

Management

Der einzig wahre Erfolg

Es gibt viele Überlegungen, Analysen und Strategien zum Erfolg. Doch welche dieser vielen Ratschläge sind der wahre Weg zum Erfolg? Trendforscher und Unternehmensberater Ludwig Morasch gibt Ihnen hier einige interessante Antworten

Es gibt generell keine bessere oder schlechtere Strategie, aber es gibt eine wesentliche Erkenntnis, die wir zwar alle irgendwie einmal in uns hatten und auch noch wissen, aber im Laufe unseres Lebens und besonders durch Erfahrung und Erziehung gelernt haben zu verdrängen. Kinder haben sie noch, diese wunderbare Eigenschaft und Begabung. Sie heißt: „Angstfrei“.

Betrachten wir einen Arzt der Angst vor einer großen Operation hat, weil die letzte gescheitert ist. Würden Sie sich von diesem Arzt operieren lassen? Sauerbruch gab nie auf, scheiterte oft und lernte daraus. Nehmen Sie den Ski Rennläufer Hermann Maier. Glauben Sie, dass er nach seinem großen Sturz bei der Olympiade noch eine Chance gehabt hätte, wenn er fortan voller Angst vor jedem Rennen gestanden wäre? Hätte Niki Lauda nach seinem grässlichen Unfall mit Angst die Rückkehr in die Formel 1 und seinen Weltmeisterschaftstitel geschafft? Nie, denn schon Toni Sailer's Ratschlag an Weltmeister war: „Du mußt angstfrei sein, aus deinen Stürzen lernen und dann noch viel schneidiger in das nächste Rennen gehen.“ Wer vor einem Abfahrtsrennen immer nur an das sichere Fahren denkt, hat keine Chance ein Weltmeister zu werden.

Was ist dann der wahre Weg zum Erfolg? Es ist ganz einfach: Keine Angst vor Misserfolgen – Lernen Sie aus Ihren und anderer Misserfolge und wandeln Sie diese positiv in Erfolge um, denn Misserfolg ist das Erfolgsgeheimnis Nummer 1.

Jeder kann auf Dauer erfolgreich sein, wenn er Misserfolge nicht als Rückschläge, sondern als kapitalisierte Lernerfolge betrachtet. Uns ist allen bewusst, dass man für dauerhafte Erfolge ausreichende Erfahrung benötigt.

WAS IST ERFAHRUNG?

„Erfahrung ist die Summe aller Misserfolge“. Eine an sich bekannte und alte Weisheit, die wir und besonders Manager im Wirtschaftsgeschehen so stark verdrängt haben, dass diese tatsächlich schon vergessen wurde, denn laut der allgemeinen Wirtschaftsregel und den Grundregeln einer Karriereleiter und besonders in den Augen der Allgemeinheit, darf ein Wirtschaftsmanager keine Misserfolge haben, möchte er erfolgreich sein.

Joseph Kennedy „man darf ruhig Misserfolge haben, man darf nur keine Angst vor diesen haben“ und Henry Ford „Versagen ist eine Gelegenheit, noch einmal intelligenter anzufangen“ waren da anderer

Meinung. Es waren die industriellen Aufschwungjahre in den USA, in denen es damals viel zu erproben und zu experimentieren gab. Heute stehen wir wieder in so einer neuen revolutionären Zeit. Das Zeitalter der Informationstechnologie – mit Internet, E-Commerce, M-Commerce und dem DHC Shopping, dem Verschmelzen zwischen Computer, Telefon und Fernsehen zu völlig neuen Welten wird nicht nur die bisher bekannten Wertketten des Handels sprengen, sondern die gesamte Wirtschaft und bisher bekannte und gültige Regeln upside down und sideways schütteln, oder sollte ich sagen atomisieren. Früher hatte man Jahre, wenn nicht sogar Jahrzehnte Zeit, um sich auf größere Änderungen umzustellen. Heute im Cyberspeed Zeitalter leben wir nicht mehr in Jahren und Jahrzehnten, sondern in Monaten. Glauben Sie da allen Ernstes, dass Manager der herkömmlichen Prägung „fehlerloser Karriereweg, möglichst in der Schablone des Vorgängers“ auch noch eine Existenzberechtigung haben? Natürlich haben diese Manager gelernt Misserfolge möglichst zu vermeiden. Sie sind Spezialisten der Absicherung und Profis in der Rückversicherung, Bewahrer des Bewährten und Gegner revolutionärer Veränderungen.

Aber ist dies tatsächlich der richtige Weg für eine neue Zukunft? Die Zukunft ist nicht morgen sondern schon heute. Könnte es sein, dass diese Sicherheitsmanager einen neuen Kostenfaktor produzieren, den ich als Kostenfaktor Angst



JEDER KANN AUF DAUER ERFOLGREICH
SEIN, WENN ER MISSERFOLGE NICHT
ALS RÜCKSCHLÄGE, SONDERN ALS
KAPITALISIERTE LERNERFOLGE
BETRACHTET

bezeichnen möchte. Im Cyber-Zeitalter kann man nicht lange abwägen und vorsichtig erproben, analysieren und dann wieder diskutieren, um die Fehlerquoten zu minimieren, denn in diesem Zeitalter heißt es agieren und schnell reagieren, denn die Welt von gestern ist morgen schon Schnee aus der Steinzeit.

Wie ist es dann eigentlich zu sehen, wenn ein Medienkonzern wie Bertelsmann immer noch unter alten Zielvorgaben und Strategien manövriert? Wäre es nicht bei Bertelsmann- ich könnte natürlich genauso gut Time-Warner Inc. sagen - gelegen die neue Medienwelle Internet zu entdecken und zu fördern? Hätte AOL oder Yahoo nicht ein Tochterunternehmen dieser Mediengiganten sein können? Warum hat man nicht? Ach, war da vielleicht die alte Tradition, die Überheblichkeit der Größe vor dieser kleinen Verrücktheit, die da bald wieder vom Markt verschwindet, oder war es vielleicht doch Angst vor dem Unbekannten, diesem dot.com, diesen Weg zu beschreiten? Nun diese kleine Verrücktheit AOL hat nun ganz friedlich und höflich Time-Warner übernommen!

Wäre es nicht langsam an der Zeit umzudenken, wenn man bedenkt, welchen unbedeutenden Wert das Traditionsunternehmen Daimler/Chrysler heute im Verhältnis zu diesen neuen Internet Unternehmen hat? Vielleicht übernimmt E-bay in 10 Jahren Daimler/Chrysler mit links aus der Portokasse, nur aus Verärgerung darüber, dass es für seine M-Commerce Kunden nicht den gewünschten Rabatt von 28 Prozent erhielt. Am Tag nach der unfreundlichen Übernahme feuert E-bay den Vorstandsvorsitzenden, der es bisher gut verstanden hat keine Risiken einzugehen und daher natürlich auch kaum Misserfolge auf seiner blütenweißen Karriereweste hat. Er hat nur übersehen, dass es nicht mehr um die Produktion und den Handel von Produkten geht, sondern darum, wer den Konsumenten mit den neuen Medien und Informationen im Griff hat. Nun, jetzt weiß er es- ein später Misserfolg aus dem weder er noch sein Unternehmen etwas lernen können, oder doch? Es wäre doch damals besser gewesen, diese neuen Wege zu beschreiten, selbst mit den vielen Risiken und den daraus erwachsenden Misserfolgen, denn dann würde heute sein Unternehmen E-bay als Subdivision entwickelt oder spätestens heute aufgekauft haben, statt von dem damaligen Nichts (1998) aufgekauft und gefeuert zu werden (2004)!

Der Kostenfaktor „Angst“ – eben die antrainierte Angst der Manager vor Misserfolgen ist vielleicht einer der wesentlichen Gründe, warum alle diese erfahrenen Manager von angstlosen Kids überrundet wurden, die mit ihren Internet und dot.com Gesellschaften Erfolg, Erfahrung, Wachstum und Management neu definiert haben. Müssen diese Manager nun doch wieder Angst haben, wenn Ihre ehemals so erfolgreichen und großen Unternehmen von diesen vor fünf Jahren noch nicht einmal existierenden Firmen über Nacht geschluckt werden? Was ist nur los auf dieser Welt?

Wir brauchen ein mutiges und angstfreies Management, das bereit ist, diese neuen Wege zu beschreiten die durch die Informationsrevolution erst möglich wurden und die ihre Unternehmen rechtzeitig auf diese neuen Welten und Anforderungen nicht nur anpassen sondern radikal umstellen. Nun, dies heißt natürlich sich verändern und eine kindliche Eigenschaft wieder zu regenerieren: „Keine Angst vor Misserfolgen“. Leicht gesagt, aber eher schwer zu erlernen.

Der Autor

Ludwig Morasch hat sich mit dem Problem der Misserfolge nicht nur intensiv über Jahre hinweg auseinandergesetzt, sondern hat seine Theorien und Überlegungen auch gelebt und daraus seine Erkenntnisse gezogen. Als Vordenker und Entwickler innovativer Unternehmenskonzepte hat er in den letzten 20 Jahren diesseits und jenseits des Atlantiks seine Erfahrungen sammeln können. Die wichtigsten Erkenntnisse konnte er aber erst beim Schreiben des Buches und besonders in den vielen nachfolgenden Gesprächen zum Buch gewinnen. Die Angst vor Misserfolgen ist seiner Meinung nach so groß, dass viele Menschen sogar Angst davor haben, darüber zu sprechen. Nun, wirklich erfolgreich kann nur derjenige werden, der zu seinen Misserfolgen steht, über die allgemein vorherrschende Meinung erhaben ist und seine Kraft darauf konzentriert, nicht die Fehler zu verdecken, sondern daraus zu lernen und es nun, aufgrund der Erfahrung, richtig zu machen - ganz im Sinne des alten Henry Ford. Morasch schreibt derzeit an dem Buch. „Der wahre Weg zum Erfolg – in drei Jahren absolut erfolgreich“. Er konnte für ein Tagesseminar mit Workshop für unsere Leser gewonnen werden.