

Schluss mit dem Methoden-Wahn

Neue Strategien bringen oft nicht den gewünschten Erfolg, und meist ist man selbst schuld daran.

••• Von Britta Biron

HAAN. Mode und Management sind auf den ersten Blick zwei komplett verschiedene „Paar Schuhe“, in einem Punkt zeigen sich allerdings große Ähnlichkeiten: Ständig gibt es neue Trends. Für Fashionistas lauten die Schlagworte derzeit etwa 80er-Jahre-Opulenz, Western-Style und Radlerhosen (!), für Manager Agilität, Design Thinking, Holocracy, Beyond Budgeting oder Working out Loud.

Mehr Souveränität ...

In der Hoffnung, dass der neue Trend den versprochenen Erfolg bringt – Schönheit & Glück bzw. Wettbewerbsfähigkeit, motivierte Mitarbeiter, zufriedene Kunden und hohe Gewinne –, werden dann Shoppingtours unternommen bzw. die Organisationsstrukturen geändert und Berater engagiert. Der anfänglichen Euphorie folgt meist bald die Ernüchterung: keine Sensationen in Sicht.

Was nun? Einfach auf den nächsten Trend setzen und hoffen, dass der jetzt alle Probleme löst?

„

Unternehmen müssen sich verändern, aber nicht, indem jedes Jahr wieder eine neue Methoden-Sau durch das Managementdorf getrieben wird.

Sabine Dietrich
Unternehmensberaterin



„Lieber nicht“, meint die Unternehmensberaterin Sabine Dietrich. „Ich habe gesehen, welchen Aufruhr immer neue Managementmethoden in allen Etagen erzeugen und wie viele Menschen sie in Atem halten. Vor allem habe ich beobachtet, welchen enormen Flurschaden sie hinterlassen.“

Statt notwendigen Änderungen im Zuge von Digitalisierung, Globalisierung & Co mit immer neuen Methoden begegnen zu wollen, plädiert sie für mehr Souveränität und dafür, genauer hinzusehen. Oft steckt hinter neuen Trends nämlich Altbekanntes.



Fachliteratur

Das Buch von Unternehmensberaterin Sabine Dietrich ist ein unkonventioneller Führer durch den Dschungel der Managementbibeln.

„Nehmen Sie zum Beispiel Agiles Projektmanagement“, nennt sie ein Beispiel. „Das bietet in der Softwareentwicklung enorme Vorteile, stellt allerdings auch hohe Anforderungen an die Organisation. Oft wird agil auf wenige Elemente reduziert, die es bei genauer Betrachtung so schon immer gab – iteratives Arbeiten etwa im klassischen Product Management. Und die institutionalisierte Kommunikation mit sogenannten Dailies trägt dem Erfolgsfaktor Rechnung, den erfahrene Projektleiter auch bisher zum Beispiel mit täglichen Kurzmeetings, umgesetzt haben.“

Problematisch werde es immer dann, wenn ein neues Management-Tool zum Allheilmittel erklärt und unreflektiert übernommen wird – unabhängig von der zu lösenden Herausforderung, den Unternehmenswerten oder auch der Unternehmenskultur. „Wenn ein Betrieb beispielsweise bisher nach Gutsherren-Art geführt wurde und die ganze Belegschaft plötzlich selbstorganisiert arbeiten soll, kann das nur zum Scheitern verdammt sein.“

... und Selbstreflektion

In ihrem Buch „Jedes Jahr eine neue Sau“ (erschienen im Wiley-Verlag, ISBN 978-3-527-50971-3) analysiert Dietrich provokant und differenziert die Gründe für die Jagd nach immer neuen Managementstrategien, zeigt anhand von Beispiele aus der Praxis, wie schnell man sich dabei verrennen kann und bietet dem Leser Impulse und konkrete Lösungen für einen souveränen Weg zur Veränderung und eigenen nachhaltigen Strategien. – anwendbar für Unternehmen jeglicher Branche und Größe.

“