



Gemeinsame Zielsetzung und Kreativität am Werk

Rebecca Wheatley

ist die Gründerin von Five Brand Communication und arbeitet mit Teams in Grossbritannien und der Schweiz um ihre Marken von innen heraus aufzubauen. Dabei werden die Fähigkeiten und die Kreativität der Mitarbeiter genutzt, um die persönliche mit der Markenidentität zu verbinden und so auf Personen fokussierte Kommunikationslösungen zu erstellen.

www.fivebrand.com

Wie man in "Spirituelle Intelligenz" nachlesen kann, definiert sich ein zielgerichtetes Unternehmen darin, dass es sich im Klaren darüber ist was ihm sein Humankapital bringt. Die Art und Weise in der Dr. Alberto Villoldo über diese Thematik spricht stimmt dabei vollkommen mit meinen eigenen Erfahrungen überein. Als Dienstleisterin arbeite ich mit Unternehmen zusammen um ihnen dabei zu helfen, auszudrücken wer sie sind und was dies für ihre Kunden und Mitarbeiter bedeutet.

Die zentralen Probleme und Fragestellungen in grossen Organisationen zu beobachten hilft uns dabei genauer zu verstehen, worauf es bei der Beziehung der Mitarbeiter zu ihrer täglichen Arbeit und zu den ihnen anvertrauten Aufgaben ankommt.

Für mich persönlich geht es dabei um die kleinen Massnahmen die wir ergreifen können um den Leuten dabei zu helfen, ihren Beitrag und die mögliche Rolle, die sie in ihrem Unternehmen spielen könnten, zu realisieren. Kreativität ist die am wenigsten genutzte Ressource in jeder Organisation, obwohl eine Unmenge davon vorhanden ist. Jeder Mensch ist kreativ. Es geht dabei nicht immer nur um neue Produktideen oder Marketingmethoden. Kreativität erstreckt sich vom Lösen finanzieller Probleme über die Wertschöpfungskette bis hin zur Art wie Sie mit Ihren Angestellten, Ihrem grössten Wettbewerbsvorteil, kommunizieren.

Das Problem, welches mir dabei immer wieder begegnet, ist ein Mangel an Verständnis für die Bedeutung der kleinen Anwendungen täglicher Kreativität. Zum Beispiel ein HR-Profi, der es wagt, mit Hilfe eines visuellen Stimmungsbords ein Bild des Engagements innerhalb einer Organisation zu zeichnen und den Führungskräften anhand dessen eine Lösung vorschlägt. Oder ein Rechtsanwalt, welcher mit kreativen Techniken eine Verbindung zum Kerngeschäft sowohl für zentrale als auch abgelegene Teams herstellt. Aber auch Vertriebsteams, welche die Stärke ihrer Kreativität bei Kundenverhandlungen erkennen, ihre Vision mit den Kunden teilen und ihnen echt und aufrichtig begegnen.

Es ist letztendlich eine Frage der Identität - den wenn wir nicht jeden Teil unserer Persönlichkeit, also auch unsere Kreativität, einsetzen können, sind wir nicht wir selbst. Wie können wir dann unsere Ziele erreichen und an einer glücklicheren und zufriedeneren Welt arbeiten? Die Chance, Kreativität nicht mehr nur als eine Gelegenheitsware zu sehen, ist riesig und wird völlig unterschätzt. Dabei spielt die Methodik, mit der sie eingesetzt wird, keine Rolle. Die Schlüsselbotschaft ist, dass wir eine gesündere und glücklichere Gesellschaft wären wenn alle einen Ort fänden, an dem sie bei der Arbeit sämtliche Aspekte ihrer Persönlichkeit einsetzen könnten. Dann könnten wir all diese verschwendete kreative Energie nutzen und den Fokus auf das richten, was für unsere Zukunft wirklich wichtig ist: die Verbesserung der Welt, in der wir leben - lokal oder global.

geHALTvoll

Fast jede und jeder kennt die Situation - eine Veränderung steht an. Im Arbeitsleben sind die Auslöser häufig eine berufliche 180 Grad -Wende, Technologiewandel, neue Wettbewerber, ein neuer Unternehmensstandort oder eine Nachfolgeregelung.

Gerade dann, wenn wir an solche Weggabungen kommen, ist die "richtige" Entscheidung essentiell. Dann sind gute Sparringpartner mit fundiertem Fachwissen, gezielte Weiterbildungen und der Austausch mit Menschen, die ähnliche Situationen bereits erfolgreich umgesetzt haben, sehr gefragt. Sie bereichern, geben Halt und im besten Fall Orientierung. Gebündelt unter einem Dach sind diese Aspekte oft in (Wirtschafts) Verbänden und Netzwerken anzutreffen.

Berufsfrauen, die in einem Veränderungsprozess stehen, haben die Auswahl unter verschiedenen Frauenwirtschaftsverbänden, die Ihnen vielseitige Möglichkeiten für Begegnungen auf Augenhöhe und inhaltlich anspruchsvolle Events zu Businesssthemen anbieten. Der Bogen spannt sich dabei von relevanten Faktoren für Startups über Strategien zur Geschäftsentwicklung bis hin zu Marketing Know-how. Für die Auswahl der "richtigen" Gruppierung spielt die Ausrichtung des jeweiligen Netzwerks eine grosse Rolle.

Zudem können Verbände, die vielfältige Kooperationen mit spezialisierten Institutionen pflegen, einen entscheidenden Mehrwert für ihre Mitglieder bieten. Über solche strategischen und ideellen Partnerschaften verfügt u.a. der Verband Frauenunternehmen, das einzige ausschliesslich auf Frauen mit eigener Firma oder selbständiger Tätigkeit ausgerichtete Netzwerk in der Schweiz. Aufgrund der guten Zusammenarbeit zwischen dem Verband und dem Startzentrum Zürich können die Jungunternehmerinnen unter den Mitgliedern z.B. eine kostenlose Startup-Beratung in Anspruch nehmen; oder - mit ein bisschen Glück - ihr Unternehmen kostenlos an der Startupfair präsentieren. Unternehmerinnen, die ihr Geschäft ausbauen wollen und dafür eine Finanzierung benötigen, profitieren von der guten Partnerschaft mit GO! Ziel selbständig. Und nicht zuletzt bietet auch die jährliche Jahrestagung eine Fülle neuer praxisbetonter Impulse für das unternehmerische Weiterkommen.

Es gibt also eine Fülle an wertvollen Unterstützungsstrukturen - nicht nur in Zeiten der Veränderung. Eine sorgfältige Auslese lohnt sich.

ÜBRIGENS: Die diesjährige Jahrestagung des Verbands Frauenunternehmen am 23.9. im Gottlieb Duttweiler Institute hat als Leitmotiv "Kurswechsel - Chancenblick". Informationen und Anmeldung unter:

www.frauenunternehmen.ch/jourfixe

Verband Frauenunternehmen

Im Verband Frauenunternehmen vernetzen sich Frauen mit eigener Firma und selbständig Erwerbende. Der Verband engagiert sich seit 1998 für das weibliche Unternehmertum und dessen stetig wachsende Bedeutung in der Schweiz. Seinen rund 2'000 Mitgliedern und InteressentInnen steht er mit Rat und Tat aktiv zur Seite. Ein breites Servicespektrum bietet den Mitgliedern nachhaltige Unterstützung für ihren unternehmerischen Erfolg. Zum Veranstaltungsangebot gehören die Jahrestagung im Spätherbst sowie regelmässig stattfindende Anlässe, die auf Begegnung und Erfahrungsaustausch fokussieren. Website, Social Media sowie gezielte elektronische News und Hintergrundberichte informieren regelmässig über unternehmerisch relevante Trends und Angebote.

www.frauenunternehmen.ch