

Eine kleine Ameise wird zum großen Vorbild

„Managen wie die Natur“ – Workshop für Unternehmer auf einer Waldbühne im Nationalpark

Neuschönau. Das hatten die Teilnehmer bisher selten erlebt. Ein Workshop, der sich nicht nur um die Natur drehte, sondern auch auf einer großen Waldbühne mitten im Nationalpark stattfand. Geschützt von Wind und Wetter unter einer pneumatischen Zelle – eine aufgeblasene transparente Tagungsstätte vom Wiener Architekten Thomas Herzig. Zusammen mit der IHK Niederbayern und dem Bayonik-Netzwerk veranstaltete die Kreativwerkstatt Atelier & Friends aus Grafenau einen Workshop für über 45 Unternehmer und Führungskräfte aus der Region.

Dick eingepackt mit Jacken, Schals und Handschuhen wurde versucht, dem kalten Herbstwetter zu trotzen. Ein langer Regenschauer hatte den Tagungsort am Vortag unter Wasser gesetzt und erst nach der Kaffeepause konnte vom Hans-Eisenmann-Haus auf die Waldlichtung umgezogen werden. Dieter Hilgärtner, Innovationsberater der IHK, nahm das Wetter und die wetterfeste Kleidung als Symbol für den Workshop, „denn Innovatives bedarf der nachhaltigen Umsetzung – äußeren Umständen zum Trotz.“

Offen für neue Sichtweisen, das war die Voraussetzung für alle Teilnehmer an der eintägigen Veranstaltung. Sich nicht zu lange auf einem „Gleichgewicht“ im Unternehmen ausruhen oder für Innovationen auch mal Querdenker ins Firmenboot holen, schlug Referentin Dr. Ursula Diepolder vor. Die Ökologin holt sich ihre Anleihen aus einem „Erfolgsunternehmen, das seit Jahrtausenden nicht pleite gemacht hat“ – der Natur. Pflanzen, die es verstehen, ihr Überleben zu sichern, indem sie ihre „Kunden“ durch Lockstoffe und Farben ansprechen. Oder der im Winterschlaf liegende Bär, der seine „Ressourcen managt“ um seine Energie optimal zu nutzen.



Geschützt durch eine transparente Zelle verbrachten die Teilnehmer den Workshop mitten in der Natur. – F.: Poschinger

Einen Einblick in „lebende Systeme“ gewährte der Österreicher Markus Pühringer. Mit einer trivialen Maschine, die immer zu hundert Prozent dasselbe Ergebnis erzielt, seien Unternehmen und Organisationen nicht zu vergleichen. „Es vermittelt uns immer wieder eine Kontrollierbarkeit, wo keine ist, da lebende Systeme eine Rolle spielen“, sagte Pühringer. Manager seien aber auch ein Teil des Systems und könnten den Verlauf in eine gewünschte Richtung lenken. Voraussetzung sei jedoch das

Schärfen der Aufmerksamkeit – etwa mit der Fünf-Sinne-Diagnostik: Wie wird und soll eine Marke wahrgenommen werden? Dem folge der so genannte „Markencode“, der für Pühringer jedes Produkt von dem nächsten durch seine festgelegten „Gene“ abgrenze.

Der Workshop stand unter dem Titel „Gevologik“. Eine Konstruktion aus den Wörtern Genetik, Evolution und Logik. Für den Grafenauer Lothar Nebl beinhalten Unternehmen und die Entwicklung von Marken ähnliche Struk-



Eine neue Erfahrung war es auch für die drei Referenten Markus Pühringer (von links), Dr. Ursula Diepolder und Lothar Nebl.

turen wie sie bereits Charles Darwin in seiner Evolutionstheorie formulierte. Natürliche Selektion und Mutationen lassen unterschiedliche Varianten entstehen. „Divergenz kann auch am Beispiel eines Getränke-Zweigs gesehen werden: aus Sprudel im Mineralwasser wurden anregende kohlenstoffhaltige Getränke, bereichert mit Koffein, bis hin zu den Energydrinks“, brachte Nebl ein Beispiel.

Anschließend ging es auf eine einstündige Exkursion durch den Nationalpark, um die Natur hautnah zu erleben. Wie das Bionik-Netzwerk arbeitet, konnte dabei direkt nachvollzogen werden. Dieser Zusammenschluss von Firmen aus Bayern nimmt sich für Innovationen Anleihen aus der Natur. So entstanden Fenstergläser mit selbst reinigendem Lotus-Effekt oder hochstabile Fahrwerks- und Karosserieteile nach dem Prinzip des Baumwachstums. – apo