

KRISE: Ein Lackmustest für Führungspersönlichkeiten



©Gordelik

VERNETZT MIT IRIS GORDELIK

Inhaberin, GORDELIK Executive Search & Networking

Typische Stellenanzeige: „Gesucht wird eine Führungspersönlichkeit die verantwortungsbewusst, belastbar, eigeninitiativ, konflikt- und teamfähig, entscheidungsfreudig, kommunikationsstark und integer ist.“ Um herauszufinden, ob der Bewerber diese Eigenschaften auch mitbringt, legen sich die Personaler und Vorgesetzten dann mächtig ins Zeug – mit psychologisch gewieften Fragen, mit ACs (Assessment Center), mit diagnostischen Tests oder auch ganz modern etwa mit Escape Rooms. Im besten Fall bestätigen alle Tests die geforderten Eigenschaften und man hat den Job. Tja, und dann kommt eine Krise. Aktuell durch Corona ausgelöst. Und in der Krise zeigen sich plötzlich einige Führungskräfte – und damit Unternehmen, denn die werden von Führungskräften gelenkt! – von einer ganz anderen Seite.

”

„Wie gut kennen wir unsere Führungskräfte wirklich? Haben wir, Unternehmenschefs, Personalchefs und Personalberater, denn bisher den richtigen Menschen unsere Budgets, unsere Mitarbeiter und unser Firmenimage vertrauensvoll in die Hände gegeben?“

Da zeigt sich Egoismus fürs Selbstwohl statt sozialer Verantwortung (Adidas, H&M, Deichmann u.v.m. stellen Mietzahlungen ein). Statt Integrität erlebe ich Unternehmen, die ihre Kunden im Regen stehen lassen und Hotlines nicht besetzen (die Mitarbeiter wurden in Kurzarbeit geschickt). Und eigeninitiativ werden Verantwortliche mit Nachdruck dort, wo es eigene Außenstände einzutreiben gilt – Rechnungen von Lieferanten werden jedoch ausdrücklich nicht bezahlt. Da erlebe ich Chefs, die es nicht schaffen, unter Zeitdruck 2.000 Call Center Agenten ins Homeoffice zu bringen (und es gibt reichlich Beispiele dafür, dass es geht!!!), und Top-Manager, die wie paralysiert auf das Ende der Krise warten. Und nicht zu vergessen, die Aluhutträger und Verschwörungstheoretiker, Führungskräfte, die sich selbst in den sozialen Medien geoutet haben und unzählige Posts mit einer Wortwahl, die den Begriff „Kommunikationsstärke“ in eine völlig neue Dimension heben.

Ich weiß ja nicht, wie es Ihnen damit geht. Aber ich frage mich seit Wochen – ganz besonders als Personalberaterin: Wie gut kennen wir unsere Führungskräfte wirklich? Haben wir Unternehmenschefs, Personalchefs und Personalberater, denn bisher den richtigen Menschen unsere Budgets, unsere Mitarbeiter und unser Firmenimage vertrauensvoll in die Hände gegeben? Haben wir uns in guten Zeiten nur auf Schönwetter-Manager-/innen eingelassen? Haben wir die Bedeutung von Charaktereigenschaften in den Führungsetagen überhaupt jemals als wichtig eingestuft? In seinem Buch „Return on Character: The Real Reason Leaders and Their Companies Win“ ist der promovierte Psychologe Fred Kiel davon überzeugt, dass der Charakter von Führungskräften sich auf die Unternehmensergebnisse auswirkt. Bis zu 30 % könne das ausmachen. Und: „Wer die alte Garde rauswirft und eine andere Führung etabliert, gewinnt messbar Kunden hinzu.“ Zugegeben eine gewagte These und in seinen Beispielen rechnet er dann auch eher mit den Großen, also DAX & Co., ab. Mit Spannung beobachte und spreche ich diese Tage sehr viel mit verantwortlichen Führungskräften aus der Customer Management-Branche. Und ich erlebe, dass sich erfreulich viele hochgradig anständig in der Krise verhalten. Also gemessen an der Gesamtwirtschaft dürfen wir uns echt einmal auf die Schulter klopfen. Doch egal ob für Positiv-



→ oder Negativbeispiel: Am Ende bin ich überzeugt, dass der Charakter von Führungskräften darüber entscheidet, wie Unternehmen in der aktuellen Krise dastehen.

Nun gibt es in der Wissenschaft und der Psychologie verschiedene Ansätze darüber, was Charakter überhaupt ist und was ihn ausmacht. Der Begriff kommt aus dem Altgriechischen und bedeutet ursprünglich „Prägestempel“. Aristoteles entwickelte ein erstes Charakterkonzept, in dem er feststellte, dass der Mensch, um gut und glücklich zu leben, Tugenden besitzen müsse. Dazu zählten für ihn die drei platonischen (Aristoteles war Schüler Platons) Tugenden „Tapferkeit, Besonnenheit und Gerechtigkeit und darüber hinaus Freigiebigkeit und Wahrhaftigkeit“. Im Laufe der Geschichte und Religionen haben sich die folgenden vier als Kardinaltugenden manifestiert: Klugheit – Gerechtigkeit - Tapferkeit - Mäßigung. Und eben diese (historischen) Tugenden gelten heute in Leitbildern von Unternehmen als bindende Norm für Mitarbeiter und im Umgang mit Kunden. In Verfassungen von Nationen, aus denen sich gültiges Recht und Gesetze entwickeln. In moralischen Leitsätzen für die Erziehung von Kindern und Jugendlichen. Als Bewertung sogenannter Softskills in Schulen, der Personalführung und -entwicklung etwa als präferierte Charakterstärken in diagnostischen Tests. Und in der öffentlichen Diskussion über die Leitkultur.

Mehr denn je sollten wir uns dieser Tugenden wieder bewusstwerden, sie leben und fühlen. In jeder Krise steckt auch eine Chance. Und ob wir sie ergreifen und in und auch nach der Krise die Bedeutung des Charakters einer Führungskraft als elementar für den Unternehmenserfolg einstufen, ist ein Lackmустest für uns alle. Gerade jetzt, wo ich meine Gedanken niederschreibe, überlege ich die Headline zu ändern in „Krise: Ein Lackmустest für die ganze Welt.“ Oder wir fangen ganz im Kleinen an: „Krise: Ein Lackmустest für mich selbst.“ Immer häufiger rufe ich zum Beispiel Leute an, mit denen ich vielleicht nicht ganz so regelmäßig im Kontakt bin und frage nach der Begrüßung „Wie geht es Ihnen?“. Noch Anfang des Jahres wäre die Reaktion vermutlich gewesen „Ja, danke sehr gut. Was kann ich denn für Sie tun?“. Heute ist die Reaktion eine andere. Jeder, ausnahmslos jeder nimmt die Frage ernst. Und wir reden. Respektvoll, interessiert, demütig. Ein perfekter Moment, um die oben genannten Tugenden zu fühlen. Probieren Sie es doch einfach mal aus.

AUTOR: IRIS GORDELIK



Vorankündigung vernetzt! 22

Das Thema Tugenden hat unsere Redaktion sehr gefesselt. Daher arbeiten wir bereits für die vernetzt! September-Ausgabe an genau diesem Thema. Schreiben Sie mir gern an gordelik@gordelik.de oder besuchen Sie uns auf www.vernetzt-magazin.de, um sich auf dem Laufenden zu halten.

Fordern Sie das Magazin vernetzt! an – das Magazin für Customer Management Executives.

GORDELIK Executive Search & Networking
 Tel: +49 170 9601210
gordelik@gordelik.de
www.gordelik.de
www.vernetzt-magazin.de

Sie bekommen vernetzt! Noch nicht?
 Dann melden Sie sich doch bitte bei mir
 unter gordelik@gordelik.de