

Entschleunigung

Wer immer auf der Überholspur fährt, wird die Autofahrt verpassen

Höher, schneller, weiter – «wer eilt, ist». Die Frage ist nur: Wer? Mal ehrlich: Wer hat nicht schon geaugnet, über Zeit zu verfügen, aus Angst, nutzlos und nicht mehr zur Elite zugehörig zu wirken? Zeit ist das Reizwort: Wer keine hat, gilt als erfolgreich und unersetzbar, wer zu viel davon hat, ist ein Versager.

Sabine Grebien

Auf der Überholspur zu fahren ist fortschrittlich, Langsamkeit rückständig. Manager werden nicht fürs Parken bezahlt, sondern für mehr Speed in der Kurve, für Umsatzwachstum, Kostenreduktion, mehr Gewinnausschüttung. Und das alles bis Quartalsende.

Langsamkeit als Prinzip

Doch was ist, wenn in der Kurve der von Rennfahrern gefürchtete Ölfleck der rasanten Fahrt ein Ende bereitet? Bestenfalls kommt man mit einem blauen Auge davon und man bekommt eine Lektion in Sachen «Schleudern». Vielleicht ist dieser Ölfleck aber auch das Aus für eine gute Idee, Produkteinführung, Investition oder Ähnliches. Jedenfalls ist alles, was dann geschieht, in der Regel mit Ärger, Kosten, Konflikten und personellen Konsequenzen verbunden.

Muss dies sein oder sind Unternehmen und deren Manager besser vor solchen Situationen gefeit, wenn sie bewusster und achtsamer, entschleunigter eben, an erfolgskritische Aufgaben herangehen?

Auf der Etikette eines südafrikanischen Weins steht geschrieben: «Zeit wird wertvoll, wenn das Leben vorbeirauscht.» Eine Einladung, innezuhalten, dem Rhythmus des Lebens Sinn zu verleihen. Langsamkeit als menschenfreundliches Prinzip, der bedächtige Umgang mit sich selbst und seiner Umwelt.

Statussymbol unserer Zeit

Es fragt sich, ob dieses Lebenskonzept in einem heutigen Unternehmen noch alltagstauglich ist. Es wird schwierig, denn einmal in dieses Korsett gezwängt, hat man sich an den hohen Adrenalinpegel gewöhnt und daraus entwickelt sich nicht selten ein Gefühl von Stärke und Begeisterung. Vieles wird zwar als belastend, zermürend und anstrengend empfunden, doch es verschafft auch ein Hochgefühl, das Gefühl, gebraucht und beschäftigt zu sein – das Statussymbol unserer Zeit. Möglicherweise wird der daraus resultierende Dringlichkeitswahn mit der eigentlichen Wichtigkeit und der Konzentration auf das Wesentliche verwechselt. Bleibt die Frage, wie man dieser Situation Herr wird.

Mit Entschleunigung?

Sie bedeutet nicht, dass alles langsam geschehen muss und ganze Organisationen in den Dornröschenschlaf fallen. Entschleunigung ist eher ein Weg, wie man Prozesse, Visionen und Strategien betrachtet und beurteilt: ruhig, abwägend, reflektierend statt kontrollierend und aggressiv. Sie ist die Grundlage von genauem Hinsehen, Hinterfragen und der Gründlichkeit, mit der Projekte Erfolg versprechend implementiert werden. Sie stellt Qualität über die Quantität, was bedeutet, sich Zeit für die wichtigen Entscheidungen zu nehmen und die bewährten Leistungen der Vergangenheit mit den gewinnbringenden Entwicklungen der Gegenwart und Zukunft zu kombinieren.

In der heutigen Zeit wird die Geschwindigkeit, die wir auf den Asphalt bringen, mit Leistung gleichgesetzt und angesichts des (er)drückenden «Daily Business» scheint die Zeit für die «Quality Thinking Time» denkbar knapp. Der durchschnittliche Lebenszyklus eines Managers von zwei bis drei Jahren in einer Funktion wird zu einer Einladung, schnelle Erfolgsgeschichten zu erzählen. Wenn diese Schnelligkeit jedoch mit Ober-



Porträt

Die Autorin ist Marketing-Spezialistin und Managementtrainerin. Ihr Credo lautet: «Marken und Menschen in einem Unternehmen sind untrennbar miteinander verbunden. Menschen machen Marken und Marken schaffen Identität bei Mitarbeitern, Partnern und Kunden.» Dieser Überzeugung folgend engagiert sie sich für die Entwicklung beider strategischen Erfolgsfaktoren innerhalb eines Unternehmens. Dabei stehen die Marktorientierung und die Zukunftsfähigkeit im Fokus.

flächlichkeit einhergeht, dann ist die Zielerreichung fraglich. Der Zeitdruck, der auf den Entscheidungsträgern liegt, rächt sich und der Tempowahn kann millionenschwere Folgen nach sich ziehen. Man fliegt aus der Kurve und verliert die Bodenhaftung.

Inbegriff von Erfolg

Der Erste am Markt zu sein ist der Inbegriff von Erfolg. Muss man wirklich immer eine Nasenlänge voraus sein und mit Innovationen triumphieren? Welchen Preis müssen Unternehmen und deren Mitarbeiter dafür zahlen? Es ist wie bei einem Marathonlauf: Wer einfach drauflosläuft, ohne exakte Umsetzung von Plan und Strategie, mentale Bilder und ohne seine Kräfte zu bündeln und einzuteilen, wird man nach den ersten Kilometern schon ko. sein oder, wenn schon im Ziel, dann ausgezehrt, erschöpft und

über Monate rekonvaleszent – ein guter Nährboden für die Konkurrenten, die vorbeiziehen und ihnen langfristig die Show stehlen. Es ist also Vorsicht geboten. Der geübte Sportler läuft gezielt, weiss, was er sich zumuten kann und teilt Zeit und Kräfte weitsichtig ein.

Es gibt keinen Königsweg

Eines ist sicher: Um Erfolg zu haben, muss man nicht unbedingt schnell sein. Das Erfolgsrezept ist die Ausgewogenheit zwischen dem Langsam und dem Schnell, je nach Situation, Aufgabenstellung und Notwendigkeit. Ob man es Langsamkeit oder Entschleunigung nennen mag: Es lohnt sich, einmal einen Gang zurückzuschalten und einen Moment zum Geschwindigkeits-Verweigerer zu werden – und dabei darüber nachzudenken. ■



Fragen

Sabine Grebien
Coach, Kommunikationsberaterin
Grebien-Network
Sempacherstrasse 5, 6003 Luzern
Tel. 041 210 30 09
sabine.grebien@grebien-network.ch
www.grebien-network.ch



Anzeige

Kollektivversicherungen



Auch für Ihr Unternehmen.

Um Sie und Ihr Unternehmen mit höchster Qualität zufrieden zu stellen, überzeugen wir mit hoher Leistungsbereitschaft und fairen Preisen.

Gerne informieren wir Sie – kontaktieren Sie uns bitte via Tel. 031 555 09 11 oder eMail an firmenkunden@atupri.ch

Atupri Krankenkasse, Firmenkunden, Zieglerstrasse 29, 3000 Bern 65
www.atupri.ch

atupri