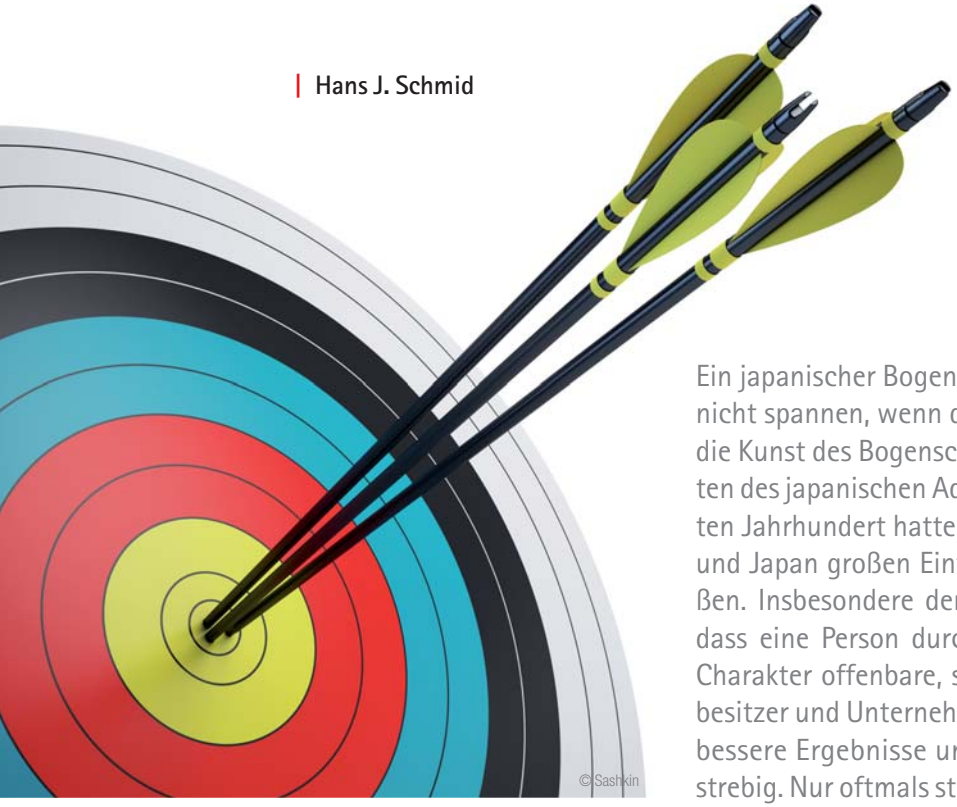
Kyūdō (Die Kunst des Bogenschießens)

Wie man den geistigen Nebel im Labor auflöst

| Hans J. Schmid



Ein japanischer Bogenschützenmeister würde seinen Bogen nicht spannen, wenn das Ziel nicht in Sichtweite ist. Kyūdō, die Kunst des Bogenschießens, hat sich aus den Kriegskünsten des japanischen Adels entwickelt. Vom vierten bis neunten Jahrhundert hatten die engen Kontakte zwischen China und Japan großen Einfluss auf das japanische Bogenschießen. Insbesondere der konfuzianische Glaube, der besagt, dass eine Person durch das Bogenschießen ihren wahren Charakter offenbare, spielte eine bedeutende Rolle. Laborbesitzer und Unternehmer wünschen sich andere oder sogar bessere Ergebnisse und sind in diesem Punkt enorm zielstrebig. Nur oftmals streben sie zu viel und zielen zu wenig.

Häufig, wenn ich in einen Betrieb komme und die Mitarbeiter frage, welche Ziele das Unternehmen hat, bekomme ich als Antwort ein deutliches „Ähhhh". In einem Unternehmen werden Ziele dadurch erreicht, dass alle die Ziele kennen, sonst herrscht nur Nebel in den Köpfen Ihrer Mitarbeiter. Und wo Nebel ist kann kein Ziel erkannt werden. Die ganze Motivation und Energie, die Sie in den Pfeil (Mitarbeiter) stecken, verschwindet ohne Treffer (Ergebnisse) im Nebel. Je genauer und individueller das Ziel für den Einzelnen beschrieben wird, umso schneller löst sich der Nebel auf und das Ziel wird sichtbar. Erst jetzt ist ein zielgerichtetes Handeln möglich. Feedback an das Team ist wichtig, damit man weiß, wie weit der Bogen schon gespannt ist. Bleibt das aus, überträgt sich die Spannung des Bogens nicht auf die Pfeile (Mitarbeiter). Eine exakte Entfernungsangabe wird für die genaue Bogenspannweite benötigt, um das Ziel zu treffen.

Sind Sie die einzige Person in einem Unternehmen, spielt sich dieser Ablauf ohne Kommunikation ab – rein mental in Ihrem Körper. Wollen Sie, als Unternehmer mit einem Team, einen Bogen spannen und ein Ziel treffen, benötigen Sie Kommunikation als Übermittlungsinstrument und Feedback als Motivator. Wer beim Planen versagt, plant sein Versagen. Aus meiner Sicht sind Unternehmensziele „sechsy". Diese sechs Schritte sollten Sie beachten, damit sich der Nebel im Unternehmen lichtet.

Schritt 1 – Denken

Man muss das Ziel denken können! Das bedeutet, Ziele müssen für Sie und Ihr Team vorstellbar sein. Als Beispiel nehmen Sie eine sportliche Leistung, die Sie mit 20 Jahren geschafft haben. Im Hochsprung habe ich damals 1,50 Meter bei einem Bundeswettbewerb geschafft. Jetzt, nach vielen Jahren ohne Übung, ist man nicht mehr bei dieser Höhe. Wenn man Ihnen jetzt vorgibt, in einem Jahr über zwei Meter zu springen, werden Sie das für sich als Ding der Unmöglichkeit abtun. „Ich habe damals 1,50 Meter übersprungen, da sind zwei Meter undenkbar. Das kann ich mir nicht vorstellen." Wenn Ihr Unterbewusstsein nicht den Hauch einer Chance sieht, wird es zwar Einsatz zeigen, aber das Ergebnis wird sicher kein Erfolg. Sie werden nach außen hin sicherlich motiviert wirken, doch Ihr Geist wird Ihre Ressourcen für andere Dinge schonen. Ob Sie wollen oder nicht. Selbstschutz ist ein sehr starkes

Programm, das man nicht mit einem Gedanken oder einem Zielwunsch einfach abschalten kann.
Kurz gesagt: Sie müssen sich ein Ziel vorstellen können, Sie müssen es denken können. Es darf zwar groß und mächtig sein, aber nicht übermächtig, denn Sie brauchen die Unterstützung Ihres Unterbewusstseins. Und das ist ein schwer beeinflussbarer Prozess der Entscheidung. Wenn Sie das nicht können, werden Sie auch nie die Motivation bekommen, etwas dafür zu tun. Vergessen Sie also Wünsche wie „Ich verdreifache meinen Umsatz in kürzester Zeit" – das funktioniert nur in Ihren Träumen.

„80 % ist mental, der Rest geht im Kopf." (Boris Becker)

Schritt 2 – Schreiben

Sie müssen das Ziel niederschreiben. Wenn Sie ein Ziel nicht niederschreiben, kann das auch nichts werden. Betrachten wir einmal den Privatbereich. Sie nehmen sich am Anfang des Jahres vor, mehr Sport treiben zu wollen. Das Jahr ist zu Ende, Sie reflektieren und Sie sagen: „War ja genauso wie im Jahr davor, es kam immer was dazwischen. Ich hab genauso viel Sport getrieben wie in den Jahren davor." Und jetzt passiert eine schöne Sache im Unterbewusstsein. Ihr Gehirn sorgt dafür, dass Sie immer recht haben. Und so wird in Ihrem Unterbewusstsein suggeriert, naja, das war ja nur mal so gedacht. Das war gar nicht so ein fester Vorsatz. Damit sprechen Sie sich frei. Deswegen können Sie Ziele nur dann erreichen, wenn sie niedergeschrieben sind. In der Psychologie spricht man von „einem Vertrag mit sich selbst machen". Wenn Sie es niederschreiben, haben Sie es „schwarz auf weiß". So können Sie es sich nicht schönreden. Sie haben immer recht, wenn nichts geschrieben wurde – dann sorgt die nachträgliche Reflektion immer dafür, dass Ihr Unterbewusstsein recht hat.

Meine Ziele:

1.
2.
3.
4.
5.

© jannoon028

ANZEIGE

GERINGER PLATZBEDARF, GROSSARTIGE MÖGLICHKEITEN

Für die Verarbeitung von Wachs, PMMA und Zirkoniumdioxid geeignet.

Standardblöcke und Stiftmaterialien.

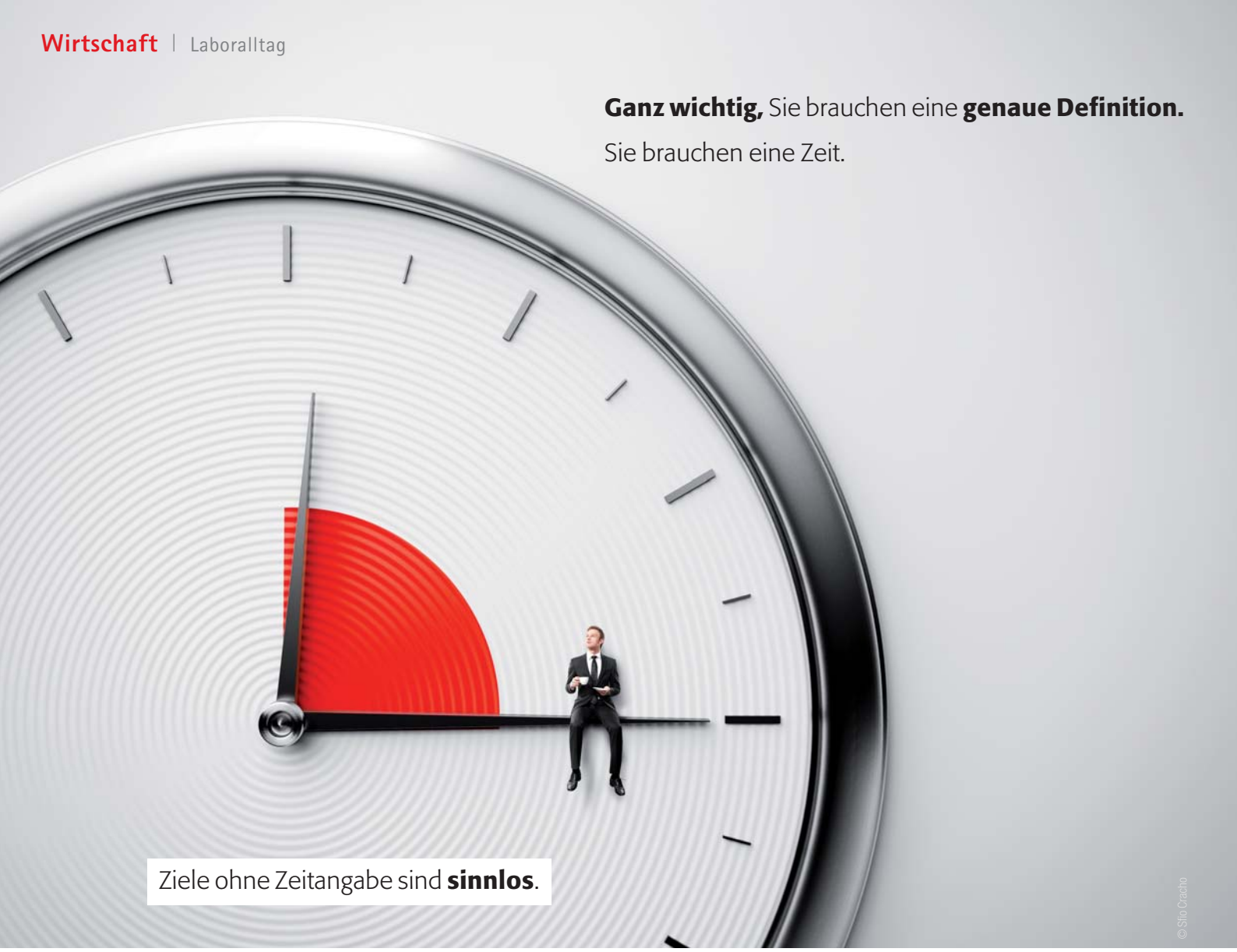
Kronen, Kappen und Brücken.

Entdecken Sie Roland DWX-4, die derzeit kompakteste und benutzerfreundlichste Fräsmaschine für zahntechnische Anwendungen.

Die Maschine kann eine große Vielfalt an Materialien mit zuverlässiger Präzision bearbeiten und ist damit die perfekte Fräslösung für Dentallabore, die auf digitale Technik setzen. Entscheiden Sie sich jetzt für die Zukunft!

www.rolandeasyshape.com
medical@rolanddg.de

EASY SHAPE
Roland
DENTAL SOLUTION



Schritt 3 – Mitteilen

Es gibt Unternehmer, die agieren wie Friedhofsverwalter. Sie haben eine Menge Leute unter sich, aber mit keinem wird gesprochen. Sie müssen Ziele richtig kommunizieren. Wenn Sie es niemandem erzählen, muss man ein Ziel auch nicht erreichen. Ohne Aufstellen einer Zielscheibe macht das Spannen des Bogens keinen Sinn. Wir Menschen leben nach dem Bequemlichkeitsprinzip „Das hat mir keiner gesagt". Zu erleben ist das, wenn man in ein Unternehmen geht und das Team fragt: „Was haben Sie in diesem Jahr vor, was wollen Sie in diesem Jahr erreichen, welche Ziele haben Sie?" Die Antwort ist häufig, dass ich dann in ein fragendes Gesicht mit leicht geöffnetem Mund schaue. Es ist ganz wichtig, dass Sie dem Team Ihre Ziele kommunizieren. Ich war vor einiger Zeit in einem Dentalunternehmen. Dort gab es einen Zielplan, auf dem stand: „Unsere Ziele: Jahresumsatz … €, Vorgaben für jeden Monat, und daneben wird zeitnah nach den Monaten das Ergebnis mit + und – sowie das Gesamtergebnis in € und % eingetragen." Das sind Ziele, die werden kommuniziert. Da weiß jeder Mitarbeiter Bescheid und lebt die Laborziele mit. Sie sorgen dafür, dass es persönlich genommen wird, wenn sich die Zahlen nach oben oder unten bewegen. Binden Sie Ihr Team ein. Offenheit ist eine Art der Motivation von Ihnen, die sich auf Ihr Team überträgt. Kommunikation ist die Verpackung einer Information. Ein Geschenk ohne Verpackung ist uninteressant. Information von Hand zu Hand weiterzugeben bedeutet, je schöner die Verpackung, umso lieber wird sie angenommen.

ANZEIGE

Schritt 4 – Ein Bild wirkt besser als tausend Worte

Ziele müssen visualisiert werden. Es ist ganz geschickt, wenn Sie dafür sorgen, dass sie jeder jeden Tag sehen kann. Das heißt nicht, dass er sie jeden Tag beachten wird, aber sie werden im Unterbewusstsein verarbeitet. Aus meiner Sicht ist der ideale Platz neben dem Türgriff an der Wand im Sozialbereich – der Bereich, der Fremden verborgen bleibt. Dort sollte ein Zettel hängen mit der Aufschrift „Unsere

Ziele". Idealerweise in Augenhöhe der Mitarbeiter, nicht in Ihrer Augenhöhe. Das ist manchmal ganz relevant. Jetzt passiert Folgendes: Jeder Ihrer Mitarbeiter geht an diesem Zettel vorbei und sieht ihn täglich. Nach 14 Tagen weiß er nicht mehr wo der Zettel ist und was darauf steht. Aktiv wird er nicht mehr betrachtet, er fällt aus dem Aufmerksamkeitsraster heraus. Doch die Augen sehen ihn trotzdem. Das Unterbewusstsein verarbeitet die Information auf dem Zettel, ohne es ins Bewusstsein zu schieben. So programmieren Sie Ihre Mitarbeiter auf Ihre Ziele und auch für Sie wird es ein Bedürfnis, die Ziele zu erreichen. Bogenmeister erzählen von einem Phänomen, das immer eintritt, wenn man lange genug das Ziel visiert. Man kann die Augen schließen und sieht das Ziel trotzdem. Ein kleiner Test: Nennen oder denken Sie an eine Firma, die Papiertaschentücher herstellt; eine koffeinhaltige Limonade; Freude am Fahren; das verleiht Flügel; Vorsprung durch Technik ... Ich sehe, Sie lesen Zeitschriften und schauen TV. Auch wenn Sie die Werbung überblättern oder wegschalten, Ihre Augen sehen es und es wird im Unterbewusstsein verarbeitet, sonst wüssten Sie nicht die Antworten (Tempo, Coca Cola, BMW, Red Bull, Audi). Das nenne ich neuro-visualisierende Programmierung (NVP). Nutzen Sie diesen Effekt für Ihr Unternehmen – steter Tropfen höhlt den Stein.

Schritt 5 – Zeit

Ganz wichtig, Sie brauchen eine genaue Definition. Sie brauchen eine Zeit. Ziele ohne Zeitangabe sind sinnlos. Wenn Ihr Ziel ist, die fünf Implantatarbeiten aus diesem Quartal um das 20-fache zu steigern, dann kann ich Ihnen sagen, wie lange Sie noch arbeiten müssen, bis das Ziel erreicht ist, nämlich fünf Jahre. Sie müssen einen genau definierten Zeitraum vorgeben, in dem das Ergebnis realisiert werden soll. Als sehr angenehm hat sich ein Zeitraum von einem Jahr herausgestellt. Überschaubar und in Anlehnung an das Kalenderjahr sehr zu empfehlen. Ohne einen Zeitraum wartet man einfach ab, bis sich die Ziele von „allein" einstellen. Es wird dem Zufall überlassen. Wichtig für Ziele ist es, sie ein bis zwei Monate vor dem Zeitraum zu kommunizieren, damit alle im Team sich vorbereiten können. Jeder Schütze will einmal ins Schwarze treffen, aber erst der Vorsatz, das bei jedem Training einmal zu erreichen, macht Verbindlichkeit.

Schritt 6 – Die Zahl

Sie brauchen eine Zahl. Wenn Sie keine Zahl haben, um ein Ziel zu erreichen, dann passiert nichts. „Ich möchte mehr Inlays herstellen. Wie viel mehr Inlays? – das ist die Frage. Oder: „Ich will mehr Implantate." Oder: „Ich will weniger Wiederholungen ... Ich will die Zufriedenheit verändern." Auch das wird nicht passieren, wenn Sie keine Zahl haben. „Konkretisieren" heißt das Zauberwort. Ohne messbare Größe entstehen keine Verbesserungen. Festlegen heißt Entscheidungen treffen. Jetzt kann der Bogen gespannt und das Ziel visiert werden. Beispiele: „In der Rechnungserstellung will ich es erreichen, dass wir von 3 % Fehlern pro Monat auf 2 % kommen. Im Bereich von ZE- An-

ANZEIGE

Top spin – das neue Pinbohrgerät mit dem Plus an Präzision, Sicherheit und Langlebigkeit

Individuelle Präzisionssteuerung durch den Einsatz verschiedener Bohrergrößen (small, medium, large). Frontschublade mit Füllstandserkennung für Gipsstaub. Automatische Start-/Stop-Funktion.

www.renfert.com

Renfert

„Konkretisieren“ heißt das Zauberwort.

Ohne **messbare Größe** entstehen keine Verbesserungen.

Festlegen heißt **Entscheidungen treffen**.

Jetzt kann der Bogen gespannt und **das Ziel visiert werden.**

© docstockmedia

geboten will ich nach vier Monaten 75 % realisiert haben. 24 Stunden nach Arbeitseingang endet stillschweigend die Möglichkeit, den vorgegebenen Termin zu verschieben. Bei den Zahnarzt-Feedbackzetteln will ich bei ‚zu hoch (eingeschliffen)' unter 5 % kommen, im Punkt Zufriedenheit wollen wir 1,7 erreichen. Ich will bei Reparaturen spätestens nach einer Stunde eine Zusicherung des Technikers, dass die Arbeit pünktlich fertig ist.“ Dann haben Sie ein Ziel, Sie haben etwas vorgegeben. Kommen Sie auf den Punkt. Ein Meister des Kyūdō schreitet, bevor er seinen Bogen spannt, erst den Weg zum Ziel ab. Dadurch kennt er die genaue Zahl der Schritte zum Ziel. Jetzt erst kann der Wunsch zu treffen umgesetzt werden.

Zum Schluss noch ein Gedanke

Welches Ziel ist interessant? Wollen Sie kleine Ziele? Wollen Sie mittlere Ziele? Oder wollen Sie hohe Ziele? Was funktioniert? An dieser Stelle kann ich Ihnen sagen, das Einzige, was funktioniert, sind hohe Ziele. Realisierbare, aber hohe Ziele – alles andere macht keinen Sinn. Wenn Sie kleine Ziele verlangen, erzeugen Sie im Kopf Ihrer Mitarbeiter das Gefühl, sich nicht sehr anstrengen zu müssen und das Ergebnis wäre wie immer keine Steigerung. Mittlere Ziele sind zwar gut, motivieren den einen ein bisschen mehr, den anderen ein bisschen weniger, aber sie sind kein großer Ansporn. Doch das Risiko, dass beispielsweise Marktschwankungen das Ergebnis erzeugen,

> **„Ein leidenschaftlicher Mensch** ist besser als vierzig Menschen, die lediglich interessiert sind.“
>
> (E. M. Forster)

und nicht der persönliche Einsatz, ist zu groß. Hohe Ziele sind das einzige was funktioniert, auch wenn Ihr Team fragt: „Wie sollen wir das schaffen?“ Jede Veränderung, jedes Verlassen des Wohlfühlbereiches hat am Anfang den Widerstand inne. Doch sind die Ziele gesteckt, werden sie mit der Dauer immer weiter akzeptiert. Wenn dann noch Ideen aus dem eigenen Team kommen, sind auch hohe Ziele wahrscheinlich. Führen heißt fordern. Meine Bitte: Fordern Sie sich und Ihr Team. Und wenn Sie hohe Ziele haben, wird jeder für sich sagen: „In diesen Bereich stecke ich meine Energie.“ Und siehe da, Sie werden Ziele erreichen, die Sie nie zu träumen gewagt haben. Und auch wenn Sie nicht Ihre Zielwünsche erreicht haben, befindet sich das Ergebnis mit Sicherheit dennoch über dem, was Sie bisher erreicht haben. Fragen Sie Ihr Team, welche Ideen sie haben, um die Ziele zu erreichen. Je mehr Sie informieren (Team, Depot, Hersteller, Kunden), umso mehr Ideen und Anregungen sowie Zuspruch und Motivation bekommen Sie. Nutzen Sie die Macht der großen Zahl!

Nun haben Sie alle sechs Schritte schwarz auf weiß, Sie können den Bogen spannen und aus dem Nebel heraus wird das Ziel sichtbar. So werden Sie ein Meister des Kyūdō, und ins Schwarze zu treffen eine sichere Angelegenheit.

bonus.

Mein Geschenk für Sie, liebe ZWL Leser: Sie können Sich kostenfrei per E-Mail einen Ablaufplan für die Zielsetzung mit Vorbereitung, Ablauf und Nacharbeit sowie den kleinen Tipps und Tricks für gutes Gelingen bestellen.

Hans J. Schmid
Infos zum Autor

kontakt.

Hans J. Schmid
Benzstr. 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0931 2076262
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com