



Mission. Sinn. Erfolg.

Kennen Sie noch den Geruch, den es früher in der Backstube gab? Es roch nach Wärme, Familie und Geborgenheit. Wir alle kennen diese Gefühle so wie auch noch immer das Gefühl kennen, welches uns unser erstes Auto gab: Das Gefühl der Freiheit.

Der Mensch lebt nicht vom Brot alleine.

Um es deutlich zu sagen: Gewinnorientierte Unternehmensführung ist kein Teufelswerk. Gewinne sind wichtig für Unternehmen, denn aus diesen gebiert sich die Attraktivität für Geldgeber sowie die Fähigkeit zur Zukunftssicherung.


Doch eine reine Gewinnmaximierung als oberste Maxime hat ausgedient. Mitarbeiter und Umwelt eines Unternehmens verlangen nach mehr. Menschen verlangen heute zunehmend nach Sinn und Nachhaltigkeit.

Sinnvakuum auffüllen, Freiheit bieten

Meine These 1 - ganz im Sinne Viktor Frankls - ist, dass Unternehmen Sinn bieten müssen, da die altbekannten Sinnlehren (Spiritualität, Materialismus und "charismatische Führungspersönlichkeiten") ein wenig aus der Mode gekommen sind. Es besteht ein Sinnvakuum und damit Raum und Möglichkeiten für Unternehmungen, die es schaffen, für ihr Publikum Sinn zu bieten.

Meine These 2 - ist, daß die Unternehmen, die uns als Menschen freier machen, durch uns bevorzugt werden. Das Mehr an Freiheit wirkt in 2 Richtungen: Die Attraktivität des Unternehmens steigt (Außenwelt), sowie auch der entfesselte kreative Geist (Innenwelt) eine zusätzliche Kreativität erzeugt. Dies bedeutet ein Mehr an Innovation. Beide Elemente sind bedeutsam für die Zukunftsfähigkeit.

Der Mensch will nicht nur satt sein. Er will auch frei sein, sich entfalten und ein sinnerfülltes Leben führen können.



Damit ergeben sich drei zentrale Fragen der Unternehmensführung:

- Wie kann ich meinem Publikum (Mitarbeiter, Kunden) Sinn bieten?
- Wie werde ich in Zukunft noch Gewinn machen?
- Wie mehre ich die Freiheit meiner Umgebung?

+49 177/5611940
antonic@bodo-antonic.de
www.bodo-antonic.de