

#WASZUSAGENHABEN

Aushalten. Nicht Stillhalten.



VON ISABELLE SAILER*

Aushalten. Eine Fähigkeit, die unscheinbar und bescheiden tönt – aber in Phasen des Wandels so unglaublich kraftvoll ist. Unabhängig davon, wie stark oder gering kollaborative und agile Methoden zur Anwendung kommen.

KOMMT IHNEN DAS BEKANNT VOR?

Sie haben sich als Initiator/-In einer Idee über lange Zeit mit Ihrem Thema befasst, akribische Analysearbeit geleistet und alle Pros und Kontras abgewogen. Vielleicht alleine, vielleicht in der Gruppe. Sie sind sich auf jeden Fall sicher, dass das Ding zum Fliegen kommt.

«Nur noch den Launch über die Runden bringen», rufen Sie sich und Ihrem Team aufmunternd zu.

«MEINE NERVEN!»

Jetzt geht «Ihr Baby» live und muss sich dem Praxis- und Realitätscheck stellen. Die Begeisterung und Teilnahme der Bestimmungsgruppe ist Ihr Ziel. Für Sie fühlt sich diese Phase wie ein maximal ausgereizter Stresstest an. Diese Turbulenzen, die kritischen Rückfragen, die Ablehnung... Nicht zu vergessen, die Enthusiasten, die «das Ihrige» gar als «das Eigene» verkaufen und vorwärts treiben.

Sie treffen auf alle Ausprägungen möglicher Reaktionen. Es kommt zu einer Erfahrungsschleife. Viele weitere werden folgen. Die Fragen, welche Sie sich längst gestellt, und auf welche Sie Antworten gefunden haben, tauchen nun auch bei Ihrer Zielgruppe auf. Der Diskurs beginnt. Immer wieder denken Sie: «Mann! Saaaag ich doch! Da waren wir doch schon!»

Eben nicht. Sie waren da. Stimmt. Die Gruppe noch nicht.

PLANUNG IST GUT. ERLEBEN UND MACHEN IST BESSER. IMMER.

Vielleicht gelingt es Ihnen und Ihrem Team dank guter und vorausschauender Kommunikation und vorbereiteter Prozesse, den einen oder anderen Stolperstein aus dem Weg zu räumen. Seien dies Fragen, Unklarheiten oder entgegengebrachte Skepsis. Aber vor dem eigentlichen «Lern-Schmerz», des sich Anfreundens und Erlebens der Veränderung bis hin zur Identifizierung und Implementierung mit dem Neuen, können Sie Ihr Team- oder System trotz aller Vorarbeit nicht schützen.

EXCÜSI: DA MÜSSEN SIE DURCH.

Ihre Organisation auch. Und das ist gut so!

Werden Sie zum/zur Meister/-In des Aushaltens. Auch wenn Sie der Gruppe punkto Wissen und Erfahrung einige Schritte voraus sind: Üben Sie sich in Geduld, beantworten Sie Fragen und reagieren Sie auf Anregungen. Ungeachtet der Tatsache, dass Sie immer wieder das Gleiche sagen müssen.

Orientieren Sie sich am gesetzten Ziel und nehmen Sie die Gruppe mit. Oder noch besser: Lassen Sie sich von der Gruppe mitnehmen. Unvoreingenommen und offen. Gut möglich, dass Sie Ihr Vorhaben dank Rückmeldungen und kritischer Stimmen noch besser kennen lernen. Wer weiss, vielleicht gewinnt das Change-Projekt dadurch ja gar an Tiefgang und Qualität.

Das Ganze hat übrigens eine Menge mit Kommunikation zu tun. Im Aushalten steckt nicht blosses Warten. Aushalten steht für Erklären, Verständnis fürs Gegenüber aufbringen und Respekt dafür zeigen, dass die Gruppe ihre eigene Erfahrung machen muss.

Und nun? Ich wünsche Ihnen viel Erfolg. Halten Sie aus, was noch nicht so ist, wie es sein soll. Das wird schon! ■

* Isabelle Sailer//Kommunikationsexpertin//Baden (AG) www.isabelle-sailer.ch///Twitter & LinkedIn. Sie arbeitet mit Führungspersonen & Organisationen, die sich bewegen und zukunftsgerichtet gestalten. Ausserdem kuratiert und moderiert sie Gesprächspanels. Unter dem #waszusagenhaben publiziert sie Gespräche mit Menschen, die was zu sagen haben.

MARKE DES MONATS

Make the world clear



VON STEFAN VOGLER*

Mit diesem Versprechen und der Marke Bonocler ist das Startup angetreten. Und meint es ernst. Wenn Ihnen Brillen in puristisch-ästhetischem Design gefallen, müssen Sie das junge Schweizer Brillenlabel kennen lernen. Denn mit jeder verkauften Bonocler fliesst ein Beitrag an die Mission OneDollarGlasses. Diese NPO spendet Gläser und bildet junge Menschen in der Handhabung von Sehtests und der Herstellung von Brillen aus. Damit möglichst viele der 150 Mio Menschen, die sich keine leisten können, eine erhalten. Jede der erstaunlich günstigen Bonocler wird von Hand gefertigt und die unvermeidbaren CO2-Immissionen werden mit geprüften Projekten kompensiert. Die puristisch-schönen Designerbrillen mit Gestellen aus umweltverträglichem, hypoallergenem Acethat aus nachwachsenden Rohstoffen oder angesagten Metallgestellen sind primär online und neu auch in eigenen Stores erhältlich. Selbst das

BONOCLE

schlicht-gestylte Ladendekor folgte ökologischen Ansprüchen: Das helle Holz ist eine Zweitverwertung aus dem Abfall einer Eventinstallation. Das soziale und ökologische Engagement von Bonocler ist zertifiziert.

Stellvertretend für die vielen jungen Lifestyle-Marken, welche mit einer klaren Vision und Mission mutig und nachhaltig wirtschaften, wünsche ich Bonocler eine grosse Zukunft. ■

* Stefan Vogler berichtet über die Markenführung von bewährten und neuen Marken. www.markenexperte.ch