REDLINE | VERLAG

Stephen C. Lundin | Harry Paul | John Christensen

Für immer FISH!™

Wie Sie die Fish!™-Philosophie verankern und Ihre Motivation frisch halten

Fish!™
gewagt ist schon gewonnen

REDLINE | VERLAG

Stephen C. Lundin | Harry Paul | John Christensen

Für immer FISH!™

Wie Sie die Fish!™-Philosophie verankern und Ihre Motivation frisch halten

Fish!™
gewagt ist schon gewonnen

REDLINE | VERLAG

Stephen C. Lundin | Harry Paul | John Christensen

Für immer

Wie Sie die Fish!–Philosophie verankern und Ihre Motivation frisch halten

REDLINE | VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:
lundin@redline-verlag.de
christensen@redline-verlag.de
paul@redline-verlag.de

Nachdruck 2013
© 2012 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Originaltitel : „FISH! STICKS“; originally published in the United States and Canada by Hyperion. This translated edition published by arrangement with Hyperion.
Copyright © 2003 Stephen C. Lundin, Ph.D., John Christensen, Harry Paul, and ChartHouse Learning
Copyright © der deutschen Ausgabe 2003 by Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, Frankfurt/Wien

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Aus dem Amerikanischen: Sabine Schilasky
Umschlaggestaltung: INIT, Büro für Gestaltung, Bielefeld
Druck: Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISBN Print 978-3-86881-473-6
ISBN E-Book (PDF) 978-3-86414-041-9

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

www.redline-verlag.de

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter
www.muenchner-verlagsgruppe.de

Einleitung

Manche sagen, Veränderungen wären schwierig. Ich hingegen behaupte, Veränderungen sind das Sahnehäubchen (oder die Käsekruste – je nach Gusto) auf unserem Leben. Doch die wirkliche Herausforderung besteht darin, Veränderungen *nachhaltig* umzusetzen, insbesondere solche, die das dauerhafte Engagement aller Mitarbeiter verlangen. Ganz gleich, ob Sie ein kleiner Familienbetrieb sind und Ihre Arbeit angenehmer gestalten wollen oder ein CEO, dem es in erster Linie um optimale Produktivität geht: Die wahre Bewährungsprobe für große wie kleine Unternehmen besteht in der permanenten Veränderung. Nun lassen sich innovative Geschäftspolitik, stetig verbesserte Arbeitsbedingungen, konstante Optimierung des Kundenservices oder offenerer Managementstil nur mit festen Prinzipien erreichen, die weit über das hinausgehen, was einmalige Änderungsmaßnahmen bewerkstelligen können.

Groß angelegte Veränderungen kommen gewöhnlich mit Pauken und Trompeten daher, sprich: Die anfängliche Bereitschaft scheint beinahe überwältigend. Da werden Konferenzen abgehalten, Trainingsprogramme absolviert, Veranstaltungen organisiert, Ballons und Anstecker verteilt, Wettbewerbe ausgerufen, Programme und Zeitungsartikel veröffentlicht, Poster an die Wände gehängt und Videos vorgeführt. An all dem ist überhaupt nichts auszusetzen. Oft braucht es solche oder vergleichbare Anstöße von außen, damit wir im täglichen Arbeitsleben auf bestimmte änderungswürdige Abläufe aufmerksam werden. Doch diese

Anstöße allein reichen nicht aus, um kontinuierliche Veränderungen möglich zu machen. Dafür braucht es einen ganz bestimmten Motor: natürliche Energie.

Sobald die Ballons verschrumpelt sind, die Wettbewerbspreise verteilt, das Trainingsprogramm abgeschlossen und die erste Neugier auf das, was kommen mag, verpufft ist, beginnt die alte Schwerkraft wieder zu wirken, und schon droht alles wieder in die gewohnten alten Bahnen zurückzugleiten. Das fühlt sich dann ungefähr so an, als wären Sie der Beifahrer und Ihr Fahrer nimmt den Fuß vom Gas.

Die Schwerkraft nimmt dabei die verschiedensten Formen an, von denen wir nur einige nennen wollen: Ablenkung, Arbeitsrückstand, Unwillen, Langeweile, Vergesslichkeit, Pessimismus und offene Sabotage. Es ist verhältnismäßig unwichtig, welche Veränderungen zuvor anstanden – eine neue Diät oder eine neue Arbeitseinstellung – alle lohnenswerten Maßnahmen fallen über kurz oder lang der Schwerkraft anheim. Nur wenn man es schafft, diesen Mechanismen von vornherein vorzubeugen, wird ein fantastischer Betrieb mit fantastischen Mitarbeiter entstehen anstelle einer Masse frustrierter Broterwerber.

Ich habe zwanzig Jahre lang MBA-Studierende und Seminarteilnehmer darin unterrichtet, Veränderungen zu initialisieren und selbst ein Unternehmen geleitet, in dessen Branche Veränderungen praktisch zum Alltag gehörten. Dann bekam ich die Gelegenheit, als Co-Autor für *FISH!* zu arbeiten und den gleichnamigen Videofilm mitzugestalten. Seither hatte ich immer wieder die Gelegenheit, Unternehmen dabei zu beobachten, wie sie die Ideen von *FISH!* umsetzten (neben anderen Management-Prinzipien), um wichtige Neuerungen durchzusetzen und Veränderungen zum Besseren einzuleiten. Zu den wichtigsten Themen all derer, die sich der *FISH!*-Philosophie zuwandten, gehörten Arbeitsqualität, Kundenservice, Produktivität, Mitarbeiterfluktuation, Bewerberauswahl und