

Strategische Kommunikation in hochkomplexen Systemen

Konzeptioneller Hintergrund einer ganz und gar nicht konzeptionellen Herangehensweise
- eine das Wissen weitende Sicht auf erfolgsrelevante Realitäten im Unternehmensalltag

Strategische Kommunikation

Gut zu wissen

Unternehmer!Beratung

Das heißt: Alle Berater sind erfahren als **Unternehmer**. Deshalb können und wollen wir die Kompetenzen der Unternehmer auch nur sinnvoll ergänzen. Wir wissen, was der Unternehmer benötigt, aber mehr noch, was er gar nicht gebrauchen kann.

Strategische Kommunikation

Unsere Spezialisierung ist die Strategische Kommunikation - ein **Führungsinstrument**, das aus vier **Erfolgswerkzeugen** für den Unternehmer und sein Unternehmen besteht. Die Erfolgswerkzeuge helfen dabei, persönliche und unternehmerische Ziele zu klären und diese entschlossen in die Tat umzusetzen – gegen allerhand Widerstände.

Alleinstellung

Wir unterscheiden in unserer (Mit)-Arbeit zur Unternehmensentwicklung vier Realitäten: **Rationale** Realitäten (Wissen), **Emotionale** Realitäten (Ahnen), **Mentale** Realitäten (Nichtwissen) und **Reale** Realitäten („keine Ahnung“). Daher können wir vor allem bei „unerklärlichen“ Problemen die Dinge anders beleuchten und auch ganz anders angehen.

Erfolgsversprechen

Wenn emotionale und mentale Aspekte im Unternehmensalltag ansprechbar werden, lassen sich **Sachprobleme** oft verblüffend schnell und einfach lösen.

Strategische Kommunikation

Wichtiger Hinweis

Die Arbeit mit dem Systembrett stellt in unserer Anwendungskonzeption **keine Familientherapie** dar - schon allein deshalb nicht, weil Unternehmen keine Familien sind!!

Sehr wohl ist es möglich, als Familie eine Firma zu führen – dafür gibt es viele wunderbare Beispiele. Niemals aber sollte eine Firma wie eine Familie geführt werden, auch dann nicht, wenn es sich um ein Familienunternehmen handelt.



Die Arbeit mit dem Systembrett Methodologisches

Die Arbeit mit dem Systembrett basiert auf systemisch-konstruktivistischen Kerngedanken. Unternehmen sind soziale Systeme, die aus komplexen Teilsystemen bestehen, wiederum mit Mitgliedern, die in hochkomplexen Beziehungen zu einander stehen – zu allererst zu sich selbst. Auf dem Systembrett – bei uns „Strategischer Sandkasten“ genannt - wird das Unternehmen vom Unternehmer so gestellt, wie es seinen Vorstellungen nach aktuell steht. So können wir gemeinsam sehen, wie es um ihn und sein Unternehmen „bestellt“ ist (Standort), wo es für ihn hingehen kann (Ziele) und wie und in welchen Schritten das gehen könnte (Wege, Maßnahmen).

- In jedem System gibt es einen Konstrukteur (Betrachter) und diverse Akteure (Teilnehmer), deren jeweilige Wahrnehmungen relativ abhängig sind von der Dynamik im System (Realitäten)
- Die Wirklichkeit eines System wird vom Konstrukteur bestimmt und gestaltet („erschaffen“)
- Die Akteure handeln nach eigenen Vorstellungen zum Wohle des Systems („gut gemeint“), solange der Konstrukteur alles Handeln/Lassen nicht aktiv steuert, begrenzt und sanktioniert
- Systemzustände werden von verschiedenen Akteuren unterschiedlich wahrgenommen
- Systeme verändern sich ständig: Verändert sich ein Teil des Systems, so verändern sich auch andere Teile und damit das gesamte System. Beobachtung allein verändert (Beraternutzen).
- Ein Problem ist ein zeit- und kontextabhängiges Konstrukt - des Konstrukteurs (?!)
- Probleme sind eine Art Einladung des System zur sinnfälligen Veränderung seiner selbst - zur Entwicklung, zum Lernen, zum Auffinden bzw. „ent“-decken des Eigenen (Weges)

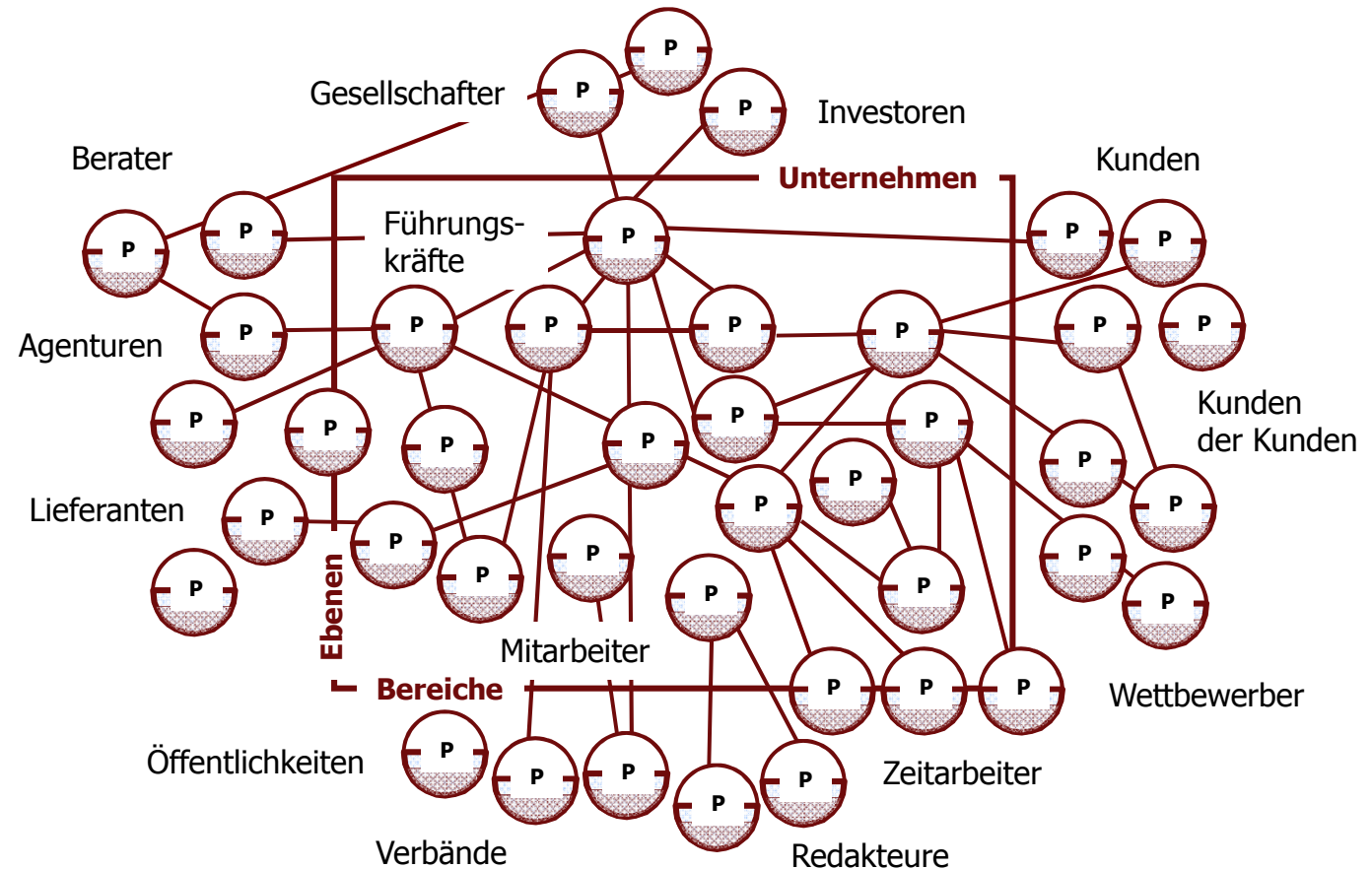
Strategische Kommunikation

„Strategische Kommunikation“ ist die Bezeichnung für bedarfsgerecht abgestimmte Beratungsleistungen mit dem Ziel, in mittelständischen Unternehmen erfolgswirksam zu kommunizieren (statt ertragskritisch).

Allem Beratungshandeln liegt die zentrale Annahme zugrunde, dass Unternehmen komplexe Gebilde sind - soziale Systeme -, die aus komplexen Einheiten bestehen (Bereiche, Ebenen) und in ihrer Ganzheit wiederum Teil eines noch komplexeren Gebildes sind (Markt). Im Mittelpunkt aller sozialen Systeme steht der Mensch und dessen unermessliche Komplexität – die für die Komplexität jedweder Systeme mitverantwortlich ist.

Vor diesem Hintergrund setzt Strategische Kommunikation natürlich beim Menschen an, zu allererst bei jenen, die Unternehmen – und damit soziale Systeme - gründen und zum Erfolg führen (müssen!), nicht selten ohne sich jemals damit beschäftigt zu haben, welche Dynamiken solche Systeme entwickeln (können), insbesondere wenn nicht klar ist, wie und woran diese sich entzünden und wie mit ihnen erfolgswirksam umgegangen werden kann.

Systemisches ...



... zum Staunen über die vielfältigen Verbindungen, Beziehungen und Bindungen.

Strategische Kommunikation

Die Arbeit mit dem Systembrett „Metastrategischer Sandkasten“

Die Vorbereitung: In Teilschritten langsam tiefer gehen

Erörterungen zur Unternehmerberatung, zum Produkt „Strategische Kommunikation“ (Strategie/Kommunikation), Einführung in die Realitäten (rational, emotional, mental, real) und in die Ansicht zur „Inneren Kommunikation“, später auch Ansicht zum Thema Strukturen

Problembeschreibung: Was fehlt? Fehler? Welche Folgen?

Warum sind Sie hier? Was bewegt Sie, sich eingehender mit Ihren Schwierigkeiten und Problemen Ihres Unternehmens zu beschäftigen? Haben Sie schon einmal darüber nachgedacht, ob und inwiefern Sie selbst Teil des Problems sein könnten? Sind Sie dazu bereit?

IST-Stellen: Sehen wie es steht - „bestellt ist“ (Raum)

Wählen Sie sich eine Figur, spontan, die Sie selbst repräsentiert; wählen Sie andere Personen und andere Gegenständlichkeiten (in Moderation), Spiegeln, was gestellt wurde, aufmerksam machen auf besondere Stellungen, Klärungen zu den sich daraus ergebenden Emotionen, Bedeutungen und Deutungen im systemisch-analytischen Raum des Unternehmens.

ZIEL-Stellen: Entwicklungen im meta-strategischen Sandkasten

Was soll/muss sich ändern? Wie kann das gehen? Welche Schritte sind zu setzen, in welcher Reihenfolge? Was, was es anders ist? Für wen ist das gut? Für wen könnte das schwierig sein? Woran würde man merken, dass die Probleme gelöst sind?

Handlungsansatz: Auftragsklärung und weiteres Vorgehen

Strategische Kommunikation

Alles eine Frage richtiger Fragen

Bewusstes Führen fragt, unbewusstes weiß alles (besser).

Zum Befinden: Persönliche Positionen

Wie empfinden Sie im Moment Ihr Lebensgefühl? (Skala von 1 bis 10)

Zum Umfeld: Operative Führung und Mitarbeiter

Wenn das Problem so stark ist wie heute, wer leidet dann am meisten darunter? Wer noch?

Zur IST-Stellung: Sehen Sie, wie es steht?

Wie würde der Vertriebsleiter das Problem beschreiben? Ihre Sekretärin? Ihre Frau?

Zum Perspektivwechsel: Wie werden es Andere sehen

Wie würde der Vertriebsleiter das Problem beschreiben? Ihre Sekretärin? Ihre Frau?

Zu Widerständen: Was hindert an der Einsicht

Wer behindert? Wer blockiert? Wer kann was nicht sehen?

Zum Positiven: Was ließe sich entdecken

Wie könnten Sie/Andere stattdessen sein? Was würden Sie lieber tun?

Zu Lösungen: Was wäre wenn

Woran wäre zu erkennen, dass sich das Problem in Richtung Lösung verändert?– gelöst ist?

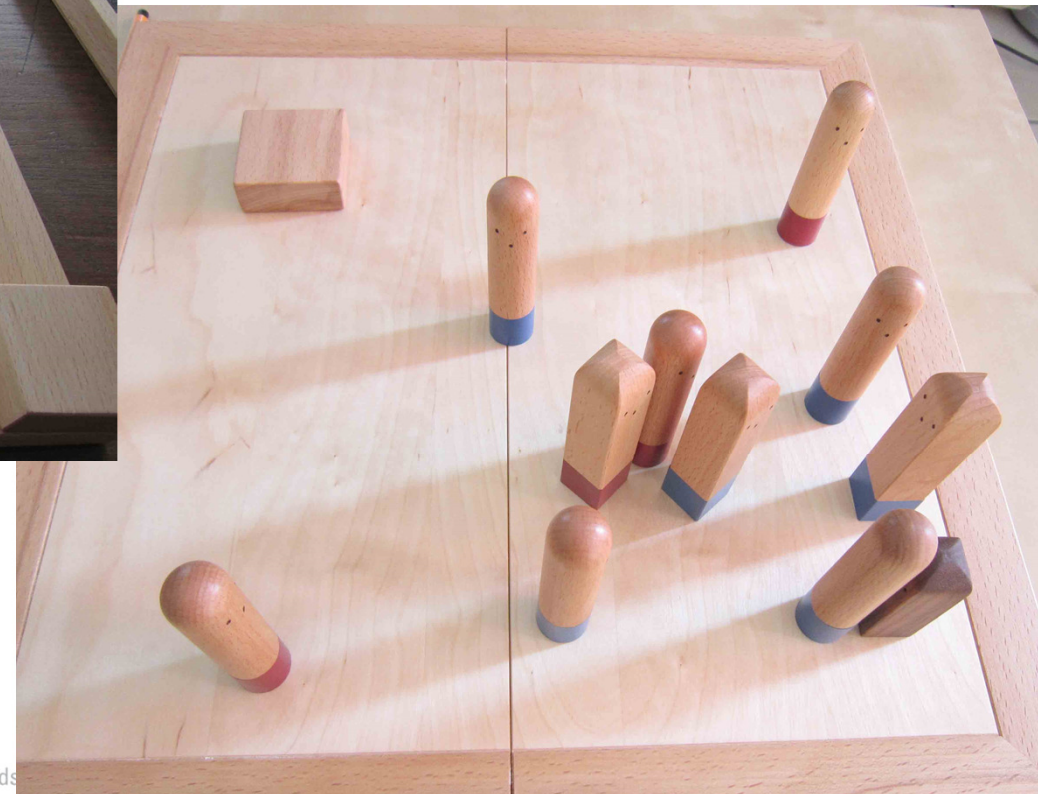
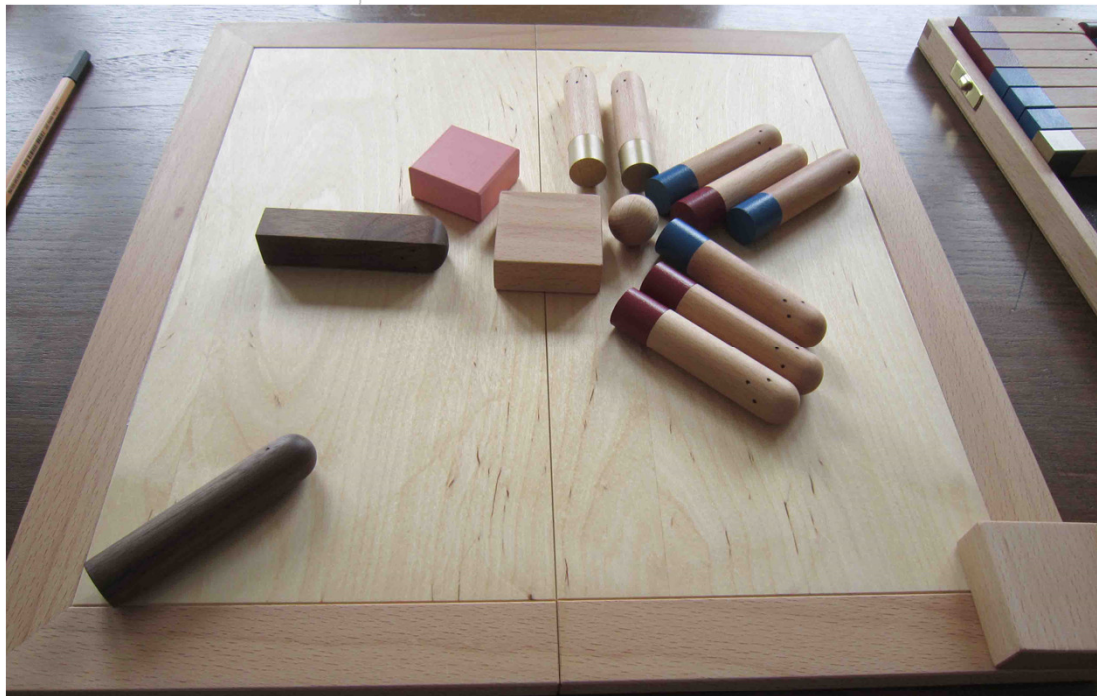
Zum möglichen Wunder: Nur mal angenommen

Heute noch geschieht ein Wunder. Woran würden Sie das erkennen? Und die Anderen?

Strategische Kommunikation

Die Arbeit als Erkenntnisprozess

„Ah, so sieht ´s also aus – na dann ist es ja kein Wunder“



[illegible]

1. Schritt:
HT klärt sein eigenes Wollen,
fasst sich sein Herz und legt es in
die Waagschale der Auseinander-
setzung mit RS, ihn anzuhalten,
sich professionell und verant-
wortlich zu verhalten, allem
voran in Hinsicht auf Arbeitszeit
und Effizienzentwicklung der
AURA AG

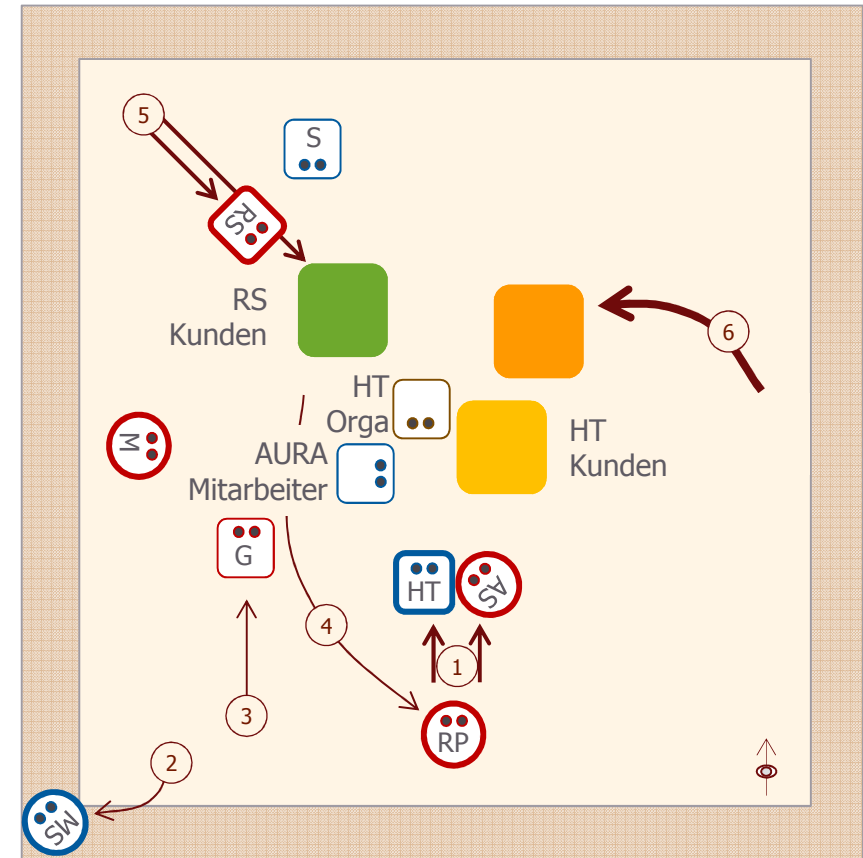
2. Schritt:
Dadurch kann MS ohne Schaden gehen, G einen Schritt nach vorn machen, mehr in die Nähe der Mitarbeiter.

3. Schritt:

RP zieht sein Beratungsangebot zurück geht aus dem Feld und rückt in den Hintergrund von HT. Damit wird der Weg für RS frei, nunmehr seine Schritte auf die AURA zu machen – im Sinne des mit HT Besprochenen

4. Schritt:
Die AURA kann sich nun endlich entwickeln aus der – auch für die Orga von HT – bedrohlichen „Randlage und-größe“, was wesentlich zur Stabilisierung des Rhythmus und der Rahmenbedingungen für den gemeinsamen Erfolg beitragen wird.

5. Schritt: weitere Effekte



Durch die strategischen Maßnahmen wird Klärung herbei geführt und Normalität im Arbeitsalltag der AURA

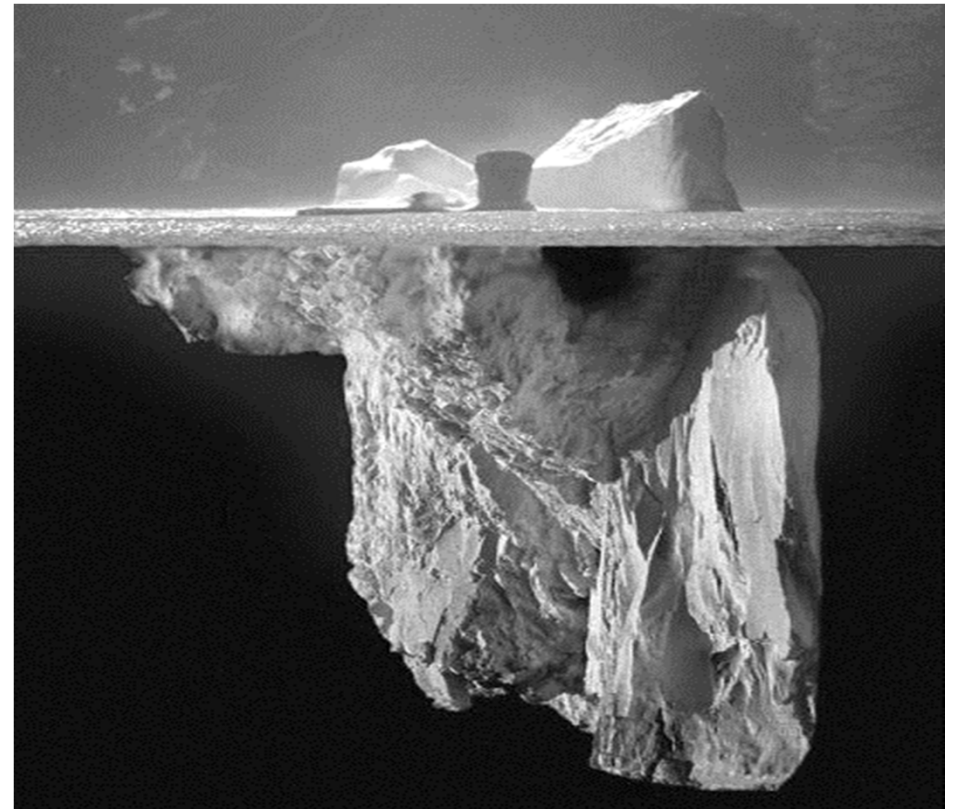
Strategische Kommunikation

Eine Analogie - für tiefer Gehendes



Das ist etwas anderes ...

... als das!!



Ohne weitere Worte

Strategische Kommunikation

Auswahl Referenzkunden



Kaufmann (1972 – 1979)
Ausbildung und erste Berufserfahrungen
(Versicherungsaußendienst)

Zweiter Bildungsweg (1979 – 1989)
Sonderbegabtenprüfung Kultusministerium Schleswig-Holstein / Kiel,
Psychologiestudium Christian-Albrechts-Universität / Kiel

Systemisch-Analytische Ausbildung (1981 – 1996)
u.a. Intern. Arbeitsgemeinschaft für Gruppenpsychoanalyse IAGG / Bonn, Wien

Unternehmer (1985 – 1990)
Mitgründung und erfolgreiche Entwicklung bkt Computer GmbH / Kiel
Geschäftsführer Marketing/Vertrieb

„Konzern-Erfahrungen“ (1991 – 1999)
Leitende Positionen im Konzern, in namhaften Werbeagenturen und
Beratungsgesellschaften

Selbständig als Unternehmerberater (seit 2000)
Mit Leib und Seele für den Erfolg im Mittelstand

