LEITARTIKEL

Beil, Skalpell oder doch Aromatherapie?

Immerhin nimmt die Fed die Krise nicht als gottgegeben hin

HANS MOSTBAUER
hans.mostbauer@wirtschaftsblatt.at

BEOBACHTET

Sparen am falschen Ort

ANNA LEITNER
anna.leitner@wirtschaftsblatt.at

GASTKOMMENTAR

Anleitung für den Umgang mit Blendern

Selten eignet sich ein Thema so sehr für nachhaltigen Misserfolg im Unternehmen wie die Verblendung. Die „Anleitung zum Umgang mit Blendern" garantiert Ihnen bei konsequenter Befolgung herausragende Ergebnisse. Die Arbeit mit Unternehmensverblendern will durchdacht sein und bedarf intensiver Planung. Folgende fünf Schritte führen zuverlässig zur „betrieblichen Unternehmensverblendung": Ändern Sie einfach Ihre Sicht der Dinge.

Schritt eins. Sehen Sie das Auftreten und Arbeiten eines Unternehmensverblenders als das, was es wirklich ist: eine Show. Stilvolle Gewänder und besondere Artikulation sind sein Markenzeichen. Accessoires aus der Schauspielszene wie Halstücher und die Verwendung besonderer Rauchwaren geben Ihnen die Sicherheit, ein Original vor sich zu haben. Berufsjugendliche mittleren Alters im Outfit von 18-Jährigen verpassen Ihrem Unternehmen Dynamik. Abgehobenheit im Dreiteiler mit sensationellen Spesen und Flügen erster Klasse bringt Seriosität in Ihre Organisation.

Schritt zwei. Sehen Sie den Unternehmensverblender als das, was er wirklich ist: ein Überbringer schmeichelhafter Nachrichten. Lauschen Sie seinen Ausführungen über künftige Gewinne, positive Entwicklungen und besondere Konzepte. Vertrauen Sie darauf, dass er diese Konzepte niemals vorlegen oder umsetzen wird, da seine Genialität sich weder zu Papier bringen lässt noch von anderen verstanden wird. Der professionelle Verblender wird sich hüten, seine Leistungen sichtbar zu machen, denn wie soll man Genialität, Inspiration und Durchsetzungskraft messen? Stundenlang schildert er mit überzeugender Selbstsicherheit, wie sich dank seines Einsatzes alles

Colourbox

Jeder Betrieb braucht einen Visionär – der Umgang mit ihm will aber gelernt sein

prächtig entwickeln wird. Ein Top-Verblender wirft mit Forderungen und Ankündigungen um sich. Ignorieren Sie Planlosigkeit und Chaos in der Vorgehensweise oder permanentes Aussprechen von Binsenweisheiten („Wir müssen mehr Umsatz machen", „Die Verkaufszahlen müssen hinauf", „Die Kosten müssen runter" etc.). Gefordert und beschrieben wird das Ergebnis, vermieden wird der Verweis darauf, wie es zustande kommen soll. Sollten Ihnen jemals Zweifel an der Sinnhaftigkeit kommen, gewöhnen Sie sich an den Umstand, dass Sie offensichtlich nicht über die notwendigen intellektuellen Fähigkeiten und besonderen Einblicke verfügen, die es braucht, um den grandiosen Ausführungen Ihres Verblenders folgen zu können. Kritische Fragen sind ein Zeichen von Schwäche und Kleingeist und daher nicht erwünscht.

Schritt drei. Sehen Sie die Kosten für einen Unternehmensverblender als das, was sie wirklich sind: eine Kleinigkeit im Verhältnis zu seinen Leistungen. Solche Leute sind nach eigenen Aussagen unbezahlbar. Sie hätten die Arbeit gar nicht nötig, sondern leisten sie um der Freude am Auftrag willen. Arbeitsverträge werden stets auf lange Zeit abgeschlossen mit dem Hinweis, dass die Umsetzung der außerordentlichen Konzepte viel Zeit in Anspruch nehme und man sie vorher nicht stoppen dürfe. Routinierte Verblender sind Weltmeister im Produzieren enormer Spesen. Die besten verrechnen Leistungen, die sie niemals erbracht haben. Hier lässt sich erahnen, welch unglaubliche Genialität in ihnen steckt.

Schritt vier. Sehen Sie den Blick auf die Referenzen des Unternehmensverblenders als das, was es wirklich ist: Zeitverschwendung. Achten Sie nicht auf geleistete Ergebnisse, sondern lauschen Sie den süßen Worten von Erfolg und Ruhm. Beachten Sie, dass an Negativergebnissen stets andere Schuld tragen, niemals der Verblender selbst. Gehen Sie davon aus, dass er bei Misserfolgen niemals die Verantwortung übernimmt, aber umgehend einen Schuldigen für Sie ausmachen kann.

Schritt fünf. Sehen Sie sich selbst als das, was sie wirklich sind: einfach genial. Niemals dürfen Sie vergessen, dass der sicherste Weg zur Unternehmensverblendung über Ihr Selbstverständnis als Führungskraft führt. Vertrauen Sie keinesfalls Ihren eigenen Fähigkeiten, sondern freuen Sie sich auf das, was Ihnen verheißen wird und vermeiden Sie kritische Fragen. So bleiben sie nachhaltig in Erinnerung.

IHRE MEINUNG AN:
ISABELL WIDEK
isabell.widek@wirtschaftsblatt.at

CHRISTIAN PONGRATZ
Consulting und Trainer von durchdacht.cc

Wirtschafts Blatt
Medieneigentümer, Herausgeber und Verleger: WirtschaftsBlatt Verlag AG, Geiselbergstraße 15, 1110 Wien, Tel: 01/60117-0. Vorstand: Dr. Hans Gasser (Vorsitz), Dr. Wolfgang Unterhuber. REDAKTION: DW 305, Fax: 259, Chefredakteur: Dr. Wolfgang Unterhuber, Stv. Chefredakteurin: Dr. Esther Mitterstieler. ANZEIGEN – DW 200, Fax 363. VERTRIEB - Leitung: Regina Giller (Prok.), Vertrieb/Aboservice: 01/51414-79, Fax 01/51414-71. Druckunterlagenübermittlung: anzprod@wirtschaftsblatt.at. Hersteller: Druck Styria GmbH & Co KG, Graz. Einzelhandelsvertrieb: Morawa Pressevertrieb GmbH & Co. KG, Wien. Mailadressen: redaktion@wirtschaftsblatt.at (Redaktion), fotoredaktion@wirtschaftsblatt.at (Fotoredaktion), irc@wirtschaftsblatt.at (Info Research Center), anzeigen@wirtschaftsblatt.at (Anzeigenabteilung), abo@wirtschaftsblatt.at (Abonnentenservice), archiv@wirtschaftsblatt.at (Archiv-Service). Bankverbindung: BA-CA 094944022/00, BLZ 12000. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Grafiken keine Gewähr. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten. Gerichtsstand ist Wien. Preise: Einzelpreis: Montag bis Freitag € 2,00, Jahresabo: € 385,00, monatliche Zahlung: € 34,90, 2-Monate-Start-Abo: € 19,50, Studentenabo: € 223,00, Bezugsabmeldung unter Einhaltung einer 4-wöchigen Kündigungsfrist jederzeit möglich.
Mitglied der Media-Analyse, LAE und ÖWA - ÖAK-geprüfte Auflage. Internet: www.wirtschaftsblatt.at