

Erfolg

Setzen Sie auf Leadership!

Besonders in unsicheren Zeiten braucht es Leadership. Sie zeigt sich unter anderem darin, dass Führungskräfte authentisch, überzeugend und echt agieren. Dies erstreckt sich sowohl auf den Umgang mit Mitarbeitenden als auch auf den Umgang mit Kunden, Lieferanten und der Öffentlichkeit. Von der international renommierten Managementtrainerin und Bestseller-Autorin Sonja A. Buholzer erhalten Sie wertvolle Tipps, wie auch Sie Leadership-Qualitäten entwickeln können.

Authentizität, vernetztes Denken, konsequentes Handeln und eine überzeugend ehrliche und stimmige Kommunikation zeichnen sie aus. Fähigkeiten, die übrigens auch auf Frauen gut zutreffen!

Leadership konkret. Change Management, Motivation und Führung misst sich am Erfolg der Führungskraft selbst. Gelingt es ihr, mit einem hohen Motivationsgrad und einer wachsenden Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter zu agieren? Gelingt es ihr, ihre Kunden zu führen und mit einer Kombination von Zielstrebigkeit, gekonnter Kommunikation und hoher Sensibilität für Kundenpflege zu arbeiten? Schafft sie es, auf der Basis von Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit proaktiv zu denken, zu handeln und zu reagieren? Ist sie in der Lage, mit emotionaler Intelligenz zu agieren und dabei stets im Auge zu behalten, was Bedürfnisse, Erwartungen, Ängste und Befindlichkeiten von Mitarbeitern, Kunden und weiteren Zielgruppen sind.

Das heisst aber auch, in Krisenzeiten ein starkes Team von Mitarbeitern und treuen Kunden zu bilden und mit vereinten Kräften zu kämpfen. Dies ist der Prozess einer fortlaufenden Investition der Führungskraft nicht nur fachlich, sondern auch menschlich. Sie investiert in volle Präsenz auch im Auge des Orkans, in transparente Kommunikation, in ein Unternehmensklima des Vertrauens und der Zuverlässigkeit, in die Qualität einer Commitment-Kultur, in welcher ein Wort gilt und Krisen als Chancen gesehen werden.

Leadership-Kompetenz muss immer top down aufgebaut werden. Sie ist eine Investition in das Unternehmen und die wichtigste Qualität auch für überzeugende Kundenbeziehungen. Wie kann Leadership in einem Unternehmen gezielt auf- und ausgebaut werden?

- Der Verwaltungsrat sucht und selektioniert seine Mitglieder der Geschäftsleitung nach professionellen Kriterien und mittels ebensolchen Verfahren (öffentlicher Ausschrieb, professionelles Search-Verfahren, transparente Assessment-Prozesse, nachvollziehbare Entscheidungswege).
- Zu den Entscheidungskriterien gehören nebst Sach- und Fachkompetenz, Praxisausweis und Expertenwissen im gleichen Umfang Persönlichkeiten von menschlichem Format, Verantwortungsbewusstsein und ausgeprägten Leadership-Fähigkeiten und Sozialkompetenz. Ziel ist der Schulterschluss von Leistungsprimat und Ethik auch im Sinne einer gelebten Vorbildfunktion des Managements.
- Die gewählten Geschäftsleitungsmitglieder werden top down auf ihre Leadershipaufgaben hin geschult und professionell gecoacht; ihre regelmässige Leistungsbemessung umfasst sowohl Fach- als auch gleichermassen Leadershipqualität. Vorstand und oberstes Management sprechen dieselbe Sprache, vertreten eine „unité de doctrine“ in der Führung. Der Vorstand stellt sicher/ kontrolliert, dass Leadershipkompetenzen im Sinne

einer Leadership-Kultur von der Geschäftsleitung top down geschult und gecoacht wird. Leadership im Sinn einer ganzheitlichen Führung ist ein Kernstück der Unternehmenskultur und -entwicklung und wird in diesem Sinne laufend ausgebaut.

- Leadershipqualifikationen sind tragender Bestandteil eines MbO-Führungsstils und durchziehen das gesamte Unternehmen. Leadership muss gezielt gefördert werden. Jede Führungskraft ist gefordert, als Vorbild in Motivation, Führung, Authentizität und in ihrer Kommunikationskompetenz gezielt auch Nachwuchs aufzubauen und zu entwickeln. Beispiele hierzu:
- Raum und Zeit geben für die Arbeit an persönlichen Erfolgsstrategien der Führungskräfte, Implementierung einer „Politik der Stärke“ in der Führung.



Wirtschaftsreferentin Dr. Sonja A. Buholzer ist Inhaberin der von ihr 1994 gegründeten Zürcher Wirtschaftsberatung VESTALIA VISION und eine der bekanntesten persönlichen Beraterinnen von Führungskräften der Wirtschaft und Politik. Sie ist Doktor der Philosophie mit Managementweiterbildung, gefragte Wirtschaftsreferentin und mehrfache Bestsellerautorin. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Fragen der Führung, Kommunikation und Ethik in Verbindung mit konkreten Erfolgsstrategien für die Praxis. Ihr neuestes Management-Buch erscheint Mitte 2006.

„MEHR ALS DIE VERGANGENHEIT
INTERESSIERT MICH DIE ZUKUNFT.
DENN IN IHR GEDENKE ICH ZU LEBEN.“
ALBERT EINSTEIN



- „Work Life Balance“, investieren in das Wohlbefinden der Mitarbeitenden auch durch gemeinsame Events und Kulturarbeit
- Bewusstmachung der Zusammenhänge von nachhaltigem Erfolg im Verbund mit Ethik und Fairplay
- Best practice vorleben im Umgang mit Niederlagen und Fehlern: stets sind diese die effizientesten Pfeiler einer „lernenden Organisation“ – die Mitarbeiter dazu anzuhalten, zu Fehlern und Schwächen zu stehen, darüber zu kommunizieren und das Gelernte gezielt weiterzugeben, ist eine der nachhaltigsten Qualitäten für ein Unternehmen.
- Sensibilisierung der Führungskräfte auch für ihre emotionale Intelligenz und für die Wichtigkeit ihrer Empathie und Sozialkompetenz in der Führung, sowohl von Mitarbeitern, als auch von Kunden.
- Regelmässige „open spaces“ für Fragen, Anliegen, Gefühle der Mitarbeitenden und der Kunden. Wer heute beispielsweise die Befindlichkeiten von Kunden übersieht, macht die Rechnung ohne sie. Wer eine Strategie am Markt vorbeientwickelt, mit laufenden Strategieänderungen die Kunden- und Mitarbeiterfront verunsichert oder mit einer laufend ändernden Preis-Leistungsstrategie alle Beteiligten verärgert, hat verloren. Jüngste Beispiele dafür lassen sich zitieren.

ZEIGEN SIE LEADERSHIP AN DER KUNDENFRONT

- Verstärkte Kommunikation nach innen, Förderung einer Commitment-Sprache, die Verbindlichkeit und Klarheit von Sprache, Denken, Handeln im Unternehmen ermöglicht (nach Sapir Whorf). Ganz besonders im Umgang mit Kunden ist die absolute Verlässlichkeit, die Commitment-Fähigkeit und die Zuverlässigkeit eine der top-Qualitäten echter Leadership an der Kundenfront. Wo Termingenauigkeit, Vereinbarungen und klare Erwartungen eingehalten werden, da reduzieren sich Quellen von Missverständnissen, Fehlern und Beziehungsstörungen.
- Lückenlose Informationspolitik über Ziele, Zahlen und Erwartungen an jeden einzelnen Mitarbeiter als auch zielgruppenorientiert nach aussen kommuniziert.
- Wer Medien in guten Zeiten nicht pflegt, macht die Rechnung auch in schlechten Zeiten ohne sie. Wer mit geschönten Aussagen öffentlich kommuniziert, wird jede Form von Glaubwürdigkeit auch dann entbehren, wenn die Aussagen authentisch sind. Man pflege ausgewählte Medienvertreter jederzeit und baue ein Vertrauensverhältnis auf, dass erlaubt, in Krisenzeiten ehrlich und offen mit eben diesen Medienprofis zu kooperieren. Im übrigen muss festgehalten werden, dass die Macht der Medien generell unterschätzt wird: Meines Erachtens sind sie massgebliche Meinungsbildner und können in ihrem Einfluss auf die öffentliche Einschätzung nicht genügend hoch eingeschätzt werden.
- Mentoring implementieren, um förderungswürdige Mitarbeitenden nachzuziehen.
- Coaching einführen für ausgewählte Führungskräfte, die im Rahmen ihrer Schlüsselfunktionen gefördert oder auf Zeit verstärkt werden müssen, um nicht an Burn out zu erkranken.
- Investieren in Teambuilding-Prozesse, interne Empowerment-Workshops und Weiterbildung der Mitarbeitenden.
- Kreative Impulsprogramme implementieren, die den Spass an der Arbeit, den gesunden Wettbewerb und das harmonische Zusammenarbeiten fördern.

Kontakt: Vestalia Vision Wirtschafts- und Unternehmensberatung, An der Löwenstrasse 22, CH-8001 Zürich,
Tel.: +41 44 219 60 30, E-Mail: info@vestalia.ch, www.vestalia.ch.