



Michèle B. Labdi – b&s Beratung und Service für Sachbuchautoren

Warum sollte ein Unternehmer seine Biografie schreiben?

Sein eigenes Leben in ein Buch zu packen und zu verschenken oder im Buchhandel zu sehen, das hat schon etwas, vor allem ist es nicht ganz einfach. Damit muss man umgehen können.

Vielleicht erklärt das die Zurückhaltung mancher, die, auf eine Biografie angesprochen, ihr Leben nicht für so wichtig halten. Die Scheu und die Gegenargumente sind zu groß – auch, oder gerade wenn es um die Geschichte von Unternehmen und Unternehmern geht, die ja an sich schon öffentliche Personen sind.

Unternehmer stehen in der Öffentlichkeit, mit ihren Produkten, ihren Werbemaßnahmen, ihren Stellenanzeigen, mit Mitgliedschaften in Vereinen und Organisationen u.a.m. Der Unternehmer repräsentiert sein Unternehmen, immer und überall. Die Frage ist: Wo bleibt der private Mensch?

So mancher Unternehmer hat sich schon gefragt, wo denn sein Privatleben bleibt, bei all der Arbeit. Privatleben heißt, sich geben zu können, wie man ist, ohne an Konventionen und Folgen zu denken, ohne auf Image und den Ruf des Unternehmens achten zu müssen. Das ist schwierig.

Privatleben heißt aber auch, Zeit für sich zu haben, Zeit sich mit sich selbst zu beschäftigen, nachzudenken, seine Lebensplanung im Auge zu behalten, sich Fragen zu stellen und Antworten bei sich selbst zu suchen.

Hier vermischen sich die Personen wieder: Der Privatmensch und der Unternehmer. Über sein Leben nachzudenken heißt für den Unternehmer immer auch, über sein Unternehmen nachzudenken.

z.B.

- So wie mein Unternehmen heute ist, war das so geplant? Stimmen Ziele und Ergebnisse überein?
- Wie habe ich angefangen, was ist daraus geworden, wohin geht es in der Zukunft?
- Wie hat sich mein Privatleben neben der Firma verändert? Wie habe ich mich verändert?
- Lebe ich heute besser als früher? Wie und wo will ich in Zukunft sein?
- Bin ich glücklich? Und wenn nicht: Woran liegt es? Was soll anders werden? Was ist zu tun?

Fragen, die sich alle Menschen hin und wieder stellen, egal wo sie arbeiten.

Für den Unternehmer jedoch können die Antworten wertvoll sein in Bezug auf die Führung seiner Geschäfte. Vielleicht ändert sich die Ausrichtung des Unternehmens, die Strategie, die Beziehungen zu Lieferanten und Kunden. Vielleicht ändern sich die Angebote, die Produkte, die Standorte.

Jede Frage wird zu neuen Ideen führen. Oder „alte Ideen“, die „damals“ zum Erfolg geführt haben, werden wieder entdeckt.

Die Arbeit an einer Biografie ist ohne diese Fragen nicht denkbar, d.h. man muss bereit sein, sie sich zu stellen und ehrlich sich selbst gegenüber zu beantworten. Dies ist ein Prozess, der nicht im Schnelldurchgang erledigt ist.

.....

Warum sollte also ein Unternehmer seine Biografie – oder die Geschichte seines Unternehmens – schreiben?

1. Erinnerungen sammeln
2. Persönlichkeit zeigen, Vorbild sein
3. Wissen, Erfahrungen weitergeben
4. Image und Firmenleitbild
5. Etwas hinterlassen, ein Stück Geschichte schreiben

1. Erinnerungen sammeln

Erinnerungen begleiten uns unser ganzes Leben lang und wir geben sie von Natur aus gern an andere weiter, d.h. wir teilen sie gern mit uns nahe stehenden Menschen. Der eine hält sie schriftlich fest (z.B. in einem Tagebuch oder in Briefen), der andere erzählt seine Geschichten, vielleicht unterstützt durch ein Fotoalbum.

Warum tun wir das? Was liegt uns daran, unser Leben in Worten auszudrücken?

Es ist ein Unterschied, ob wir einfach leben und dabei von anderen Menschen beobachtet und beurteilt werden, oder ob wir uns selbst ausdrücken, unsere eigene Meinung zu den Dingen sagen, die wir tun.

Uns ist wichtig, anderen begreiflich zu machen, warum wir etwas tun oder getan haben. Wir wollen den Sinn unseres Tuns (unseres Lebens) fassen und anderen vermitteln. Sei es, um Mißverständnisse zur eigenen Person auszuräumen oder um anderen damit ein Beispiel zu geben und zu sagen: „Bei mir war das so, vielleicht hilft dir das bei deiner Entscheidung.“

Eine Frage, die sich so mancher stellt: „Was bleibt von mir nach meinem Tod?“

Auch das liegt in unserer Natur. Wir wollen nicht einfach nur leben und dann gehen. Wir

wollen wissen, was danach kommt. Und wir wollen etwas von uns hinterlassen, etwas sinnvolles. Auch deshalb sind unsere Erinnerungen so wertvoll.

2. Persönlichkeit zeigen, Vorbild sein

Wie schon gesagt, es gehört etwas Mut dazu, offen über sein Leben zu reden.

Wie oft plagen uns Selbstzweifel, ob das alles so gut und richtig ist, was wir tun. Das geht auch Unternehmern so.

In dieser Auseinandersetzung sind wir allein mit uns. Uns fehlt der „Blick von draußen“, wir stecken zu sehr fest, um manche Dinge klar sehen zu können. Andere beurteilen uns vielleicht als stark und mutig, bewundern oder beneiden uns und wir merken es gar nicht, weil wir so in unseren Zweifeln festsitzen und uns damit wertvolle Energien blockieren. Wir steuern direkt in ein „Burn-out“ hinein, dabei gäbe es dafür überhaupt keinen Grund. Wenn wir klar sehen könnten.

Das Schreiben einer Biografie ist wie der „Blick von draußen“. Unsere inneren Bilder werden hinterfragt und geprüft, wir suchen die Wahrheit über uns selbst und können es uns jetzt nicht mehr leisten, uns Selbstzweifeln hinzugeben. Wir werden aktiv, es bewegt sich etwas, wir sind bereit, uns zu stellen.

Und plötzlich fallen uns all die guten Dinge ein, die wir schon geschafft haben. Wir werden innerlich daran wachsen, weil wir uns die Zeit genommen haben, uns an unsere Erfolge zu erinnern. Und so werden wir auch aktuelle Entscheidungen aus anderen Gedanken heraus fällen. Wir strahlen andere Energien aus.

Gerade in Krisenzeiten kann es wichtig sein, sich an vergangene Erfolge zu erinnern, um daraus Kraft zu schöpfen, um sich und anderen zu sagen und zu zeigen: „Wir haben es schon einmal geschafft, dann schaffen wir das jetzt auch.“

Nicht umsonst empfehlen erfolgreiche Mentaltrainer das Führen eines Erfolgstagebuches. Der Effekt ist eine gleichbleibende positive Grundstimmung, ein Erfolgsbewusstsein. Wir können nur gewinnen.

3. Wissen, Erfahrungen weitergeben

Wozu studieren und plagen wir uns, wenn wir unser Wissen dann nicht weitergeben?

Es gibt hier zwei Lager: Die Konkurrenzdenker und die Kooperationsdenker.

Die, die meinen, Wissen ist Macht, und die deshalb möglichst nichts davon weitergeben und lieber alles selber machen, als etwas voller Vertrauen in andere Hände abzugeben. Und die, die ihr Wissen teilen, die die Zusammenarbeit suchen, die sich austauschen, denn es kommt immer auch etwas zurück. Und manchmal hat man im Gespräch mit anderen gerade die zündende Idee, nach der man schon so lange gesucht hat. Einfach so.

Für Unternehmer kann bestimmtes „Wissen“ geschäftsentscheidend sein. Es wird hoch gehandelt, sei es in Form von Lizenzen, Verfahren oder Maschinen oder erfahrenen Mitarbeitern, die man um jeden Preis in der Firma halten will. Dieses Wissen werden wir in einer Biografie nicht verraten.

Es gibt jedoch auch Erfahrungen auf der menschlichen Seite, die ein Unternehmer frei und unbeschadet weitergeben kann. Denn auf der Suche nach unserem persönlichen Erfolg sind wir uns alle ähnlich. Da gibt es die eine oder andere kleine Geschichte, über die wir noch Jahre später lachen können oder uns wundern, wie blauäugig wir als Existenzgründer waren.

Wir haben gelernt, Entscheidungen allein zu treffen, Lieferanten zu besseren Konditionen zu überreden, Verträge nach unseren Regeln zu machen, Strategie und Management zu überdenken, wir haben einen funktionierenden Vertrieb aufgebaut, die ersten internationalen Kontakte geknüpft usw. usf. Wir beherrschen all die Tricks, die teure Erfolgstrainer in Seminaren vermitteln und haben unsere eigene Meinung dazu. Wir wissen, was funktioniert und was nicht.

All das ist es wert, einmal aufgeschrieben zu werden. Ganz so, als würden wir unseren Enkeln all unsere Geschichten erzählen.

4. Image und Firmenleitbild

Jedes Unternehmen hat eine Philosophie, ein Leitbild, auch wenn sie bzw. es nirgends aufgeschrieben steht. Auch wenn sich der Gründer noch keine Gedanken darüber macht, ein Image hat er, ob er will oder nicht. Nun liegt es an ihm, die Sache einfach laufen zu lassen oder aktiv etwas dazu zu unternehmen, z.B. einmal darüber nachzudenken.

Aber nicht nur dem Gründer stellt sich dieses Problem. Irgendwann einmal ist es in Mode gekommen, sich ein Firmenleitbild zuzulegen, dieses dann auch unbedingt schriftlich festzuhalten und den Mitarbeitern der Firma zu vermitteln. Es sollte gewährleistet werden, dass alle Beteiligten sich mit der Firma identifizieren und das auch so nach außen tragen. Zusammenhalt war wichtig und das Image, das man von sich (von der Firma) vermitteln wollte.

Hat es funktioniert? Kann man sich ein „Image“ aufsetzen wie einen neuen Hut? Man kann, und das kostet auch richtig Geld. Aber dem neu geschaffenen Image wird immer eins gegenüberstehen: Nämlich das gewachsene, natürliche, unterbewusste, das, das der Gründer mitgebracht hat, die Seele, die er seinem Unternehmen eingehaucht hat.

Es geht um die Art und Weise, wie man mit Menschen spricht, wie man mit ihnen umgeht, wie man zusammenarbeitet. Diese Beziehungen prägen das Image der Firma mehr, als jedes aufgesetzte Schriftstück oder jede groß angelegte Image-Kampagne. Unternehmen sind von Menschen gemacht, für Menschen – für die Kunden, für die Mitarbeiter, für die Geschäftspartner.

Auch wenn Unternehmen wachsen und Zuständigkeiten sich plötzlich auf viele verschiedene Menschen verteilen, solange die Beziehungen im Inneren stimmig sind, werden es auch die Beziehungen zu den Partnern außerhalb der Firma sein.

Aber das gute Verhältnis den eigenen Mitarbeitern gegenüber ist leider in vielen größeren Unternehmen verloren gegangen oder es wird ihm nicht die nötige Aufmerksamkeit gewidmet. Gründe dafür gibt es viele.

Und werden Maßnahmen dagegen eingeleitet, haben sie oft nicht den gewünschten Erfolg. Maßnahmen berühren die Menschen nicht wirklich („Maß-nahmen“ kommt von „Maß nehmen“ - und wenn mir jemand maß-nimmt, dann liebe ich ihn nicht dafür, soviel ist klar!).

Was hier wirkt, ist viel subtiler. Es ist wie mit dem Erfolgstagebuch – eine Grundstimmung, die besser positiv sein sollte, ein gemeinsames Erfolgsbewusstsein, ein Zusammenhalt, der echt ist und nicht nur von 9:00 bis 17:00 aufgesetzt. Aber wie erreicht man das?

Wie erreicht man, dass sich Menschen „identifizieren“? Womit sollen sie sich identifizieren?

Ich kann mir nicht vorstellen, dass man das mit einer Firma kann oder mit einem Leitbild. Nein. Aber mit einem anderen Menschen könnte ich mich identifizieren.

Wenn ich etwas mehr über ihn weiß, über seine Beweggründe, warum er etwas tut, wenn ich ihn verstehen kann, wenn ich merke, dass er ehrlich ist und „auch nur ein Mensch wie du und ich“. Das macht es leicht, sich zu identifizieren. Zumindest könnte eine Freundschaft daraus werden, wenn wir auch nicht immer einer Meinung sind. Dennoch könnten wir zusammenhalten, egal was da von außen auf uns zukommt.

Ist es nicht das, was sich Unternehmer und Manager von ihren Mitarbeitern wünschen? Ist es nicht das, was sie meinen, wenn sie sagen, sie wünschen sich „unternehmerisch denkende Mitarbeiter“? Wollen sie nicht einfach nur verstanden werden und jemanden haben, der mit ihnen mitzieht, ohne viele Worte und Anweisungen, einfach so auf menschlicher Basis. Meinen sie nicht das, wenn sie sagen „teamfähig“?

Und hat das nicht alles auch etwas mit Vertrauen zu tun? Vertrauen gegen Vertrauen. Und hier sollte der Unternehmer den ersten Schritt machen, z.B. indem er seine Lebensgeschichte erzählt.

Wenn der Mitarbeiter weiß, mit wem er zusammen arbeitet und was diese Firma ihrem Gründer bedeutet, dann könnte es ihm leichter fallen, sich zu identifizieren. Dann erst wird er ein Teil des Ganzen.

5. Etwas hinterlassen, ein Stück Geschichte schreiben

Schon Goethe hat sich Gedanken darüber gemacht, ob und warum ein Mensch seine Biografie schreiben sollte. Zitat: „Ich halte den, der es thut, für den höflichsten aller Menschen.“

Höflich deshalb, weil er andere teilhaben lässt, weil er seine Erfahrungen nicht allein für sich behält, weil er ein Stück seiner Zeit beschreibt, in der er lebt und weil von diesen Beschreibungen spätere Generationen noch Eindrücke entnehmen können über das Leben und die Gesellschaft von „damals“...

Goethe betrachtet Biografien und Autobiografien immer auch als ein Stück Gesellschafts- bzw. Zeitgeschichte, was sie zweifellos sind, wenn ein Buch die Zeiten überdauert. Und Unternehmerbiografien sind auch ein Stück Wirtschaftsgeschichte.

Gerade im Hinblick auf die Unternehmensnachfolge (sei es innerhalb der Familie oder durch die Gewinnung von externen Nachfolgern) kann es interessant sein, die Geschichten aus der Gründerzeit festzuhalten.

Es werden nicht nur Maschinen vererbt, nicht nur neue Verträge gemacht, es werden auch Ideale zu treuen Händen weitergegeben, immer mit der Hoffnung, der Nachfolger möge das Unternehmen „im eigenen Sinne“ weiterführen. Es wird ein „Sinn“, ein persönlicher Wert weitergegeben.

Das schwierige ist, dass diese Dinge nicht recht greifbar sind. Man muss ein Gespür dafür haben und die Bedeutung dieser „weichen“ Faktoren kennen. Oft weiß man über deren Wichtigkeit mehr, wenn sie erst verloren gegangen sind.

Doch soweit muss es nicht kommen. Wenn man als Unternehmer nicht nur sein Unternehmen mit seinen realen Werten hinterlässt, sondern auch seine persönlichen Gedanken dazu.

.....

Sicher gibt es noch viele andere Gründe, warum jemand, insbesondere ein Unternehmer, seine eigene Biografie, bzw. die Geschichte seiner Firma aufschreiben sollte.

Es ist z.B. auch eine ausgezeichnete Marketing-Idee, ein exklusives Werbegeschenk, das im Gedächtnis bleibt, außerdem im Bücherschrank (und nicht im Papierkorb) und vielleicht ist die Geschichte so gut, dass das Buch auch noch an Freunde und Bekannte weitergereicht wird.

Vielleicht gibt Ihnen Ihre Biografie auch das gute Gefühl, etwas abgeschlossen oder „vollendet“, Ihrem Lebenswerk noch den letzten Schliff gegeben zu haben.

Hier kommen Sie ganz persönlich zu Wort. Hier sagen Sie, wie Sie das alles sehen bzw. wie es „gemeint“ war, falls es sich anders entwickelt hat. Den Lesern wird es die Augen öffnen und mit Sicherheit auch die Herzen. Denn das Leben der Erfolgreichen interessiert uns doch irgendwie alle, oder?