

Einladung

Lieber Leser,

wer möchte nicht intelligent sein? Welches Unternehmen möchte nicht intelligent handeln? Das Wort „Intelligenz“ leitet sich ab vom lateinischen *Intelligentia* (Vorstellung, Einsicht, Verstand, Entscheidung). Im Lexikon findet man Intelligenz als „die übergeordnete Fähigkeit, mit Sinn und Verstand Gesamtzusammenhänge zu erfassen, herzustellen, zu bewerten und entsprechend zu handeln. Intelligenz ermöglicht die Bewältigung neuartiger Situationen durch problemlösendes Verhalten. Sie macht Versuchs- und Irrtumsverhalten sowie Lernen an Erfolgen und Misserfolgen, die sich zufällig einstellen, weitgehend entbehrlich.“

Wenn Menschen intelligent sein können, warum nicht auch Unternehmen? Sie haben schließlich auch eine Persönlichkeit, und sie agieren wie soziale Organismen. Wir alle kennen Unternehmer und Unternehmen, die nur zufällig durch Versuch und Irrtum lernen und andere, die intelligenter handeln. Sie sehen die Gesamtzusammenhänge – wie alles zusammen hängt. Sie berücksichtigen die Folgen ihres Handelns auf ihr gesamtes Wirkungs-Netzwerk mit Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten, Börsen und mit der Öffentlichkeit. Und sie beachten die Auswirkungen ihres Tuns und Nicht-Tuns auch für die Zukunft. „Ganzheitlich“ ist das Zauberwort bei intelligenten Unternehmen. Der Blick aufs Ganze hilft, intelligent zu handeln. Denn nur wer das Ganze sieht, versteht auch das Detail. „Hab’ ich die Teile in der Hand, fehlt mir doch das geistig Band“, sagt Dr. Faust bei Wolfgang von Goethe. Intelligenz fördert das ganzheitliche Verstehen mit Sinn und Verstand, mit *Ratio* und *Emotio*.

Ist es eigentlich intelligent, Autos ohne konkreten Kunden-Auftrag, sozusagen auf Halde zu bauen, sie dann dem Händler auf den Hof zu

stellen, der sie dann in den Markt drückt – mit hohen Rabatten? Ist es eigentlich intelligent, gut ausgebildete Menschen einzustellen und sie dann mit Stellenbeschreibungen und Vorschriften zu dressieren, statt ihre gesamten Fähigkeiten zu aktivieren?

In diesem Buch werden einige Antworten gegeben durch den Vergleich eines Unternehmens mit einem Menschen. Das Unternehmen als starre Maschine, die wie ein Uhrwerk funktioniert, oder als lebendiger Organismus mit Organen, Zellen und Nervensystemen? Hat nicht jedes Unternehmen eine Persönlichkeit, eine Ausstrahlung und eine Identität? Nicht umsonst leitet sich der Begriff „Organisation“ von Organismus ab. John Locke (1632 – 1704) prägte das Bild eines Staates als Organismus, als „body politic“ mit seinen Staats-Organen. Und ein Organisator sieht (hoffentlich) seine Aufgabe darin, etwas zu einem lebensfähigen Ganzen zusammenzufügen.

Ein intelligentes Unternehmen setzt auf Persönlichkeiten und nicht auf Bürokratie, auf Autonomie und nicht auf Monotonie. Es fördert die Vielfalt und nicht die Einfalt. Es ist ein Unternehmen,

- das die Intelligenz der Mitarbeiter intelligent nutzt,
- das intelligent auf die Kunden reagiert und die Kunden intelligent inspiriert,
- das rationale und emotionale Intelligenz erkennt und anerkennt – bei seinen Mitarbeitern, seinen Kunden und bei sich selbst,
- das seine Kräfte darauf konzentriert, seine Intelligenz zu entfesseln, zu entwickeln und zu entfalten.

Jedes Unternehmen handelt mehr oder weniger intelligent. Wie intelligent ist Ihr Unternehmen? Zur Darstellung der „Unternehmens-Intelligenz“ benutzen wir acht Intelligenz-Faktoren, die das Verhalten einer Firma beschreiben und als Indikatoren für Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens dienen können.

Wir laden Sie herzlich ein auf eine Entdeckungsreise in eine Unternehmenswelt, in der wir dem Kunden als „Arbeit-Geber“ begegnen

und dem Mitarbeiter als „Vermögen“, in der sowohl Shareholder als auch Mitarbeiter das Gleiche wollen: das Wachstum ihres Vermögens. Auf dem Weg in diese Unternehmenswelt nehmen Sie teil an sieben Entwicklungen:

1. Die Renaissance der Persönlichkeit – Mitarbeiter und Kunde.
2. Der Siegeszug der Marktwirtschaft – auch im Unternehmen.
3. Die Entfaltung des Produktionsfaktors Intelligenz.
4. Die Erweiterung des Vermögens-Begriffs.
5. Die Neudefinition von Karriere als Vermögens-Entwicklung.
6. Die Entdeckung der Führungskraft als Vermögens-Berater.
7. Die Revolution im Unternehmen – von Pyramiden zu Netzen.

Jeder möchte intelligent sein. Jedes Unternehmen möchte intelligent handeln. Doch oftmals behindern die vertrauten Bilder, Methoden und Instrumente aus der Vergangenheit das Gestalten einer neuen Zukunft. Was sich in der Zeit der *Industrialisierung* bewährt hat, muss nicht auch in der Zeit der *Individualisierung* richtig sein.

Die geballte Intelligenz eines Unternehmens ist wie ein schlafender Riese. Wer die latenten Talente weckt, kann viel Geld verdienen. Dieses Buch beschreibt Modelle und Systeme für evolutionäre und auch revolutionäre Wege, mit denen Sie und Ihr Unternehmen erfolgreich sein können.

Wiesbaden, September 2001

Jürgen Fuchs, Christian Stolorz