

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Sie erhalten heute den **1. Info-Brief 2017** der HumanProtect Consulting GmbH.

Welches Denken brauchen wir?

Denken ist die innere Beschäftigung mit Vorstellungen, Erinnerungen und Begriffen, um daraus eine Erkenntnis zu formen.

Aber Denken ist nicht gleich Denken. Denken ist vielfältig. Entsprechend wird Denken auch in vielfältigen Formen beschrieben:

Denken kann auf einem Einfall basieren, also spontan durch Gefühle, Situationen, Sinneseindrücke, Personen ausgelöst werden, oder es wird abstrakt-konstruktiv (über verallgemeinerte Erkenntnisse und Lehrsätze) entwickelt.

Denken kann automatisch ablaufen (unbewusst, absichtslos, unwillkürlich, mühelos).

Denken kann aber auch kontrolliert erfolgen (bewusst, absichtlich, freiwillig, aufwendig).

Es gibt ein Problemlösedenken (ausgelöst durch eine Diskrepanz zwischen einem Ist und Soll-Zustand), ein analytisches Denken (Analyse von Sachverhalten) und ein analoges Denken (assoziatives, spontanes Denken)...

Wie auch immer: Denken ist stummes Sprechen oder organisiert sich stärker bildhaft.

Neben diesen vielfältigen Denkformen lassen sich auch zwei sehr unterschiedliche Denkrichtungen festhalten: So kann das Denken stark darauf gerichtet sein, ein bestimmtes Ziel zu erreichen und alle dazu notwendigen Schritte zu erfassen (Top-down). Oder das eigene Denken startet ergebnisoffen bei eigenen Wahrnehmungen und Beobachtungen (Bottom-up) und formuliert erst danach ein Ziel. Dies können Sie bei trivialen Alltagsbeispielen wie etwa einer Reiseplanung gut beobachten: Wenn sie von Beginn an eine klare Vorstellung davon haben, wohin sie reisen wollen (wie lange, mit wem und zu welchen Kosten) werden Sie anders vorgehen als wenn sie „einfach mal weg“ möchten – und gelangen dennoch zum gleichen Urlaubsort.

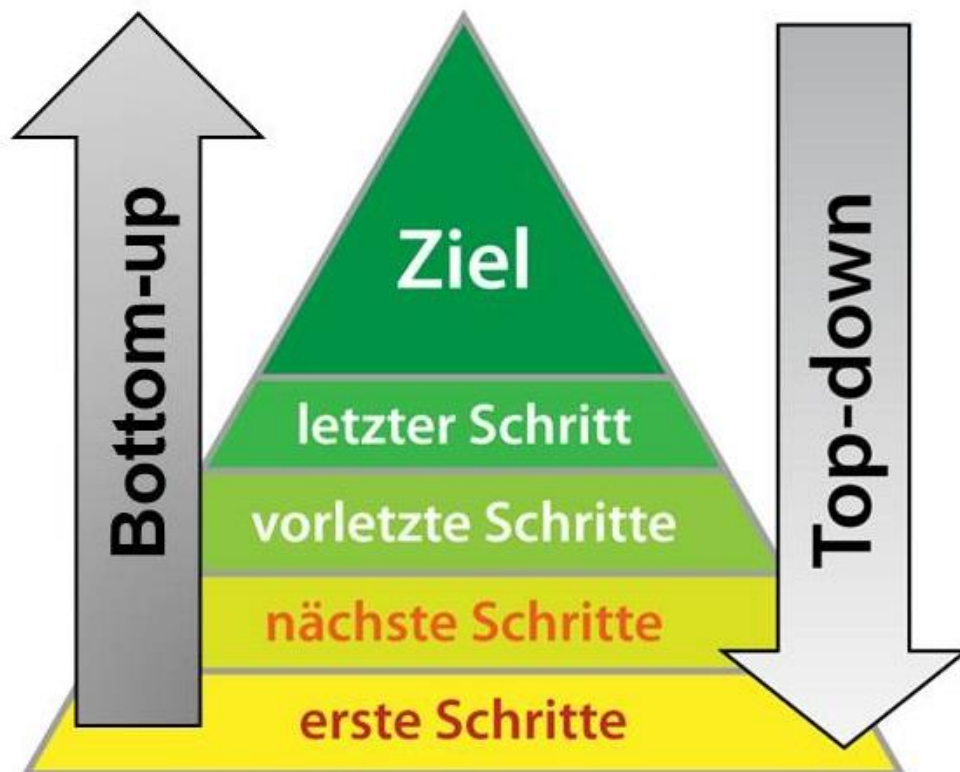
Diese Denkrichtungen sind nicht nur individuelle Vorlieben, sondern organisieren auch konkretes unternehmerisches Handeln – so zum Beispiel bei Prozessoptimierungen, Veränderungsprozessen, Projektleitungen.

Top-down-Denken ist zielorientiert und geht vom Abstrakten und Allgemeinen schrittweise hin zum Konkreten und Speziellen: Hier werden strategische Eckpunkte und Ziele gesetzt. Anschließend werden Konzepte und Vorgehensweisen zur Zielerreichung erarbeitet, um letztlich die einzelnen Maßnahmen durchzuführen. In einem Unternehmen heißt das, dass Ziele „von oben“ gesetzt und zur weiteren Ausarbeitung „nach unten“ weitergegeben werden, um letztlich „an der Basis“ konkret umgesetzt zu werden.

Beispiel: Ein klares Projektziel wird festgelegt. Das Denken kreist jetzt darum, wie dieses Ziel (etwa der Jahresumsatz) erreicht werden kann, welche Methoden und Vorgehensweisen es dafür gibt und welche Ressourcen zur Verfügung stehen. Schließlich wird ein Maßnahmenplan erarbeitet, der am erfolgversprechendsten erscheint. Dieser wird dann schrittweise umgesetzt.

Bottom-up-Denken bezeichnet die umgekehrte Richtung. Hier werden „an der Basis“ Bedürfnisse, Entwicklungen, mögliche Ziele beziehungsweise Problemlagen identifiziert, entsprechende Ideen zur Zielerreichung, Mangelbehebung beziehungsweise Problemlösung generiert und umgesetzt oder ggf. „nach oben“ zur Freigabe weitergegeben. Bottom-up-Denken ist also bedarfs- bzw. problemorientiert und entsprechend ergebnisoffen.

Beispiel: Es wird zuerst die derzeitige Lage der Kunden beobachtet, reflektiert, wo im Prozess und bei Produkten Stärken und Schwächen liegen, um hieraus Strategien zur Optimierung und zur Umsatzsteigerung zu entwickeln. Unter Einbezug der operativ Handelnden werden konkrete Schritte und notwendige Ressourcen geplant. Konkrete Unternehmensziele leiten sich dann aus diesem Prozess ab.

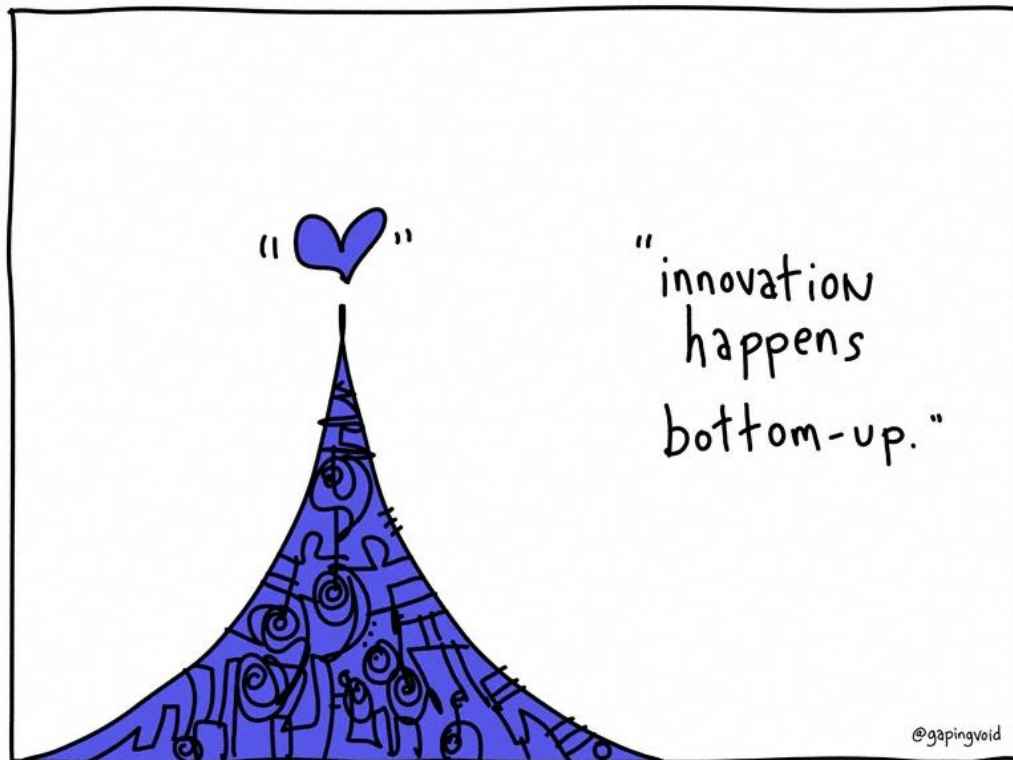


Top-down-, wie auch Bottom-up-Denken haben im Wirtschaftsbereich jeweils Vor- und Nachteile:

Top-down-Ansätze bestechen durch die klare und eindeutige Rollen- und Aufgabenverteilung.

Bottom-up-Ansätze sind unschlagbar, wenn besonders Querdenken, Ideenvielfalt und Ausschöpfen von Kreativität gefragt sind.

Es geht nicht darum, zu bewerten, was die bessere Denkrichtung bzw. der bessere Ansatz ist, sondern es geht darum, beide Möglichkeiten bewusst und gezielt dann einzusetzen, wenn sie in einer gegebenen Situation voraussichtlich vorteilhafter sind.



Impressum:	HumanProtect Consulting GmbH Worringer Str. 25 50668 Köln Telefon: 0221-379993-0 E-Mail: kontakt@humanprotect.de Homepage: www.humanprotect.de
Textverantwortung:	Diplom-Psychologin Karin Clemens Diplom-Psychologe Joachim Schottmann Diplom-Psychologin Ivona Matas
Gewährleistungsausschluss:	Wir prüfen und aktualisieren die Informationen auf unserer Webseite ständig. Trotz aller Sorgfalt können sich die Angaben inzwischen verändert haben. Eine Haftung oder Garantie für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der zur Verfügung gestellten Informationen kann deshalb nicht übernommen werden. Die HumanProtect Consulting GmbH ist nicht für den Inhalt und die Darstellung von anderen Webseiten verantwortlich, auf die mittels Hyperlink verwiesen wird. Ebenso übernehmen wir keine Haftung für Informationen auf Webseiten Dritter, die per Link auf die HumanProtect Webseiten verweisen.
Urheberrechte:	Die hier veröffentlichten Informationen unterliegen dem Copyright der HumanProtect Consulting GmbH. Eine Reproduktion oder Wiedergabe des Ganzen oder von Teilen ist ohne die schriftliche Genehmigung der HumanProtect Consulting GmbH ausgeschlossen.