Privilegien in der Textilindustrie besser nutzen

Autor(en): **Zimmermann, Emil**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa**

Band (Jahr): **108 (2001)**

Heft 1

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-677697

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Privilegien in der Textilindustrie besser nutzen

Emil Zimmermann, Dipl. Andragoge/Erwachsenenbildner, Lehrbeauftragter zum Thema Mitarbeiterführung, Luzern, CH

Es gibt verschiedene Gründe, warum Unternehmen und Institutionen heute und auch in Zukunft vermehrt mit extrem schwierigen Problemen zu kämpfen haben. Da spielen äussere Faktoren (z.B. Marktbedingungen, Finanzierungsengpässe, Höhe des Schweizer Frankens) und innere Faktoren (z.B. verstaubte Führungsstrukturen, unzeitgemässe Führungspraxis, veraltete Produkte oder Produktionsprozesse) eine Rolle. Wo auch immer! In diesem Artikel geht es mir nicht um die Analyse der Problemursachen, sondern vielmehr um die Frage, wie wir selbst – in unserem Arbeitsfeld – unsere Probleme erfolgreich und zukunftsorientiert lösen können.

Die Geschichte der Textilindustrie lehrt uns, dass auch in schweren Zeiten, wenn der Wille da ist, überlebt werden kann. Jede einzelne Krisenzeit hat die jeweils gegenwartsnahe Konfliktlösung gefunden, und so wurde ein Überleben möglich. Dass dies immer wieder gelang, liegt einerseits am Optimismus in dieser Branche, am zähen Willen durchzuhalten, am technologischen Fortschritt und indem man der permanenten Aus- und Weiterbildung einen wichtigen Stellenwert einräumte.

Andererseits sehe ich noch einen andern Grund, dass es uns immer noch gibt, nämlich die Branchentätigkeit selbst. Hier ist in erster Linie Kreativität gefordert. Wenn diese nicht geboten werden kann, sind wir längerfristig «weg vom Fenster». Das wurde kontinuierlich erkannt und in der Arbeitspraxis gelebt. Gegenüber der Konkurrenz ist diese Erkenntnis und diese Erfahrung ein Privileg, das optimal genutzt werden sollte, und dies nicht nur von einer Geschäftsleitung oder dem höheren Kader, sondern von allen im Unternehmen bzw. in der Institution tätigen Menschen.

Steigerung der Kreativität bei Vorgesetzten und Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen

Bei der Suche nach Lösungen beschränke ich mich auf das Potenzial der in einer Unternehmung oder Institution tätigen Menschen, Vorgesetzten, sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein Lösungsansatz soll hier beschrieben werden und zum Nachdenken anregen:

Die Steigerung der Kreativität in allen Bereichen unserer Tätigkeiten

Diese Thematik habe ich ausgewählt, weil ich in meiner über dreissigjährigen beruflichen Praxis feststelle, dass Kreativität in der Führungspraxis, z.B. bei den Themen Personalbetreuung (Absenzenwesen, Fluktuationen), Personalmotivation, Konfliktbewältigung, weiter entwickelt werden könnte. Nutzen wir doch unsere Branchenprivilegien und nehmen wir die Herausforderungen eines neuen, zukunftsgerichteten, flexiblen Führungsstils an!

In der Regel wird meines Erachtens zu viel Gewicht auf das mengenmässige Umsatzziel, das Endergebnis, das Endprodukt bzw. die Prüfungsnoten gelegt, statt auch auf die heimtückischen und gefährlichen Fallen zu achten, die auf dem Weg dorthin lauern und meistens psychologischer Art sind.

Kommt es nicht immer noch vor, dass Vorgesetzte Mitarbeiterideen oder Lösungsvorschläge bereits im Ansatz verhindern, oder allgemein den ausführend Tätigen viel zu wenig zugetraut wird?

Innovatives Denken und Handeln, gutes Teamwork – auf allen Hierarchieebenen – ist für das Überleben in der neuen Zukunft lebensnotwendig. Betriebsklima, Führungsstil und Organisationsstruktur – sei es im Betrieb oder in der Schule – nehmen an Bedeutung zu. Eine diesbezügliche Standortbestimmung lohnt sich in jedem Fall. Je nach Ergebnis dürfen Sie sich selbst gratulieren, oder es besteht Handlungsbedarf sich hier zu verbessern.

Wie können wir die Kreativität steigern?

Kreativität zeigt sich überall dort, wo neue, unkonventionelle Lösungen gefunden, neue Verfahren eingesetzt, neue Wege begangen, Bestehendes neu gestaltet, neues Denken eingeschlagen oder neue Formen gewählt werden. Das Hervorheben vom Neuen muss als wesentlichstes Merkmal der Kreativität angesehen werden.

Um im Unternehmen und für das Unternehmen kreativ erfolgreich tätig zu sein, bzw. in der Schule die Lernkultur weiter zu entwickeln, sind entsprechende Freiräume und ein situativ-kooperativer Führungsstil zu schaffen. Führungstalente und Neuerer sind zu fördern, die Risikobereitschaft ist angemessen zu erhöhen, Kreativität ist gefragt und wird – materiell oder immateriell – honoriert. Eigeninitiative, sowohl der Einzelnen wie auch der Gruppe, wird gepflegt. Es wird Wert auf Zwangslosigkeit gelegt und der informelle inner- wie ausserbetriebliche Gedanken- und Erfahrungsaustausch wird gefördert.

Die Zukunft in der Textilindustrie ist spannend; nehmen wir die Herausforderung an, zum Wohlergehen der Branche, des einzelnen Betriebes und nicht zuletzt unserer eigenen Persönlichkeitsentwicklung.

Kreativ in diesem Sinne kann also jeder Mensch sein, der kreativ sein will und sich selbst nicht zu stark im Wege steht, weil vielleicht seine Mutlosigkeit, sein mangelndes Selbstvertrauen oder seine negative Einstellung ihn daran hindert.

Eigenschaften kreativer Menschen:
Kreative Menschen verfügen u.a. über Persönlichkeitsmerkmale, die lernbar und entwicklungsfähig sind, so sind sie:

- ***neugierig (offen und interessiert für alles, was um sie herum passiert)***
- ***gute Zuhörer und Beobachter (hören aktiv und konzentriert zu)***
- ***können mit Gedanken spielen (in der Lage, sich von Gewohnheiten zu befreien)***
- ***ausdauernd und «hartnäckig» (haben hohes Durchhaltevermögen)***
- ***feinfühlig, emotional (sensibel, hören auf «innere» Stimme)***
- ***selbstbewusst, selbstsicher (Mut zum Risiko, grosses Selbstvertrauen)***
- ***optimistisch (denken positiv, Probleme sind da, um sie zu lösen!)***