

Wie fühlt sich Aufschwung an?

Autor: Dipl.-Kfm. **Ralf Sowa** (urs Unternehmensberatung, Oldenburg)

Das Feeling vom Auf und Ab

Manch Glücklicher lebt (fast) ständig im Auf, der *Pechvogel* fast permanent im Ab. In der Mehrzahl fühlen wir alle wohl vornehmlich das, was uns Dritte mitteilen oder spüren lassen, gewissermaßen den kollektiven Trend. Mit politischer Grundüberzeugung (schwarz, rot, gelb, grün, rosa...) betrachten wir die Welt meist *vorgefärbt*, wodurch wir einmal eher das Gute, ein andermal mehr das Schlechte an Informationen erkennen – oder sehen wollen (sofern sich uns eine Wahl bietet). Manch Schicksal treibt uns Tränen in die Augen, andere Informationen lassen uns wütend reagieren, Anderes erfreut uns und stimmt uns froh.

Kurz: Im Auf fühlen wir uns wohl, im Ab geht's uns schlecht – das Auf und Ab spüren wir *mit Haut und Haaren*. So ist es wohl, wenn man *Mensch* ist und im Kreise von Familie, Freunden, Bekannten und weniger Bekannten solidarisch fühlt. Selbstverständlich darf das nicht bestimmend sein für das, was wir tun! Völlig abschütteln können wir es dennoch nicht.

Das gilt, meine ich, ebenso für den wirtschaftlichen Auf- und Abschwung:

Abschwung war gestern

In den letzten Jahren lebten wir eher in einer Phase des Abschwungs. Kosten sparen stand oben auf der Pendenzenliste, und Optimieren: alles muss schneller und billiger sein. Personalabbau. Verlagerung der Produktion ins Ausland. Just in time. Reduktion des Eigenkapitals. – Alles Maßnahmen, um in *schlechten Zeiten über die Runden zu kommen*, durchzuhalten, bis sich die Phase in einen Aufschwung wandelt. Von Kostenersparnis Betroffene kämpfen um Besitzstände, um den Erhalt ihrer Jobs, um angemessenen Lohn, um Sozialleistungen, wie es sie in der (angeblich) *guten alten Zeit* gab. – Kurz: es ging/geht uns mies.

Ich weiß nicht, wann die Phase des Abschwungs endet. Wir werden *spüren*, wenn es so weit ist.

Der Aufschwung kommt – irgendwann...

Viele von uns haben verlernt, wie sich ein Aufschwung *anfühlt* – oder haben ihn nie erlebt. Ich glaube mich zu erinnern: Es war keine Zeit zum Sparen. Da war keine Zeit fürs Optimieren. Keine Zeit für Rückblicke. Es ging einzig um die Sache, um die sich im Unternehmen alles dreht bzw. drehen sollte: **Das Produkt**. Da war Euphorie! Jeder gab sein Bestes. Jeder wurde gebraucht! Jeder fand Unterstützung. Die gemeinsame Sache verband. – Kurz: es ging uns prächtig!

Und es entstand etwas, das der Kunde mit allen seinen Sinnen (sehen, hören, riechen, schmecken, fühlen) wahrnahm, das ihm Nutzen stiftete, das sein Problem löste, seinen Wunsch befriedigte, das funktionierte, das ihm in jeder Hinsicht das wohlige Gefühl vermittelte, genau richtig gewählt zu haben.

Ich freu' mich drauf!