

Best practice - Bingowort der Berater



Die Erfindung des Schlagwortes geht einmal mehr auf die angelsächsische Beraterwelt zurück. «Best practice» will die Orientierung am besten und damit die Kopie eines Rezeptes ermöglichen. Organisationen lernen aus Erfahrungen und optimieren ihre Abläufe. Da dies aufwändig sein kann, versuchen viele die Abkürzung zu nehmen und orientieren sich an vermeintlichen Erfolgskonzepten einer Branche.

Weit verbreitet ist die Meinung, dass das, was für den Wettbewerb gut ist, auch fürs eigene Unternehmen gut sein muss, wenn es um neue Strategien, eine neue Organisation oder Benchmarks etc. geht.

Wer nach «best Practices» sucht, geht davon aus, dass es bloss einen einzigen richtigen Weg gibt, der immer – und vor allem immer gleich gut funktioniert. Die Kopie wird damit als individuelle Lösung anerkannt. Sie kann nur so gut werden wie das Original – nie besser. Das zu tun, was andere versuchen, verringert die Wahrscheinlichkeit, das eigene Potential auszuschöpfen. Würden alle Marktteilnehmer dasselbe machen, würde dies zu homogenem unternehmerischem Handeln führen. Aber alle streben die Outperformance vom Wettbewerb als Ziel an. Bedingungs- und kontextlose Kopien stellen keine zukunftsorientierte Lösung dar. Die einzige «best practice» sollte sein, selber zu denken. Es gilt, einen eigenen Blick auf das eigene Können zu werfen, kritisch zu reflektieren, um Lösungen zu entwickeln, die eigenen Zielen entsprechen. Gegen die Anwendung von bewährten Praktiken lässt sich nichts einwenden.

Sich zu fragen, welche Lösungen erfolgreich funktioniert haben, ist mit Sicherheit richtig - nur nicht blind und dogmatisch, sondern situativ, überlegt und angepasst auf die eigene Situation. Im Abgleich mit eigenen Zielen. Nur so gelingt es, selbst «out-of-the-box» zu denken. Nur so können eigene Erfolgsrezepte entstehen, die es ermöglichen, sich vom Wettbewerb abzusetzen und letztlich besser zu sein als dieser – was ja alle anstreben. Diese Lösungen können dann jederzeit gerne als «best practice» von Followern genutzt werden.

Bleiben Sie diskursfähig und seien sie herzlich gegrüsst.
Stephan Kloess