

KMU-TAG-STUDIE 2011 ZUM QUERDENKEN

Hier sind einige wichtigste Resultate der KMU-Tag-Studie 2011 zusammengefasst, welche vom KMU-HSG im Vorfeld des Schweizer KMU-Tages durchgeführt wurde.

Urs Fueglistaller, Alexander Fust & Dominik Burger, 28.10.2011

Die ausführlichen Resultate und Erläuterungen sind im Memberbereich von www.kmu-tag.ch verfügbar, für den die Teilnehmenden ein Passwort zugestellt erhalten.

Wem's gegönnt ist, aus entsprechender Distanz das Schaffen der KMU zu betrachten, der könnte leicht meinen, dass dieses Treiben wenig mit Kreativität zu tun habe, da die eingeschliffene Prozesse und Routinen des Chefs, der Chefin und Mitarbeitenden so offensichtlich sind. Glücklicherweise darf sich jedoch jener wägen, der – wie wir vom KMU-HSG – die Dinge auch ganz nahe betrachten darf und gar in die Belange von KMU involviert ist. Denn: KMU haben immer mit Kreativität zu tun. Und der Wert des Querdenkens wird von allen Unternehmerinnen und Unternehmern als sehr bedeutend für die Kreativität und den Erfolg des Unternehmens angesehen. Eine unserer Grundthesen lautet deshalb: «Querdenken ist vor allem Liebe zur und Auseinandersetzung mit der Sache; aber machen wir nicht so eine Geschichte draus.» Oder, detaillierter gesagt:

- # *Machen wir nicht so eine Geschichte draus:* Querdenken ist Fakt. Jede und jeder praktiziert es.
- # *Auseinandersetzung mit der Sache:* Von berühmten Erfindern, Entdeckern und Querdenkern wissen wir: Sie alle sind oder waren besessen von ihrer Arbeit. Dabei denken, dachten sie quer, üben und übten es jeden Tag.
- # *Querdenken ist Liebe zur Sache.* Nicht nur die kognitive Auseinandersetzung mit der Sache ist für das Querdenken notwendig. Auch die emotionale Bindung mit dem Objekt, nennen wir es Liebe, ist essentiell.

- # Querdenken muss geübt werden und ist Lebensphilosophie und Anwendung zugleich: Lebensphilosophie meint hier die Einstellung und Arten, wie man das Leben glücklich meistert.

Der Wert des Querdenkens manifestiert sich als Ergebnis, z. B. die Zufriedenheit des Kunden zu gewinnen oder die Kreativität und Entwicklungsfähigkeit des Unternehmens zu fördern, womit wir beim Titel des KMU-Tages angelangt sind: Querdenken als Haltung und Mittel zum Zweck.

Das Geradedenken verläuft Schritt für Schritt und fundiert auf eingeübten Routinen. Das Querdenken als sein Gegenpol wird nach de Bono¹ durch folgende Grundsätze charakterisiert:

- # Es wird zugelassen, dass vorhandene Informationen subjektiv bewertet und selektiv verwendet werden. Details werden nicht analytisch, sondern intuitiv erfasst.
- # Gedankliche Sprünge und Assoziationen werden zugelassen, nicht jedes Zwischenergebnis muss richtig sein.
- # Ja/Nein-Entscheidungen werden vermieden. Auch nicht durchführbare Lösungen können ein Schritt zum besseren Verständnis des Problems sein.
- # Konventionelle Denkmuster werden in Frage gestellt, indem z. B. bewusst nach der unwahrscheinlichsten Lösung eines Problems gesucht wird.
- # Ausgangssituation und Rahmenbedingungen werden nicht als unveränderbar hingenommen.

Nun aber zu den Resultaten der KMU-Tag-Studie 2011.

RESULTATE DER UMFRAGE

Eckdaten der KMU-Tag-Studie 2011

An der KMU-Tag-Umfrage 2011 haben 509 Personen, davon 15.5% Frauen und 84.5% Männer im Alter von 24 bis 73 Jahren teilgenommen. Der überwiegende Teil der Befragten sind CEOs, (Mit)Inhaber und/oder haben Verwaltungsratsfunktionen in Familienunternehmen (meist als Aktiengesellschaften) inne.

Balance zwischen Quer- und Geradeausdenker

31% aller Befragten schätzen sich als (meist) Geradeausdenker, 19% als reine Querdenker und meist Querdenker ein. Die Hälfte der Befragten ist ausgewogen, also ungefähr zur Hälfte quer- und zur anderen Hälfte geradeausdenkend.

Zu unserer Überraschung fanden wir keine wesentliche Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Befragten, und auch nicht zwischen den Funktionen, die die Befragten in den Unternehmen haben.

Eine gewisse Skepsis ist da

Die Befragten brachten in einigen Punkten eine gewisse Skepsis gegenüber dem Querdenken auf. Insbesondere wird betont, dass eine Balance aus Querdenken und Ausführen von Vorgaben gefordert wird.

Selbsteinschätzung – Wie schätzen Sie sich selbst ein? Ich bin...

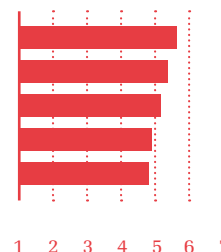


50% ● Sowohl-als-auch-Denker
31% ● Geradeausdenker und meistens Geradeausdenker
19% ● Querdenker und meistens Querdenker

Kehrseiten des Querdenkens

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu

Es braucht eine Balance zwischen Querdenken und Ausführen von Vorgaben
Den ganzen Tag querzudenken ist gefährlich
Querdenker führen auch zu Spannungen innerhalb eines Teams
Querdenken kann gefährlich sein, wenn dadurch vom Wesentlichen abgewichen wird
Die Umsetzung vom Querdenken erfordert viel Energie und Aufwand



Gemeinsam fällt Querdenken offenbar einfacher

Spannend wird es bei der Frage nach dem Ort des Querdenkens. Es fällt auf, dass die meisten Befragten an erster und zweiter Stelle beim Gespräch mit Kunden, Mitarbeitern oder Querdenkern und an dritter Stelle in ruhigen Momenten besonders gut querdenken können.

Das Ergebnis ist ambivalent: Sowohl in der aktiven Auseinandersetzung mit Kunden oder Experten kann man reflektieren, Gedankensprünge zulassen, sich von Querdenkern inspirieren lassen als auch in ruhigen Momenten, an denen man für sich alleine nachdenken kann.

Auffallend selten genannt wurden die vermuteten «Klassiker» unter den Querdenkerorte, also etwa langweilige Meetings, der Toilettenbesuch oder die Dusche/Badewanne.

Querdenkerorte – bei welchen Gelegenheiten/an welchen Orten können Sie besonders gut querdenken?

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu (Mehrfachantworten möglich)



**Je älter, desto mehr Querdenken am Arbeitsplatz,
je jünger, desto mehr Querdenken in der Freizeit.**

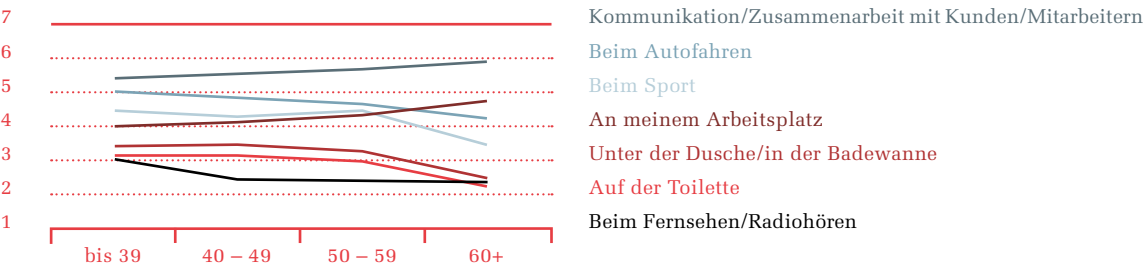
Beim Alter ist ein etwas kontroverses Bild erkennbar. Eine Vereinfachung sei hier erlaubt: Je älter, desto mehr Querdenken in der Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitenden und desto mehr Querdenken am Arbeitsplatz. Je jünger, desto mehr Querdenken beim Autofahren, beim Sport, unter der Dusche, auf der Toilette und beim Fernsehen. Damit steht viel Raum für Interpretationen parat.

Was ist los mit den Männern?

Auch beim Geschlecht der Befragten sind signifikante Unterschiede zu erkennen. Frauen weisen bei den folgenden Gelegenheiten signifikant höhere Einschätzungen als die Männer auf: beim Einschlafen, während Firmenpausen, bei der Anwendung von Kreativitätstechniken, während interessanten Meetings, in der Kommunikation mit Vorgesetzten und mit Querdenkern. Dieser Befund bietet Gesprächsstoff. Was ist los mit den Männern?

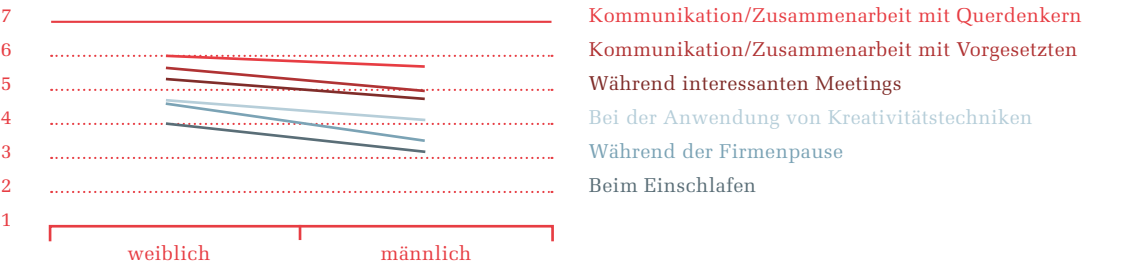
Unterscheiden sich die Querdenkerorte nach Alter?

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu



Unterscheiden sich die Querdenkerorte nach Geschlecht?

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu

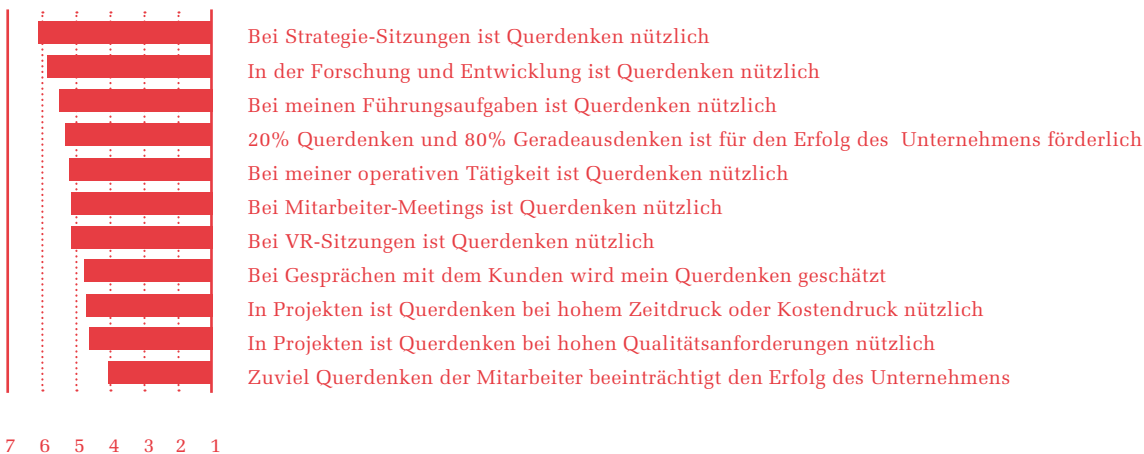


1/5 Querdenken

Der grösste Nutzen des Querdenkens wird vor allem bei Strategiesitzungen und Forschungs- und Entwicklungsprojekten gesehen, allerdings aber auch bei allgemeinen, operativen Aufgaben, Sitzungen und Gesprächen mit Kunden. Interessant ist auch die grosse Zustimmung zur Antwortmöglichkeit «20% Querdenken und 80% Geradeausdenken ist für den Erfolg des Unternehmens förderlich».

Nutzen des Querdenkens – Geben Sie bitte an, wie stark Sie den folgenden Aussagen im Kontext Ihrer Arbeit zustimmen.

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu

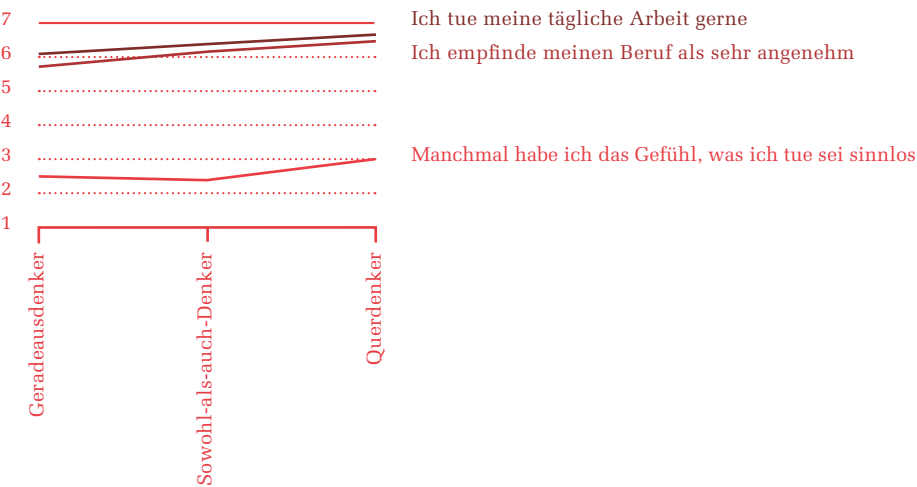


Querdenker sind kritisch, aber zufrieden

Unterschiede haben wir auch beim Zusammenhang zwischen der Arbeitszufriedenheit und dem Querdenken gefunden. Wie erwähnt haben wir die Befragten in die Gruppen «Geradeausdenker», «Sowohl-als-auch-Denker» und «Querdenker» eingeordnet. Querdenker «ticken» anders als die beiden anderen Gruppen. Querdenker arbeiten sehr gerne und empfinden ihren Beruf im Vergleich zu den anderen beiden Gruppen signifikant angenehmer. Im Hinblick auf den Sinn ihrer Arbeit sind sie jedoch signifikant kritischer als die beiden anderen Gruppen.

Querdenken und Arbeitszufriedenheit

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu

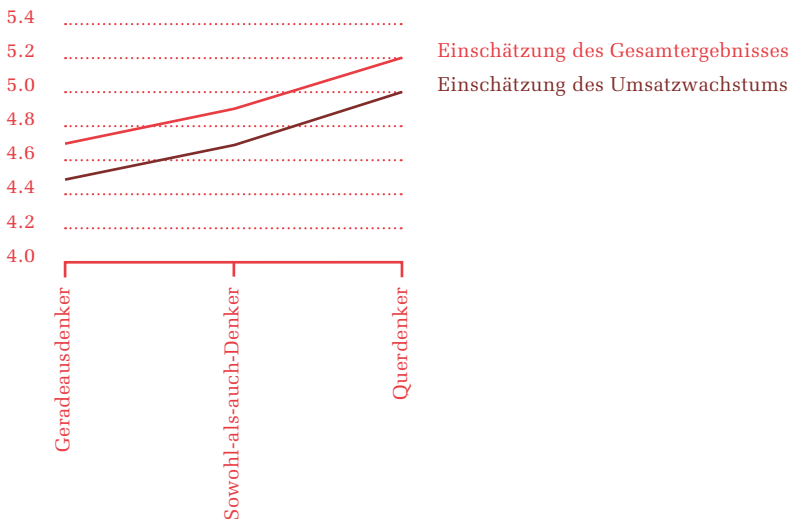


Querdenker schätzen sich besser ein

Beim Wettbewerbsvergleich schätzen sich die Querdenker hinsichtlich der Entwicklung ihres Gesamtergebnisses und ihres Umsatzwachstums für 2011 signifikant besser ein als die beiden anderen Gruppen.

Wettbewerbsvergleich

1 = stimme absolut nicht zu, 4 = neutral, 7 = stimme vollkommen zu



Querdenker handeln anders

Als zusätzliches Ergebnis hat die Untersuchung aufgezeigt, dass Querdenker gegenüber den anderen Gruppen signifikant anders handeln: Querdenkende...

- # stellen andauernd Fragen
- # sehen neue Ideen aufgrund ihrer Beobachtungen der Kundeninteraktion mit den Produkten und Dienstleistungen
- # lieben das Experimentieren
- # sind abenteuerlich und suchen andauernd nach neuen Erfahrungen und Ideen
- # arbeiten mit Analogien, um auf neue Ideen zu kommen
- # nehmen bewusst andere Perspektiven ein
- # studieren gründlich die Fachliteratur
- # sehen Verbindungen zwischen offensichtlichen und nicht zusammenhängenden Informationen und unabhängigen Themengebieten
- # finden im Alltagsleben immer Zeit, um nach neuen Ideen zu suchen
- # suchen dabei systematisch
- # sind überzeugt, dass sie mit ihrer Arbeitsweise innerhalb der Branche einzigartig sind.

MEINE QUER-GEDANKEN

Handwriting practice lines consisting of 20 horizontal dotted lines.