

NEUES VON DER KUNST, ZU FÜHREN UND SICH FÜHREN ZU LASSEN



Liebe Leserin, lieber Leser, guten Tag!

Die besten Leistungen zu erbringen, der oder die Beste in einem bestimmten Feld zu werden, das ist für viele von uns ein motivierender Wunsch. So gut zu werden wie andere oder besser als sie - daran orientieren wir uns häufig, um selbst besser zu werden.

Und so steckt automatisch in diesem Besten eine starke Vergleichskomponente, die Wettbewerb weckt - was in vielen geschäftlichen Kontexten auch angebracht ist und belebend wirkt.

Wir möchten hier das Beste im Sinne des lateinischen Elativ betrachten: nach dem Brockhaus von 1988 ein "absoluter Superlativ (ohne Vergleich)". Ihm folgend können wir dann das Beste das "äußerst Gute" nennen.

Das äußerst Gute (ohne jede moralische oder ethische Konnotation) spricht für sich und vergleicht sich nicht. Das beste Unternehmen ist dann eins, das sein (derzeit) Äußerstes leistet und damit erfolgreich ist.

Wozu beschäftigen wir uns (und nun auch schon Sie) mit diesem Thema? Das Beste zu erreichen, und zwar nicht nur durch Messen und Zählen, sondern auch kreativ, intuitiv, sinnstiftend und erfüllend, ist etwas Künstlerisches, und es wirkt transformierend. Menschen und Unternehmen verwirklichen sich dabei und wachsen.

Sie interessieren sich für mehr? Prima, unten geht es weiter.

Inhalt

[Das Beste. Eine ganz eigene Qualität.](#)

[Tipp zum Selbst-Coaching](#)

[Aktuelle Workshops: Der Kreis ohne Namen](#)

[Aktuelles zum Buch](#)

[PDF-Druck-Version](#)

[Archiv früherer Newsletter](#)

[Newsletter abonnieren](#)

[Ihr 3 Minuten - Feedback zum Newsletter](#)

Immer wenn [Zusammenarbeiten](#) wichtig ist: Fendel & Partner unterstützt Sie bei Aufgaben wie [Potenzial-Entwicklung](#), [Veränderung & Wachstum](#), [Team-Entwicklung](#), [Lösungswege aus Konflikten](#), [Strategie & Business-Development](#) & [Stakeholder Management](#).

Alle geben ihr Bestes

Ein Satz, der weder Wettbewerb noch Neid weckt: "Alle geben ihr Bestes". Da haben wir den Elativ, und wir alle kennen ihn schon.

Dieses Beste ist nichts Statisches und Festgelegtes, sondern möchte immer wieder neu gefunden, entdeckt, erarbeitet werden. Es ist ein Prozessweg, auf dem dieses Beste immer das ist, was im Kontext gerade perfekt funktioniert. Vergleichen hilft eher nicht dabei, es zu finden, aber Offenheit und Neugier nach allen Seiten begünstigen es.

Ein Beispiel

Der Satz "Culture eats strategy for breakfast" löste bei uns ein Projekt aus, das wir "**Kundenorientierte Unternehmensführung**" nennen. Der Kulturgedanke elektrisierte uns und machte diesen alten Hut Kundenorientierung, der immer nur nach der nächsten Strategie sucht, zu etwas ganz Neuem, Individuellem und Lebendigem, das im tiefsten Inneren eines jeden Unternehmens schlummert. Das wollen wir wecken und ihm zum Blühen verhelfen!

Culture
eats
Strategy
for
breakfast

Das müsste alle vom Hocker reißen, dachten wir. Auch weil wir die entscheidenden **fünf Elemente** gefunden haben, die das Ganze praktikabel machen. Sogar eine Umfrage haben wir gestartet, deren Ergebnisse gerade in eine Studie einfließen (demnächst können wir sie Ihnen zugänglich machen).

Alle, die sich an dieser Umfrage beteiligt haben, in erster Linie Dienstleister, finden Kundenorientierung zentral wichtig. Im Alltag ist da aber oft nicht mehr viel Strom drauf, und wir hörten sogar diese Stimme: "Ich mag meinen Job, gehe gerne zur Arbeit und komme gut mit meinen Kollegen aus - nur die Kunden nerven, weil sie immer etwas anderes wollen als sie bekommen".

Kundenorientierung, so unser Eindruck heute, findet im Spannungsfeld von hohem Anspruch und täglicher Mühe statt. Sie wird häufig als Appell wahrgenommen und wirkt dadurch auf viele eher wie ein rotes Tuch, eine Keule oder auch eine Schlaftablette; macht Druck, macht müde, weckt Widerspruch und Langeweile.

Das Beste unseres Anfangs hat sich nun in ein neues Bestes verwandelt: Unser Weg in dieses Projekt beginnt nicht unbedingt bei der Kundenorientierung, sondern bei der Spannung, und danach kommen wir garantiert auch zu den Kunden. Ein Eingangstor ins Gespräch könnte dann die Frage sein, "warum powert es uns aus und macht uns so müde, wenn das Stichwort Kundenorientierung fällt?"

Wir freuen uns auf die Antworten und Gespräche, die sich daraus ergeben werden. Sie könnten zum Thema **Kultur** führen, zu alten Gewohnheiten, die man gern verändern möchte, zu Blockaden oder **unlösbaren Konflikten**, zu Sinnfragen, zu **Gesund führen**. Und da findet sich dann mit Sicherheit einiges, was das Unternehmen und seine Akteure, ohne es zu wissen, wirklich gut können - bis hin zum Besten für alle Beteiligten, allen voran die Kunden.

Kunst
kommt
von
Können

Woran erkennt man, dass etwas das Beste ist?

- dass man seine Ergebnisse mit Wohlwollen betrachten kann
- dass man es spüren kann
- dass es einen **Coolspot** gibt
- dass es zum richtigen Zeitpunkt kommt
- dass man sich am richtigen Ort und in der richtigen Gesellschaft empfindet
- dass die Kommunikation funktioniert und Spaß macht
- wenn etwas (überraschend) zusammenkommt und gut funktioniert
- dass es aus dem kommt, was das Unternehmen wirklich gut kann

Wie kann man das Beste erreichen?

- wenn man merkt: "hier fehlt noch etwas", und das will man finden
- indem man dieses Etwas auch in den Beziehungen zu Kunden und anderen finden will
- indem das Beste von **heute** morgen das Beste von **gestern** ist - und nicht plötzlich etwas Schlechtes oder Blödes, denn dann wäre man im **ZickZack-Modus**
- wenn man dem Werden die Zeit gibt, die es braucht
- indem man auf Zusammenarbeit setzt und alle dazu inspiriert, ihr Bestes zu geben
- indem man auch offen für überraschend Gutes ist

und

- indem man, wenn es erreicht ist, den nächsten Schritt macht - in aller Bescheidenheit und mit Respekt vor dem, was kommt.

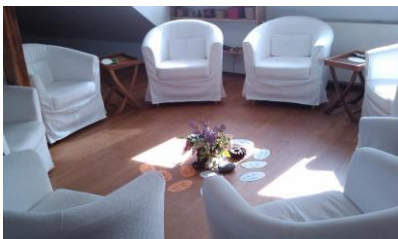
Tipp zum Selbst-Coaching



Mit dem Besten bestens zu arbeiten, ist immer ein Weg, auf dem lineare Elemente und nicht-lineare Elemente zusammenwirken müssen. Das eine durch das andere zu ersetzen, funktioniert nicht. Hier eine kleine Anleitung, wie Sie das Erreichen eines (sauberen) Ziels begünstigen:

Das Best-Mögliche entwickeln und ihm folgen

Aktuelle Workshops Der Kreis ohne Namen



Am **29.(!) Februar** gibt es den nächsten **Kreis ohne Namen**, diesmal mit einem aktuellen Thema, das aus dem Rahmen fällt: **Umgehen mit Ressentiment, Kränkung und Opferhaltung**. Viele unserer Werkzeuge bieten dazu Lösungen an.

Bringen Sie Ihren aktuellen Fall mit und melden Sie sich bitte bis spätestens 25.2. **hier** an.

Kostenbeitrag: 30 €



Für uns als fern von Köln lebende Kölner ist jetzt Karnevalszeit. Dieses Jahr nur eine ganz kurze. Fokussierung ist also das Leitmotiv.

In diesem Sinne wünschen wir auch Ihnen einige schöne Momente von völlig unstrukturierter Freude



FENDEL & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG

Ihre Dorothee Fendel, Franz Fendel und Benedikt Fendel

Aktuelles zum Buch



Blick ins Buch

Die Kunst des Zusammenarbeitens.
Sich selbst und andere wirksam führen.

Überall zu kaufen: [HAUFE-Shop](#),
[Amazon](#), [Weltbild](#), bei ihrem [Lieblingsbuchhändler](#) oder [über uns](#).



Ein Leser beschrieb neulich seinen Zustand beim Lesen [so](#).....
www.kunst-des-zusammenarbeitens

Das sind die Arbeitsfelder, in denen wir Sie unterstützen können



Potential-Entwicklung



Veränderung & qualitatives Wachstum



Team-Entwicklung



Lösungswege aus Konflikten & Blockaden



Strategie & Business Development & Stakeholder Management

Das sind unsere Leistungen

[Beratung](#) [Coaching](#) [Facilitation & Moderation](#) [Kommunikation](#)

[Leadership-Ausbildung](#) [Team-Coaching](#) [Workshops](#)

Schnelle Links

[Fendel & Partner](#)

[Akademie](#)

[Newsletter-Archiv](#)

