

Wer kann unsere Zukunft retten?

Digitalisierung, Demografie, Umwelt, Arbeitswelt, Migration, weitere Verwerfungen – die Veränderungen kommen aus verschiedenen Richtungen auf uns zu. Aber wer soll den aktuellen und künftigen Herausforderungen begegnen? Wer soll diese gestalten? Welche Fähigkeiten werden dafür benötigt?

Es sind die Menschen und Organisationen, die über »Unternehmerische Intelligenz« verfügen. Ihre unternehmerischen Fähigkeiten ermöglichen es ihnen, einen Schritt nach vorne zu gehen und für ihre Entscheidungen die Verantwortung zu übernehmen. Es gibt also Hoffnung. Wir müssen nicht wieder auf den einen starken Mann oder die Avengers warten oder darauf, dass Vater Staat endlich alles für uns regelt.

Nach „Scheitern ist Scheiße“ und „White Strategy“ legen Michael Reiß und seine Co-Autoren nunmehr den letzten Band der unternehmerischen Trilogie vor. Gefordert wird ein Perspektivenwechsel, denn Begriffe wie „unternehmerisches Denken und Handeln“ oder „unternehmerisch“ werden in einen neuen Kontext gesetzt. Diese Formulierungen sind hier nicht ausschließlich auf das Berufsfeld „Selbstständige Tätigkeit“ zu beziehen.

»Unternehmerische Intelligenz – Made in Germany« beleuchtet das in unserem Sozialisierungsraum noch zu gering ausgeprägte gesellschaftliche Ansehen des Unternehmerischen und die diesbezüglich vielfach errichteten Barrieren und Blockaden. Dazu gehören beispielsweise unser sehr ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis, ein antiquiertes Bild des Unternehmertums bis hin zum fehlenden ökonomischen Verständnis.

Solche gelernten Einstellungen sowie fehlendes Wissen sind nicht isoliert, sondern diffundieren logischerweise in die Organisationen und sind deshalb auch dort zu finden: in Unternehmen, in Institutionen und der Politik.

Konsequent wird daher gefragt, wie diesen limitierenden Einflüssen begegnet werden kann. Interessanter Blickwinkel dabei: „Unternehmerisch“ nicht nur auf selbstständige Unternehmer beziehen – das unternehmerische Universum weitersehen. Damit kann das Unternehmerische sichtbar werden und es kann auch deutlich machen, dass in vielen von uns mehr unternehmerisches Potenzial steckt als wir vermuten.

Im Zentrum des Buches steht dabei der Begriff der »Unternehmerischen Intelligenz«, wie sie von einzelnen Entre- und Intrapreneuren, aber auch ganzen Organisationen entwickelt werden kann und wie sie ebenso bei engagierten Menschen (»Initiativpreneuren«) in sozialen Gruppen wie beispielsweise in Vereinen schon vorzufinden ist. Die Autoren verstehen darunter Fähigkeiten und Verhalten im Zusammenhang mit unternehmerischer Aktivität. Unterschieden wird hier in Initial-, permanente und situative Fähigkeiten.

Sie zeigen weiterhin auf, dass unternehmerische Aktivität mit einer Idee und der damit verbundenen Gewinnerwartung beginnt. Diese Erwartung kann materiell (Rendite) oder immateriell (wie z.B. Reputation, Anerkennung) orientiert sein. Es folgen Überlegungen zum damit verbundenen Ressourceneinsatz. Auch dieser kann materiell, z.B. auf Geld bezogen werden oder immateriell zur Verfügung gestellt werden – denken wir hier z.B. an Zeit und mentale Kraft. Dann wird das Risiko betrachtet. Einher geht damit die Frage der Einschätzung hinsichtlich

eines möglichen Verlustes oder Teilverlustes der eingesetzten Ressourcen oder einer nicht eintretenden Gewinnerwartung. Diese Überlegungen schließen mit der Investitionsentscheidung ab, wofür die Verantwortung übernommen wird.

Reiß und sein Team liefern sogar einen Ansatz für Dokumentation, Analyse und Bewertung der aufgeführten Fähigkeiten, um Lücken und Entwicklungspotentiale erkennbar zu machen. Die Autoren verdeutlichen, dass unternehmerische Fähigkeiten tatsächlich gelernt, entfaltet und gestärkt werden können und greifen dabei auf Erfahrungen aus über zwei Jahrzehnten zurück. Die Erkenntnisse basieren auf dem Einsatz der White Strategy-Methode und des dazugehörigen Instrumentariums »Conceptem« in Start-ups, Unternehmen, Hochschulen und Institutionen.

»Unternehmerische Intelligenz – Made in Germany« versteht sich als Impuls, wie wir in unserem Sozialisierungsraum mit dem Unternehmerischen umgehen wollen und wie wir zu einem anderen Verhältnis im Umgang mit Veränderungen gelangen können. Denn wenn wir erkennen, dass viel mehr Menschen – vielleicht sogar Du/Sie selbst – unternehmerisch aktiv sind, ändert sich dann die Beziehung unserer Gesellschaft zum Unternehmerischen? Wenn diese Menschen ihr Handeln als unternehmerische Aktivität einordnen, werden ihnen dann die daraus entstehenden positiven gesellschaftlichen Wirkungen bewusst? Würde dies vielleicht sogar das Innovations- und das Investitionsklima begünstigen?

Unternehmerische Intelligenz – Made in Germany

ISBN 978-3-9823931-1-7

19,95 Euro

Erhältlich unter conceptem.de oder im stationären Buchhandel

Zur »**Unternehmerischen Trilogie**« gehören weiterhin folgende Titel:

§ Scheitern ist scheiße – von der Klugheit, unternehmerische Fehler zu vermeiden
ISBN 978-3-9814343-8-5

§ White Strategy – von der Kunst, unternehmerische Zukunft neu zu denken
ISBN 978-3-9814343-7-8

Erhältlich unter conceptem.de und im Buchhandel

Kontakt

CONCEPTEMverlag

Michael Reiß

info@conceptem.de

0 61 31 / 570 22 - 10

www.conceptem.de

5.220 Zeichen inkl. Leerzeichen
