

go-ahead.at, Mai 2011

<http://www.go-ahead.at/index.php?id=1104>



Power Breakfast 59 mit Selma Prodanovic und Philipp Mosetter

Selma PRODANOVIC und Philipp MOSETTER über Veränderungsprozesse in der Kommunikation, Wertewandel in Unternehmen und den Einfluss des Einzelnen.

Selma PRODANOVIC spricht darüber, welchen Unterschied jeder einzelne Mensch machen kann.

Sie rät, in Unternehmen mehr auf die Kraft der einzelnen Mitarbeiter zu achten. Jeder kann Stimmung machen – im positiven wie im negativen Sinn. Der Einfluss des Mitarbeiters ist deshalb nicht zu unterschätzen – vor allem über seine Kontakte in den persönlichen wie auch den Social Media-Netzwerken; oder über die informelle Kommunikation („Tratsch an der Kaffeemaschine“), die neben der formellen Kommunikation in Meetings oder Konferenzen, in jedem Unternehmen stattfindet. Zu verändern sind in Zukunft auch die corporate structures. Heutige Unternehmensstrukturen werden nicht mehr bestehen können. Es wird eine Bottom-up Entwicklung geben und schon jetzt gilt es, komplementäre Unternehmensstrukturen schaffen. Anstelle von großen, unbeweglichen Organisationen treten viele kleine Einheiten, die mit ihren jeweiligen Netzwerken viel schaffen können. Sie können schneller und flexibler agieren als große Unternehmen.

Prodanovics Aufruf zum Schluss - aktiv sein und etwas bewirken, Veränderungen bewirken. Wie viel traut sich jeder einzelne zu? Nur wer nichts tut, kann keine Fehler machen.

Philipp MOSETTER spricht über die Good Economy und warum Marketing noch lange keine Haltung ist.

„Das Gute“ erscheint immer mehr als bloße Marketingtechnik. Vieles wird als „Öko“ oder „nachhaltig“ präsentiert und ist doch nichts anderes als „greenwashed“. Mosetter macht deutlich, dass die innere Haltung immer entlarvt wird. Egal, wie sie auch formuliert wird oder unter welchem Deckmäntelchen sie sich verbirgt. Beispiel CSR (Corporate Social Responsibility) – sozial verträgliches Verhalten. Wenn das einem Unternehmen erst beigebracht werden muss, ist es ganz offensichtlich nicht zu den Kernkompetenzen zu zählen. Marketing soll alles können und alles ersetzen – Können, Haltung, Wissen, Überzeugung. Auch die Politik fokussiert immer mehr darauf, sich vor allem gut zu verkaufen. Abgehobenheit wird zum wirtschaftlichen Prinzip. Es werden Almosen gegeben, statt eine rechtliche Basis zu schaffen. Spenden sind willkürlich und unberechenbar – gerade die Problemfelder dieser Welt benötigen aber Stabilität und Rechtsicherheit. Mosetter gibt den Teilnehmern noch den Rat mit auf den Weg, mehr auf die Haltung zu achten, dann könne man sich die Worte und das Marketing sparen.

[offnen] » GO AHEAD! Movies: <http://www.go-ahead.at/>
[offnen] » Vortrag Selma PRODANOVIC: <http://www.go-ahead.at/>
[offnen] » Vortrag Philipp MOSETTER: <http://www.go-ahead.at/>



Selma PRODANOVIC



Philipp MOSETTER



BRAINSWORK

