

# Resultate statt Seminare!

Nachdenklich schüttelt mein Kollege Phil seinen Kopf. Er fixiert mich mit seinen blauen Augen und fragt: «Andy, weisst du, was unsere Kunden heute von uns wollen?»



**Andreas Bürgi**

ist Managing Partner der Living Water Institute AG. Als Mitglied des weltweiten Eagle's Flight Netzwerkes unterstützt das Living Water Institute Unternehmen, Führungskräfte und Teams in ihrem Bestreben, ihre Leistung signifikant und nachhaltig zu optimieren.

Phil Geldart ist der CEO des globalen Eagle's Flight Netzwerkes, einem weltweit führenden Anbieter von Business-Leadership-Ausbildungen. Ich nehme an, seine Kunden wollen Budgets kürzen?

«Nein Andy! Das ist nicht der wesentliche Trend, obwohl die wirtschaftlichen Turbulenzen ihnen massive Kopfschmerzen bereiten. Dahinter steckt etwas anderes. Gerade gestern sagte mir die Gesamtleiterin für Ausbildungsfragen in einem Grosskonzern, dass sie grundsätzlich keine Seminare mehr kaufen würden!»

Das hörte sich doch recht dramatisch an! Doch dann fuhr Phil weiter: «Willst Du wissen, was sie mir noch sagte? Sie wolle relevante, konkrete Resultate – einen messbaren Return on Investment. Seminare, Workshops, Mitarbeiter- und Führungskräfte-Entwicklung seien für sie nur ein Mittel zum Zweck!»

## 1. Realität definieren

Haben Sie Kopfschmerzen? Nehmen Sie doch ein Aspirin – das hilft sicher! Die Symptome sind gleich weg – und wenn sie wieder auftreten sollten, nehmen Sie einfach nochmals eine Tablette. Schnell erreichbare, konkrete Resultate.

Man sagt, wenn Amerika hustet, kriegt Europa eine Grippe. Was aber, wenn Amerika ernsthaft erkrankt? Da hilft kein einfaches Aspirin mehr. Da brauchen wir weltweit stärkere Medikamente. Und so wird gegenwärtig eine ganze Lawine von Massnahmen losgetreten, um der misslichen wirtschaftlichen Situation Herr zu werden.

Leadership Guru Max DuPree lehrt, dass es die vordringlichste Verantwortung einer Führungskraft sei, die Realität zu definieren.

Als Ärztin sagt meine Ehefrau, dass es wohl zuerst wichtiger wäre, die Realität zu verstehen, die systemischen Ursachen und Zusammenhänge zu erkennen. Erst dann sollte man gezielt und gestaltend in die Realität eingreifen. Natürlich würde auch sie als Schulmedizinerin zuerst ein Aspirin verschreiben, um den Leidensdruck zu reduzieren. Mann muss oft dem Patienten zuerst helfen, den Kopf wieder frei zu kriegen, damit gemeinsam die Ursachen ermittelt und angegangen werden können.

## 2. Oberflächenkosmetik

Als Ärztin stellt meine Ehefrau jedoch fest, dass die meisten ihrer Patienten mehr unternehmen, um lästige Symptome loszuwerden, als deren Ursachen zu bekämpfen. Solange sie unter massivem Leidensdruck stehen, sind die meisten Patienten «compliant», halten die mit dem Arzt vereinbarten Verhaltensweisen ein – und erwarten im Gegenzug rasche Besserung. Sind wir nicht gegenwärtig in Wirtschaft und Politik auch fleissig dabei, neue Compliance-Regeln und Prozesse aufzusetzen, um unsere Probleme in den Griff zu bekommen? Dafür wollen wir aber auch schnell konkrete Resultate sehen!

Meine «Hausärztin» stellt fest, dass die Compliance nachlässt, sobald die Symptome beseitigt sind. Tatsächlich nehmen Patienten lieber mögliche künftige Operationen oder gar Amputationen in Kauf, als die Ursachen ihrer Probleme durch Verhaltensänderungen zu bekämpfen.

Und wie ist es in der Wirtschaft? Waren die gegenwärtigen wirtschaftlichen Probleme wirklich nicht voraussehbar? Als Spezialist in Gehalts- und Vergütungsfragen würde ich sagen, dass unsere Anreizsysteme die im

# Compliance

muss von innen kommen!

Markt vorhandenen strukturellen Fehler in ihrer Wirkung verstärkt und zementiert haben. Wie bei den Patienten meiner Frau Ärztin war es nur eine Frage der Zeit, wann und in welchem Ausmass die Krankheit wieder ausbrechen würde.

### 3. Wissen oder Tun

Wir wollen Resultate – und zwar jetzt! Es scheint, als ob in der Wirtschaft gegenwärtig wieder die probaten Tabletten verteilt werden. Rasch wirkende Medikamente, um die akuten Probleme in den Griff zu bekommen. Hinzu werden neue Vorschriften, Verhaltensregeln, Compliance-Prozesse und Aufsichtsorgane geschaffen, um sicherzustellen, dass die Krankheit nicht mehr ausbrechen kann. Meine Frau schüttelt dabei den Kopf und meint: «Warte nur, bis der Leidensdruck weg ist, dann wirst du sehen, wie's um die Compliance bestellt ist. Mehr Kontrolle bedeutet nicht unbedingt mehr Compliance. Compliance kann man nicht erzwingen. Sie muss von innen kommen.»

In unseren Führungs- und Verhandlungskursen sagen mir Teilnehmer oft, dass sie ja eigentlich auch ohne dieses Seminar genau wüssten, was man tun müsste. Rein intellektuell wüssten sie auch wie, warum und mit wem sie es tun müssten. Es fehle nicht am guten Willen. Was fehle sei, dass jemand, gerade so wie ich, sie bei der Hand nehme und sie bei der konkreten Umsetzung Schritt für Schritt begleite.

### 4. Ressourcen – aus eigener Erfahrung lernen

Oft sagen uns unsere Kursteilnehmer: «Wir brauchen hier keinen Experten, Professor oder Berater, der uns sagt, was wir tun sollten. Was wir brauchen, sind Praktiker wie Sie! Wir wollen einen Coach, der noch die Ärmel hochkrepeln, mit anpacken und mit uns über einen längeren Zeitraum gemeinsam und verbindlich die Umsetzung der nötigen Veränderungen sicherstellen kann.»

Kabir sagte: «Wenn du es nicht erfahren hast, ist es nicht wahr». Für die Führungskräfte- und Mitarbeiterentwicklung heisst



«In der Hektik der gegenwärtigen wirtschaftlichen Turbulenzen vergessen viele Führungskräfte, den eigentlichen «Sweet Spot» ihres Unternehmens zu nutzen.»

Bild: Joujou/PIXELIO

das, dass selbst gemachte, reflektierte Erfahrungen oft mehr bringen als kopflastige Seminare. Die eigenen, vorhandenen Ressourcen erkennen. Intensive Grenzerfahrungen machen. Mit allen Sinnen lernen. Neu erworbene Fähigkeiten und Verhaltensweisen im Berufsalltag konkret verankern. Lernen von innen heraus – aus eigener Motivation. Compliance nicht weil ich muss – sondern weil es für mich stimmt. Das bringt erfahrungsgemäss nachhaltige, positive Resultate.

### 5. Elegant zum Erfolg

Kleine Ursache, grosse Wirkung – das ist das Geheimnis der Eleganz. In der Hektik der gegenwärtigen wirtschaftlichen Turbulenzen

vergessen viele Führungskräfte, den eigentlichen «Sweet Spot» ihres Unternehmens zu nutzen. Für Golfer und Tennisspieler ist dies der Punkt auf dem Schläger, wo die kleinste Ursache die grösste Wirkung erzielt. Diese Eleganz kann jedoch nicht von aussen, mit neuen Verhaltensregeln, Vorschriften und Kontrollmechanismen erzwungen werden. Elegante Geschäftsergebnisse können nur von innen heraus geschaffen werden. Denn der «Sweet Spot» liegt genau in der Schnittstelle zwischen unseren Mitarbeitern und unseren Kunden. Genau an dieser Schnittstelle sind wir gefordert, gemeinsam mit unseren Mitarbeitern relevante, nachhaltige Resultate zu erzielen.