

Wenn die Menschen wachsen, wächst auch das Unternehmen – OBI-Gründer Manfred Maus auf der Mandat-Telekonferenz „Dimensionen des Wachstums“

Dortmund, 15. März 2010

Der wichtigste Hebel für nachhaltiges Wachstum sei der Mensch. Wenn er nur einen einzigen Hebel für Wachstum einsetzen könne, antwortete der Erfinder des Baumarkts: „Die Menschen einbeziehen – um gemeinsam Wachstum zu generieren.“

Mehr als 150 registrierte Teilnehmer konnten den OBI-Gründer hautnah erleben – am Telefon. Die Dortmunder Mandat Managementberatung initiierte diese neue Form des Know-how- und Erfahrungsaustauschs rund das Thema Wachstum im vergangenen Jahr. Unter dem Leitmotto „Ethik: Wachstum & Verantwortung“ sprach Dr. Guido Quelle, Geschäftsführender Gesellschafter der Mandat Managementberatung, am vergangenen Montag mit Manfred Maus.

Die Voraussetzungen für Wachstum – auch in schwierigen Zeiten – sieht Maus zum einen in der Definition von Produkten und Dienstleistungen, die einen konkreten Nutzen stiften. Zum anderen müsse man nah am Kunden sein, um Wandel in den Märkten rechtzeitig zu erkennen und unternehmerisch zu nutzen. Dreh- und Angelpunkt seien aber die Menschen: „Profitabel zu wachsen bedeutet heute, dass wir ein Unternehmen kontinuierlich aufbauen, das von Menschen akzeptiert wird und das Menschen motiviert.“

Wachstum kann man nicht anordnen

Ein aufgezwungener Befehl zum Wachstum funktioniere nicht, so Maus. „Sie können Menschen nicht mit Druck motivieren.“ Krankheiten wie Depressionen werden durch falsches Führungsverhalten maßgeblich gefördert. Spitzenleistungen in Unternehmen seien aber nur mit gesunden Menschen möglich. „Vielmehr müssen die Menschen, in dem, was sie tun, einen Sinn erkennen. Das ist die Aufgabe eines guten Managers: Er muss in der Arbeit Sinn vermitteln. Nur dadurch kommt die Motivation zustande.“

Die aktuellen Probleme Toyotas führt Maus darauf zurück, dass der Konzern unkontrolliert schnell gewachsen sei. Man habe die Menschen nicht mitgenommen in dem Bestreben, General Motors zu überholen. Sinnvolle Veränderungen in der eigenen Organisation seien nur organisch gesund umsetzbar. Eine Dialogkultur des Managements mit den Eigentümern leiste hier wichtige Überzeugungsarbeit, unterlegt mit klaren Messwerten aus dem Markt, zu Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit.

Werte müssen gelebt werden – auf allen Ebenen

Ausgangspunkt für eine Wertekultur im Unternehmen sei der Aufbau von Leitbildern. Werte müssten gemeinsam entwickelt und auf allen Ebenen vorgelebt und gelebt werden. Konsequenz und Disziplin sieht Maus als die wesentlichsten Werte überhaupt an. Guido Quelle und Manfred Maus sind auch die sogenannten kleinen Tugenden wichtig. Quelle bringt es auf den Punkt: „Wenn der Chef Pünktlichkeit einfordert, muss er sie auch selbst erbringen.“

Manfred Maus setzte noch einen drauf: „Bei OBI hatten wir eine klare Unternehmenspolitik. Wenn in Führungspositionen Menschen tätig sind, die unsere Werte, unsere Kultur nicht überzeugend mitgetragen haben, haben wir uns getrennt.“

Motivation und Innovation fördern Wachstum

Maus habe mit dem Postulat „Menschen mit der richtigen Einstellung an die richtige Arbeit bekommen“ enorm gute Erfahrungen gemacht. Bereits beim Einstieg müsse darauf geachtet

werden, welche Stärken und welche Schwächen ein Mitarbeiter mitbringt. OBI fördere die Stärken – im Unterschied zu vielen anderen Unternehmen, in denen man sich auf die Beseitigung etwaiger Schwächen konzentriere. Stärken verstärken fördere die Motivation und letztlich den Erfolg. Eine echte Innovationskultur tue ein Übriges, in der jeder Mitarbeiter für Innovationen verantwortlich sei, nicht nur die Unternehmensspitze. Man müsse offen sein für neue Ideen auf allen Ebenen, Freiraum schaffen für deren Diskussion – und auch Freizeit achten, denn die meisten Ideen entstünden nicht am Arbeitsplatz.

Es zahlt sich auch monetär aus, Werte zu leben

Studien u.a. aus der Schweiz zeigen: Werte-orientiert geführte Unternehmen sind bis in die Bilanz hinein erfolgreicher und weisen eine höhere Kapitalverzinsung auf.

Die nächste Telekonferenz findet am 12. April 2010 statt zum Thema „Turnaround – wenn, dann richtig“ (Informationen zur Anmeldung unter www.mandat.de).

Abdruck/Verwendung rechtfrei unter Hinweis auf Mandat-Telekonferenzreihe.

Mitschnitt der 2. Mandat-Telekonferenz zur Verwendung als journalistische Quelle erhältlich (Veröffentlichung von Tonmaterial nicht gestattet)

Die Dortmunder Mandat Managementberatung bietet unter dem diesjährigen Titel „Dimensionen des Wachstums“ eine zehnteilige Telekonferenz-Serie an. Die monatlichen, einstündigen Impulsvorträge und Interviews am Telefon richten sich an Unternehmer, Vorstände, Geschäftsführer und seniorige Führungskräfte. Vortragsteile wechseln mit interaktiven Phasen.

Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Berater, Autor, Redner und Experte für profitables Wachstum unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum zu trimmen. Dr. Quelle ist als erster Europäer Mitglied der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und als einziger europäischer Berater Mitglied des Million Dollar Consulting Clubs.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit über 20 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 100 deutschen und multinationalen Klienten gehören ANZAG, Deutsche Post, DHL, Hornbach, Mercedes-Benz, Volkswagen oder die Erasmus Universität Rotterdam sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen.

Pressekontakt:

Mandat Managementberatung GmbH
Dr. Guido Quelle
Emil-Figge-Straße 80
D-44227 Dortmund

Tel: +49 231 9742390
Fax: +49 231 9742389
guido.quelle@mandat.de
www.mandat.de

