



Presseinfo: Midas Verlag AG, Neuerscheinung Oktober 2016

Roland Panter / Gabriele Kottlorz

ERFOLGSFAKTOR MITARBEITERINTELLIGENZ

Die Weisheit des Unternehmens als Führungsstrategie der Zukunft

Wer zwei Wochen lang den Gesprächen seiner Mitarbeiter in der Kantine zuhört, kann anschließend alle Probleme seines Unternehmens benennen. Dies ist in Kurzform, was die Autoren als Weisheit des Unternehmens bezeichnen. Dieses Buch beschreibt etablierte und effektive Methoden des Community Managements und bringt diese mit aktuellen Trends im Bereich der Unternehmensentwicklung in Verbindung.

Der digitale Wandel ist Auslöser für große strukturelle Veränderungen. Den notwendigen Veränderungsprozessen stehen in vielen Unternehmen gut trainierte und starre Strukturen mit vielen Hierarchiestufen entgegen. Internes Community Management schafft hier Transparenz und die Möglichkeit Wissen abzubilden, das bislang in den Strukturen der Unternehmen untergegangen ist. Allein durch eine zielführende Vernetzung der internen Akteure wird die Entstehung von Innovationen wirksam gefördert. Die Autoren beschreiben konkrete Maßnahmen für die Entwicklung eines zeitgemäßen Betriebssystems für Unternehmen.

Wie kam es zu diesem Buch?

Roland Panter:

Die Geschichte dieses Buches beginnt vor über 20 Jahren, als ich in Frankfurt auf einer Messe den Verleger Gregory Zäch kennen gelernt habe. Seither haben wir lose Kontakt gehalten und nach der Publikation meiner ersten beiden Bücher die Grundidee wieder aufgegriffen. Ich komme aus dem Bereich der Unternehmenskommunikation und habe mich bereits sehr früh auf Social Media und Community Management spezialisiert. Inspiriert von Gabriele Kottlorz, die sich schon lange mit der Entwicklung „optimaler“ Arbeitsbedingungen beschäftigt, entstand dann die Idee für dieses Buch. Uns verbindet das Interesse an allen Aspekten von Arbeit 4.0, die wir aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Wir bringen verschiedene Trends zusammen, die wir auch insgesamt als Marktbewegung wahrnehmen. Die Vielfalt und Gegensätzlichkeit dieser Impulse kann durchaus verwirrend sein, deshalb konzentrieren wir uns insbesondere auf die Bedeutung von Kommunikation für die Entwicklung von Unternehmen. Sie bildet den Grundstein für alle erfolgreichen Strategien zur gemeinsamen Bewältigung aktueller und kommender Herausforderungen.

Gabriele Kottorz:

Wir glauben, man muss künftig das Thema Arbeit fundamental anders denken und handhaben als es bislang in den Unternehmen getan wird. Die Bemühungen der Unternehmen, für Arbeitnehmer attraktiver zu werden sind ein guter Indikator für diesen Paradigmenwechsel. Dabei verändern sich die Anforderungen an Arbeitgeber und Arbeitnehmer gleichermaßen. Auf der einen Seite brauchen wir keine Arbeitnehmer mehr, die von 9 bis 5 einfach nur Dienst nach Vorschrift machen. Auf der anderen Seite müssen Arbeitgeber Infrastrukturen bereitstellen, in denen sich Arbeitnehmer besser entfalten können und eine höhere Flexibilität im Umgang mit ihren Aufgaben erhalten. Ganz wichtig ist jedoch, sowohl Führungskräfte als auch Mitarbeiter mit dem passenden „Handwerkszeug“ auszustatten. Dort, wo äußere Strukturen weicher werden oder weg fallen, muss eine hohe persönliche Kompetenz für eine sichere Balance zwischen Engagement und Eigenverantwortung sorgen. Zusammen mit den steigenden Anforderungen an die Qualität von Kommunikation haben wir ein interessantes Spannungsfeld identifiziert, in dem wir beiden Autoren auch als Berater tätig sind. Wir haben für die komplexen Fragestellungen zwar keine Wunderlösung, können aber durchaus hilfreiche Anregungen vermitteln. Das ist die Grundidee von „Erfolgsfaktor Mitarbeiterintelligenz“.

Was erwartet den Leser Ihres Buches?

Gabriele Kottorz:

Wir führen unsere Leser durch das gesamte Spannungsfeld des derzeitigen Paradigmenwechsels rund um die Zukunft der Arbeit. Wir beschreiben die verschiedenen Auslöser dieser Veränderungen und legen Wert auf die Feststellung, dass es nicht nur spaßgetriebene Faktoren sind, die Anpassungen notwendig machen. Die Diskussion um „Wohlfühlfaktoren“ wie Kickertisch und Kuschelecke lässt diesen Gedanken ja manchmal aufkommen. Vielmehr wagen wir einen Blick in die Zukunft, die vermutlich unter anderen Kennzahlen stehen wird als denen des permanenten und ungebremsten Wachstums, wie es in den vergangenen Jahrzehnten der Fall war. Sowohl Kunden als auch Arbeitnehmer betrachten jetzt schon eher die Qualität als die Quantität eines Produktes.

Roland Panter: Wie Gabriele bereits angedeutet hat, beginnt gerade ein intensiver Kulturwandel, der nach einer langen Zeit der Fülle einen sorgsameren Umgang mit Ressourcen erfordert. Auch wenn das sehr unromantisch klingt: Zu diesen Ressourcen gehören auch Arbeitnehmer. Es geht aber nicht nur darum seine Ressourcen sparsamer einzusetzen. Vielmehr erfordert es intensive Gedanken dazu, wie mit diesen Bedingungen der Verknappung effizienter umgegangen werden kann. Dazu haben wir das Thema der Kommunikation identifiziert, welches in Unternehmen gemeinhin als ein Problemfeld wahrgenommen wird. Es herrscht in nahezu jedem Unternehmen das Bewusstsein darüber, dass die Kommunikation verbessert werden kann und zwar nicht nur in Richtung des Marktes. Insbesondere die interne Kommunikation knirscht an vielen Stellen laut und deutlich. Ich habe ja schon lange mit professionellem Community Management zu tun und kenne dessen Vorzüge und Möglichkeiten sehr gut. Es war also für mich immer naheliegend, diese Methoden auch innerhalb eines Unternehmens anzuwenden. Wir haben unter Einsatz von Social Media für die Kommunikationsrichtung nach draußen sehr viel gelernt. Nun gilt es, die Potenziale auch intern zu nutzen. Mit Enterprise 2.0 und Social Intranets gibt es inzwischen umfangreiche Softwarelösungen, die eben genau das ermöglichen. Wir möchten den Lesern die Schwellenangst nehmen und Wege aufzeigen, diese Tools für deren individuelle Entwicklung einzusetzen.

Was ist das Besondere an internem Community Management?

Gabriele Kottorz:

Internes Community Management verstärkt die Kraft der informellen Strukturen in Unternehmen. Diese Strukturen sind als nicht dokumentierte Parallelstrukturen neben der klar definierten hierarchischen Organisationsstruktur ganz häufig ein wesentlicher Faktor, wenn es darum geht Blockaden im Informationsfluss aufzuheben. Solche Blockaden entstehen beispielweise durch unzureichende Qualität in der Führung, durch Profilineurosen oder ein falsch verstandenes Prinzip des Hortens von Wissen. Dieses Eigentumsdenken gilt es zu überwinden, und das geht am besten über maximale Transparenz. Diesen Anspruch haben wir als Arbeitnehmer eigentlich schon immer an unser Unternehmen. Wir wollen verstehen, warum Dinge passieren und mit welchem Anteil wir dazu

beitragen. Wir wollen rational und emotional nachvollziehen können, warum wir diese oder jene Aufgabe zu erfüllen haben. Das unterscheidet sich massiv von „Command and Control“, einem System in dem starre Hierarchien dominieren und Sinnfragen eigentlich nicht vorgesehen sind. Das ist aus unserer Sicht in den allermeisten Fällen einfach nicht mehr zeitgemäß.

Roland Panter:

Sinnfindung ist ein wichtiges Thema. Es gibt Unternehmen, die das schon immer gut vermitteln konnten und mit dem derzeitigen Paradigmenwechsel auch wenig Probleme haben. Schwieriger wird es bei den „Dickschiffen“ mit verkrusteten Unternehmensstrukturen, die nun unter hohem Druck gezwungen sind innovativer und beweglicher zu werden. Da wird gerade in deutschen Urgesteinen des Fahrzeugbaus der Krawattenzwang abgeschafft und das allgemeine „Du“ etabliert. Insgesamt hängt das wichtige Thema Innovation direkt von der Qualität der Kommunikation und der Vertrauenskultur ab. Unternehmen wie Facebook oder Apple bauen nicht zufällig Firmenzentralen, deren Architektur so ausgelegt ist, dass die Menschen sich dort möglichst oft begegnen. Gleiches sollte man auch digital umsetzen, indem man Räume schafft, in denen sich die Mitarbeiter eines Unternehmens treffen und austauschen können. Genau so funktioniert internes Community Management. Allerdings braucht es für einen offenen und hierarchieübergreifenden Dialog auch neue Kompetenzen, damit der Arbeitstag nicht in endlosem Geschnatter verfliegt. Neben der Selbstkontrolle sticht insbesondere die Fähigkeit der Moderation hierbei heraus. Dazu gehört weiterhin, dass man sich mehr als bislang mit den tatsächlichen Talenten der entsprechenden Mitarbeiter beschäftigt. Das müssen nicht immer mehr nur die Fähigkeiten sein, die gemäß Abschlusszeugnis in Schule, Lehre oder Studium erworben wurden. Dazu gehören auch persönliche Stärken, die vielleicht bislang noch gar nicht erkennbar waren. Wir nehmen auf diese Art und Weise den Menschen in seiner ganzen Persönlichkeit ernster und können dann seinen Entwicklungswünschen besser gerecht werden. Dies kommt in internen Communities stärker zum Tragen, als es vielleicht in starren Hierarchien der Fall ist.

Gabriele Kottlorz:

Wir wollen unsere Leserinnen und Leser inspirieren, sich intensiver mit den großartigen Möglichkeiten aus dem Themenkomplex Zukunft der Arbeit zu beschäftigen. Dazu möchten wir den vielfältigen Ängsten und Befürchtungen entgegenwirken, die wir aus unserem Beratungsalltag kennen. Es ist nur allzu verständlich, dass Veränderungen mit Sorgen und Vorbehalten belegt sind. Der Mensch ist ja ein Gewohnheitstier. Rational spricht allerdings nichts gegen Transparenz, wenn alle Beteiligten über die nötige Kompetenz verfügen damit verantwortungsbewusst umgehen können. So lässt sich zunehmende Komplexität und höhere Taktung tatsächlich handhaben ohne die Menschlichkeit zu verlieren.

Das Buch „Erfolgsfaktor Mitarbeiterintelligenz“ ist ab sofort im Handel verfügbar. Die beiden Autoren stehen nach Absprache gerne für Interviews oder Fachbeiträge zur Verfügung.

Erhältlich bei amazon.de ([EMI Amazon](#)) oder direkt beim Midas Verlag ([EMI MIDAS](#))

Roland Panter / Gabriele Kottlorz
Erfolgsfaktor Mitarbeiterintelligenz
Die Weisheit des Unternehmens als Führungsstrategie
264 Seiten, , sFr. 44.00 | Euro 34.90
ISBN 978-3-907100-83-7 (Midas Management)

Pressekontakt:

Midas Management Verlag AG, Abt. Pressestelle, Dunantstrasse 3, CH 8044 Zürich
Tel 0041 44 242 61 02 / Fax 0041 44 242 61 05 / Mail: kontakt@midas.ch

Die Midas Verlagsgruppe hat ihren Sitz in Zürich und besteht aus den drei Verlagsbereichen Midas Computer (Fachbuch), Midas Management (Wirtschaftsbuch, Sachbuch) und Midas Collection (Fotografie, Kunst, Design).

Midas Verlag AG

Gregory Zäch

Dunantstrasse 3

8044 Zürich

0041 44 242 61 02

kontakt@midas.ch

<http://www.midas.ch>

Pressekontakt:

Midas Management Verlag AG

Gregory Zäch

Dunantstrasse 3

8044 Zürich

0041 44 242 61 02

kontakt@midas.ch

<http://www.midas.ch>