

30 Minuten im Meeting: So kommen Sie auf gute neue Ideen



**Querdenker
verzweifelt gesucht**

Anne M. Schüller

**«Warum die Zukunft der
Unternehmen in den
Händen unkonventioneller
Ideengeber liegt»**

Mit einem Vorwort
von Gunter Dueck

Gabal Verlag 2020
240 Seiten

ISBN: 978-3-86936-998-3

Wer die Zukunft erreichen will, braucht neue, bessere, unkonventionelle Ideen. Viele solcher Ideen. Er muss sich von Veraltetem lösen und Neues wagen. Mit der «30 Minuten im Meeting»-Methode kann das gelingen.

Um den Sprung in die Zukunft zu packen, brauchen die Unternehmen Mitarbeitende mit innovativen Gedanken und Tatendrang. Solche Menschen werden Quer- und Weiterdenker genannt. Sie sind Wachrüttler, Andersmacher, Vorwärtsbringer, Zukunftsgestalter. Sie sprühen vor Ideen, wie man das, was in die Jahre gekommen ist, besser machen könnte, sollte und müsste. Sie reden Klartext, wenn sie Verfahrensweisen aufgespürt haben, die aus der Zeit gefallen sind. Sie zeigen auf alles, was für Kollegen und Kunden eine Zumutung ist. Sie sind offen für Fortschritt und treiben mit frischem Wind den Wandel voran. Und all das tun sie, weil ihre Firma ihnen wirklich am Herzen liegt. Denn die benötigt unverbrauchte, frische Ideen, um weiterhin attraktiv für die Kunden zu sein.

Die «Weisheit der Vielen» nutzen

Wollen die Beschäftigten denn beim Wandel mit agieren? Im Rahmen einer Haufe-Studie wurden 12.000 Mitarbeitende aus Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Das Ergebnis:

- 84 % wünschen sich mehr Mitsprachemöglichkeiten bei operativen Entscheidungen,
- 77 % wären motivierter, wenn sie mehr einbezogen würden, und
- 73 % meinen, dass die eigene Firma erfolgreicher wäre, wenn sie sich stärker einbringen könnten.

Mitarbeitende geben ihre Ideen aber nur dann preis, wenn sie glauben, dass diese wertgeschätzt werden. Und wenn sie wissen, dass Fehler kein Beinbruch sind. Denn Fehler sind der Preis für Evolution und Innovation. Fehler machen bedeutet: Üben, um siegen zu lernen. Mit dieser Einstellung können bahnbrechende Erfolge gelingen.

Die 30 Minuten im Meeting-Methode

In jedem Unternehmen gibt es zig Dinge, die die Arbeit mühsam machen, von denen der Chef gar nichts weiss. Die Mitarbeitenden hingegen glauben, er wüsste das, würde aber nichts unternehmen. Oder sie meinen,

ihre Führungskraft wollte etwas so und so erledigt haben, obwohl das gar nicht stimmt. Kurz: Man erduldet missliche Umstände nur deshalb, weil niemand sie anspricht.

Doch alles, was die Arbeit behindert, muss offengelegt und schnellstens aus dem Weg geräumt werden. Die dazu nötigen Entscheidungen werden am besten gleich vor Ort gefällt, damit es rasch weitergeht. Die folgende Methode lässt sich sowohl punktuell anwenden als auch in regelmäßigen Meetings einbauen. Das ermöglicht kontinuierliche Verbesserungen am laufenden Band.

Bestimmen Sie dazu ein erstes Meeting und ein erstes Problem, mit dem es losgehen soll. Am Ende des Meetings entscheiden Sie dann, welches Thema beim nächsten Mal drankommt. So können sich alle gut darauf vorbereiten. Legen Sie einen Zeitraum fest, den Sie maximal für die Bearbeitung ansetzen wollen, damit sich die Diskussionen nicht endlos in die Länge ziehen: zum Beispiel 30 Minuten.

Dann geht's weiter wie folgt:

- 5 Min. Beschreibung eines nicht länger tragbaren Istzustandes. So wird z. B. über ein unschönes Erlebnis in Zusammenhang mit einer üblichen Verfahrensweise berichtet, welche Probleme es gab - und welche Konsequenzen das hatte.
- 5 Min. Sammlung von Ideen, wie man das verbessern und so Ärger in Zukunft vermeiden kann. Hierzu sollen die Teilnehmenden zunächst still und leise ihre Idee(n) entwickeln. Diese werden auf Kärtchen notiert und an eine passende Wand gepinnt.
- 10 Min. Jeder, der ein Kärtchen geschrieben hat, erläutert seine Idee kurz und knapp. Anschliessend erfolgt eine Kurzdiskussion.
- 5 Min. Mehrheitsentscheid für die favorisierte Idee. Die Führungskraft hält sich während des gesamten Prozesses zurück, damit Entscheide unbeeinflusst entstehen.
- 5 Min. To-do-Plan erstellen, also: Wer macht was mit wem bis wann. Das neue Vorgehen zunächst testen. Bei einem Folgetermin besprechen, wie sich die Sache entwickelt, welche Ergebnisse erzielt worden sind und ob weiter feinjustiert werden muss.



Die Buch-Autorin

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Zu diesen Themen hält sie Impulsvorträge auf Tagungen, Fachkongressen und Online-Events. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Beim Business-Netzwerk LinkedIn wurde sie Top-Voice 2017 und 2018. Von Xing wurde sie zum Spitzenwriter 2018 und zum Top Mind 2020 gekürt. Ihr Touchpoint Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager und zertifizierte Orbit-Organisationsentwickler aus.

www.anneschueller.de