



Was Unternehmen charismatisch macht

Heutzutage entscheidet bei mittelständischen Unternehmen die Differenzierung in Gestalt von „angenehmer Andersartigkeit“ über Erfolg und Misserfolg. Die authentische Unternehmensführung sichert den Erfolg in anspruchsvollen Märkten.

Mittelständischen Unternehmen differenzieren sich in Gestalt von „angenehmer Andersartigkeit“. Selten können Sie sich einen Wettbewerb über den Preis leisten (was mittelfristig ebenso für große Unternehmen gilt). **Rabatte und Sparpolitik führen zu kurzfristigen Erfolgen, eignen sich jedoch nicht für ein langfristiges und gesundes Wachstum.** Hier wird die Attraktivität und die Emotionalität für den Kunden in Zukunft ausschlaggebend sein und damit letztlich die Frage, wie es Unternehmen gelingt, **durch eine charismatische Ausstrahlung die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu ziehen**, um Sieger im Wettbewerb zu bleiben oder zu werden.

Menschen, die durch Ihre Ausstrahlung und Persönlichkeit beeindruckend sind, werden als charismatisch empfunden. Das Charisma (oder auch „göttliche Gnadengabe“) entsteht bei Menschen durch eine Vielzahl von Eigenschaften und Fähigkeiten, **wobei jeder Mensch charismatisch sein kann, wenn er seine individuelle Persönlichkeit entfaltet und ausstrahlen lässt. Hierzu gehören Werte und Ziele, zusammen mit der Art und Weise, wie diese Werte und Ziele tatsächlich gelebt werden.** Eine Persönlichkeit strahlt dann aus, wenn sie sich ganzheitlich und authentisch weiterentwickelt. Im Übrigen strahlt jeder Mensch immer das aus, was in ihm ist und kann dabei nicht „nicht ausstrahlen“. Die wichtigste Frage jedoch ist, wie dieser Mensch wahrgenommen wird.

UnternehmensCharisma ist die Persönlichkeit eines Unternehmens

Ebenso wie bei Menschen verhält es sich bei Unternehmen. Der hier beschriebene neue Ansatz „UnternehmensCharisma“ hat das Ziel, auch ein Unternehmen als „Persönlichkeit“ wahr zu nehmen. **Dabei ist UnternehmensCharisma mehr, als nur gutes Marketing, effektive PR oder Corporate Identity. Es ist mehr als eine schöne äußere Erscheinung, ein verbindlicher Service oder attraktive Produkte. UnternehmensCharisma ist mehr als klare Visionen und Ziele und mehr als motivierte Mitarbeiter.** UnternehmensCharisma als „Ausstrahlung eines Unternehmens“ ist dies alles zusammen und noch viel mehr. Denn auch Unternehmen strahlen immer aus, zu jeder Zeit. Die Qualität dieser Ausstrahlung und die Empfindungen, die diese Qualität bei Mitarbeitern und Kunden verursacht, unterscheidet sich jedoch von Unternehmen zu Unternehmen und oft auch über die Zeit innerhalb eines einzelnen Unternehmens.

UnternehmensCharisma entsteht durch eine ganzheitliche und authentische Unternehmensführung

Bei der Frage, welche Faktoren bei der Ausstrahlung eines Unternehmens eine Rolle spielen, kann sich ein Unternehmen der Persönlichkeitsstruktur von Menschen bedienen. **Eine Möglichkeit, den Menschen als ein Ganzes zu beschreiben, kann mittels der Begriffe Seele, Körper, Gehirn und Herz erfolgen. Übertragen auf ein Unternehmen kann diese Betrachtung bei der ganzheitlichen Unternehmensführung helfen.**

(weiter auf nächster Seite)





Die Seele eines Unternehmens wird durch das Ziel- und Wertesystem geprägt. Visionär geführte Unternehmen haben schon allein dadurch einen großen Wettbewerbsvorteil, wenn sich die Mitarbeiter mit den Zielen und dem Sinn des Unternehmens identifizieren können und eingebunden werden (eine wichtige Voraussetzung für Motivation). Aber auch die gelebten Werte als Zeichen einer praktizierten Unternehmensethik werden in Zukunft eine bedeutende Rolle in der Wahrnehmung der Kunden spielen. Die fehlenden Werte einer rein materiell orientierten Welt, die vielfach am Beispiel des „Neuen Marktes“ beobachtet werden konnte, führten zu einer Vertrauenskrise, unter der unsere Wirtschaft heute leidet.

Ein entscheidender Vorteil ist, dass sich die Seele eines Unternehmens nicht kopieren lässt. Es braucht Jahre und oft Jahrzehnte, bis Werte und Visionen wie selbstverständlich in einem Unternehmen gelebt und vom Kunden wahrgenommen werden.

1. Das Herz

Mit dem Herzen eines Unternehmens verhält es sich ähnlich, denn gerade im stark zunehmenden Dienstleistungsgedanken wird branchenübergreifend deutlich, dass die Stimmung in einem Unternehmen zu einem der wichtigsten Unterscheidungsmerkmale wird. Der Kundenanspruch wird immer größer und nur durch begeisterte und motivierte Mitarbeiter können in Zukunft auch Kunden begeistert und motiviert werden. Dies ist eine große Herausforderung an die Führung eines Unternehmens, gerade in Zeiten schwindender Motivation und steigender Frustration. Das Herz eines Unternehmens beschreibt den Umgang eines Unternehmens mit seinen Mitarbeitern, Kunden und Partnern und somit die Kultur eines Unternehmens. Hier haben mittelständische Unternehmen einen strukturellen Vorteil gegenüber großen Konzernen, der jedoch noch weitaus zu wenig genutzt wird.

2. Das Gehirn

Das Gehirn eines Unternehmens steht für all die rationalen Leistungen und Managementfähigkeiten, aber auch für die Strategien, die Produkte, Entwicklungen und Innovationen, sowie die Fähigkeiten, die eigenen Leistungen auf dem Markt zu präsentieren. Unternehmen werden immer mehr zu geistigen Dienstleistern, die durch kluge Produkte und Marketingkonzepte die Aufmerksamkeit des Marktes gewinnen.

3. Der Körper

Auf diesem Weg wird deutlich, dass das Unternehmen der Zukunft nicht entweder innovativ, qualitativ, herzlich, zielorientiert, oder andersartig ist, sondern alle diese Faktoren zusammen im Fokus der Unternehmensführung behalten muss. Die Bedeutung von ganzheitlicher Unternehmensführung im Sinne von Unternehmenscharisma wird so zu einer zukunftsweisenden Herausforderung eines jeden Unternehmens. Gerade diese Ganzheitlichkeit wird über den zukünftigen Erfolg in immer anspruchsvoller werdenden Märkten entscheiden.

Dr. Cay von Fournier, Stockheim
<http://www.schmidtcolleg.de>

