

Erfolg

Managen und leben mit Sinn

Ist eine Brücke zwischen der philosophischen Frage des Sinns und den harten Anforderungen des Managementalltags in unserer komplexen und dynamischen Informationsgesellschaft möglich? Offenbart die Behandlung der Sinnfrage Handlungsanleitungen für Manager, die einen verdeckten Zusammenhang zwischen sinnvoller Tätigkeit und wirtschaftlichem Erfolg ermöglichen? Auf diese Fragen versucht Ihnen Mag. Werner Sattlegger, tätig im Management eines Weltkonzerns, hier eine Antwort zu geben.

Um diese zentralen Fragen beantworten zu können, werfen wir einen kurzen Blick auf die aktuellen Rahmenbedingungen in Wirtschaft und Gesellschaft. Die einzige Konstante ist Veränderung, damit hat bereits Buddha eine wichtige Eigenschaft menschlichen Daseins sehr eindringlich beschrieben. In den letzten Jahrzehnten haben modernste Technologien die Geschwindigkeit der Veränderungen deutlich erhöht, eine starke Zunahme von Dynamik und Komplexität waren die Folge. Zusätzliche Reiz- und Informationsflut, Geschäftigkeits- und Dringlichkeitssucht bewirken beim Menschen das berühmte „Hamsterradssyndrom“: man tut immer mehr, trotzdem hat man das Gefühl, nicht vom Fleck zu kommen!

In diesem Umfeld ist der Mensch enorm gefordert. Vernetztes und systemisches Denken, Mobilität und die Fähigkeit sich schnell auf neue Situationen anzupassen, sind notwendige Bedingungen, um erfolgreich zu sein. Der Mensch steht damit unter enorm hohem Druck, auf dieser Grundlage entstehen Gefühle der Ohnmacht und Orientierungslosigkeit. Trotz vielseitiger Tätigkeiten und Aktivitäten in der modernen „Spaßgesellschaft“ bleibt so etwas wie eine innere Leere, ein existentielles Vakuum, wie es Viktor Frankl beschreibt, bestehen.

Wenn man sich das Leben mit verschiedenen Lebensbereichen wie Beruf, Familie, Soziales, Freizeit und Spiritualität als ein „Lebensrad“ mit verschiedenen Teilen, die ineinandergreifen und wirken, vorstellt, dann kann man sich auch vorstellen, dass durch hohen Geschwindigkeiten Zentrifugalkräfte entstehen können, durch die einzelne Teile (Bereiche) dieses „Lebensrades“ ganz wegfiegen können. Es muss daher irgendetwas geben, dass die Teile dieses Lebensrades auch unter hoher Geschwindigkeit zusammenhalten kann, dass so etwas wie eine „Radnabenfunktion“ hat. Meiner Meinung ist die ehrliche Beantwortung der Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns, der Hinterlegung des eigenen Lebens und des Tuns mit stabilen Werten und letztlich die Verfolgung einer kraftvollen Lebensvision die Radnabe, um hohe externe Kräfte aushalten zu können.

Was ist überhaupt Sinn und welche Rolle spielt dieser Sinn für den Menschen und in weiterer Folge für das Unternehmen? Sinn erfährt das Individuum auf der emotionalen Ebene durch die Wertigkeit und die Bedeutung des eigenen Tuns, der Sichtbarkeit des eigenen Beitrags zum Ganzen. Ganz einfach gesprochen ist Sinn die Antwort auf die Frage nachdem Wozu. Im Gegensatz zur Frage nachdem Warum, die immer nach einem Zweck oder einem Ergebnis fragt, wird beim Wozu auf der emotionalen Ebene immer nach der Bedeutung und dem Wert für das Ganze wie etwa der Gesellschaft gefragt. Zweck und Sinn sind gleichermaßen wichtig, stehen in einer Wechselwirkung und sind je nach der Bezugsfrage, ob private oder berufliche Tätigkeit, unterschiedlich stark ausgeprägt. Aber eines ist klar: Man kann eine Tätigkeit, die zwar zweckvoll aber aus individueller Sicht nicht sinnvoll ist, nicht über eine lange Zeit erfolgreich ausführen. Aus diesem Grund kann mangelnder Sinn nie durch Zweck, aber mangelnder Zweck sehr wohl durch Sinn ersetzt werden. Sinn ist damit die stärkere Kraft als der Zweck, die Quelle für Motivation, letztlich die Voraussetzung für Spitzenleistungen.

Der große Arzt, Psychologe und Psychotherapeut Viktor Frankl geht noch einen Schritt weiter, für ihn ist die Beantwortung der Frage nach dem Sinn nicht nur Voraussetzung, um erfolgreich zu sein, sondern absolut notwendig, um nicht dauerhaft krank zu werden. An dieser Stelle ist zu unterstreichen, dass die Beantwortung der Sinnfrage für jeden Menschen unterschiedlich ist und sich im Laufe der Zeit auch ändern kann. Organisationen schaffen in Kulturprozessen Leitbilder und gemeinsame Werte, um Orientierung und Identität zu stiften und damit eine gemeinsame Unternehmenskultur zu ermöglichen. In einer gelebten Unternehmenskultur, mit einer klaren Vision als Kompassnadel, einem tragfähigen emotionalen Fundament und einer die Unternehmensexistenz begründeten Mission geht es um diesen Kern, die Sinnfrage. Durch die Erfüllung der individuellen und unternehmerischen Werte, durch die Beantwortung der Frage nach dem Wozu, durch die Sichtbarkeit des eigenen Tun als Beitrag zu einem größeren Ganzen, findet so etwas wie Sinnmanagement statt.



Mag. Werner Sattlegger: „Ganz einfach gesprochen ist Sinn die Antwort auf die Frage des Wozu“

DIE BEANTWORTUNG DER SINNFRAGE
IST FÜR JEDEN MENSCH
UNTERSCHIEDLICH UND KANN
SICH IM LAUFE DER ZEIT
AUCH ÄNDERN



Was sind nun die Voraussetzungen für Sinn im Management? Führungskräfte können die Unternehmenskultur und die damit verbundene Sinnfrage nur dann erfolgreich begleiten, wenn Sie selber in sich ruhen. Diese Zentrierung kann beispielsweise durch Meditation, durch einfache Spaziergänge oder Beobachtungen der Natur erfolgen. Damit verflacht das analytische Denken und es wird Raum für die Seele geschaffen, der Boden auf dem die Frage nach Wert und Sinn beantwortet werden kann. Ohne die Beantwortung dieser Frage kann man zwar vielleicht lange gut funktionieren, aber man ist noch meilenweit von einem erfüllten Leben entfernt. Erst die vielleicht schmerzvolle Auseinandersetzung mit dieser Frage gibt dem Leben die Kraft, um auch wirklich großen Herausforderungen gerecht zu werden, in der jedes Problem nicht als Hindernis, sondern als Möglichkeit des Lernens und der Reifung angesehen wird.

Indem Führungskräfte ihr Leben auf einem stabilen Wertefundament aufbauen und einen stabilen Sinn hinterlegen, sind die persönlichen Voraussetzungen gegeben, um auch im Unternehmen authentisch und die Rahmenbedingungen für eine gelebte Sinn und Wertekultur zu schaffen. Wenn dann im Unternehmen die Leitbilder wie Werte oder Vision sich nicht nur auf Hochglanzfolien, sondern im täglichen Tun, wie der Entscheidungsfindung, dem Führungsverhalten, der Sprache oder der Kommunikation wieder finden, dann entsteht der Raum für eine gelebte Unternehmenskultur und für eine Form von Sinnmanagement. In diesem Raum finden die Mitarbeiter die notwendige Orientierung und Kraft, um auch in schwierigen Zeiten erfolgreich zu sein.

Der große Managementlehrer Peter Drucker hat betont, dass der entscheidende Erfolgsfaktor im neuen Jahrtausend der Mensch sein wird. Trotz aller Technologisierung können die unglaublichen menschlichen Fähigkeiten nicht ersetzt werden, unternehmerische Erfolge hängen von den Spitzenleistungen der Mitarbeiter ab. Diese Leistungen können nicht digital per Knopfdruck abgerufen werden, sondern entstehen in einem Raum, der geprägt ist von Vertrauen, gelebter Unternehmenskultur und Sinn. Im ganzheitlichen Ansatz bedeutet dann Erfolg nicht nur Berufserfolg alleine, sondern eben Erfolg in allen oben erwähnten Lebensbereichen.

In dieser Wechselbeziehung wird Management und das Unternehmen Leben nicht nur stabil und erfolgreich, sondern es entsteht der Boden für eine erfülltes, freudvolles, ganzheitliches und sinnvolles Tun und Sein. Damit wird man eines Tages eines der größten Geschenke wahrnehmen dürfen, das Gefühl nicht umsonst gelebt zu haben, da man nicht nur persönlich ein sinn- und wertvolles und erfolgreiches Leben geführt hat, sondern vielleicht dadurch auch das Leben vieler andere Menschen bereichert hat.

IMPRESSUM

MEDIENINHABER UND HERAUSGEBER: INSIGHT VERANSTALTUNGS- UND BERATUNGS-GES.M.B.H, HAUPTSTRASSE 51 B, 3411 KLOSTERNEUBURG; TECHNOKONTAKTE VERANSTALTUNGS-GMBH, 1010 WIEN, GONZAGAGASSE 1/22A, TEL.: 01/ 533 04 66-0, FAX: DW 13, E-MAIL: INFO@TECHNOKONTAKTE.AT INTERNET: WWW.TECHNOKONTAKTE.AT

GESCHÄFTSFÜHRUNG UND CHEFREDAKTION: DR. HARALD THURNHER

GASTAUTOREN DIESER AUSGABE: DR. SONJA A. BUHOLZER, MICHAEL HENNE, DR. UWE PETER KANNING, MAG. HANNES MAIER, DANIEL MEIER, MAG. WERNER SATTLEGGGER, DR. STEPHAN U. SCHITTY,

LAYOUT: SYLVIA PISKULA **FOTOS:** PETRA SPIOLA, HERSTELLER, **ANZEIGEN:** MAG. CHRISTINE BAIER

ABONNEMENT: PIA HAUSER, **DRUCK:** WOGRADEL DRUCK **ERSCHEINUNGSORT:** WIEN,

ERSCHEINUNGSWEISE: VIERTELJÄHRLICH, **ABONNEMENTPREIS:** INLAND: 24 EURO /JAHR, AUSLAND: 30 EURO /JAHR,

DRUCKAUFLAGE: 12.000 STÜCK

REDAKTIONELLE ZIELSETZUNG: DARSTELLUNG VON MÖGLICHKEITEN, DIE ZUM PERSÖNLICHEN ERFOLG ODER ZUM WIRTSCHAFTLICHEN ERFOLG VON UNTERNEHMEN FÜHREN, PRÄSENTATION INNOVATIVER BEST-PRACTICE-MODELLE VON TOP-UNTERNEHMEN, BERICHTERSTATTUNG ÜBER AKTIVITÄTEN UND VERANSTALTUNGEN VON TECHNOKONTAKTE UND DES TECHNOKONTAKTE-CLUBS, FÖRDERUNG DES NETWORKING IM UNTERNEHMENSBEREICH.