die Problemlösungsneugier und den Forscherdrang bei den Mitarbeitern anzustacheln.

Gehen Sie vorweg!

Wenn Sie Ihr Unternehmen in unserem beschleunigten Alltag dynamisch und agil halten wollen, kommen Sie vermutlich nicht umhin, ein wenig neugieriger als andere zu sein. Haben Sie also keine Angst vor dem Zeitverlust durch Neugier – sehen Sie es als eine Investition für Innovation!

Kontakt Müller + Partner, Unternehmensberatung

Tibor Kijewski
 Kohlenstraße 116, 34121 Kassel

Telefon 0561 93874-70
 E-Mail tibor.kijewski@muellerundpartner.de
www.muellerundpartner.de