Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 108 (2001)

Heft: 1

Artikel: Privilegien in der Textilindustrie besser nutzen

Autor: Zimmermann, Emil

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-677697

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 10.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Privilegien in der Textilindustrie besser nutzen

Emil Zimmermann, Dipl. Andragoge/Erwachsenenbildner, Lehrbeauftragter zum Thema Mitarbeiterführung, Luzern, CH

Es gibt verschiedene Gründe, warum Unternehmen und Institutionen heute und auch in Zukunft vermehrt mit extrem schwierigen Problemen zu kämpfen haben. Da spielen äussere Faktoren (z.B. Marktbedingungen, Finanzierungsengpässe, Höhe des Schweizer Frankens) und innere Faktoren (z.B. verstaubte Führungsstrukturen, unzeitgemässe Führungspraxis, veraltete Produkte oder Produktionsprozesse) eine Rolle. Wo auch immer! In diesem Artikel geht es mir nicht um die Analyse der Problemursachen, sondern vielmehr um die Frage, wie wir selbst – in unserem Arbeitsfeld – unsere Probleme erfolgreich und zukunftsorientiert lösen können.

Die Geschichte der Textilindustrie lehrt uns, dass auch in schweren Zeiten, wenn der Wille da ist, überlebt werden kann. Jede einzelne Krisenzeit hat die jeweils gegenwartsnahe Konfliktlösung gefunden, und so wurde ein Überleben möglich. Dass dies immer wieder gelang, liegt einerseits am Optimismus in dieser Branche, am zähen Willen durchzuhalten, am technologischen Fortschritt und indem man der permanenten Aus- und Weiterbildung einen wichtigen Stellenwert einräumte.

Andererseits sehe ich noch einen andern Grund, dass es uns immer noch gibt, nämlich die Branchentätigkeit selbst. Hier ist in erster Linie Kreativität gefordert. Wenn diese nicht geboten werden kann, sind wir längerfristig «weg vom Fenster». Das wurde kontinuierlich erkannt und in der Arbeitspraxis gelebt. Gegenüber der Konkurrenz ist diese Erkenntnis und diese Erfahrung ein Privileg, das optimal genutzt werden sollte, und dies nicht nur von einer Geschäftsleitung oder dem höheren Kader, sondern von allen im Unternehmen bzw. in der Institution tätigen Menschen.

Steigerung der Kreativität bei Vorgesetzten und Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen

Bei der Suche nach Lösungen beschränke ich mich auf das Potenzial der in einer Unternehmung oder Institution tätigen Menschen, Vorgesetzten, sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ein Lösungsansatz soll hier beschrieben werden und zum Nachdenken anregen:

Die Steigerung der Kreativität in allen Bereichen unserer Tätigkeiten

Diese Thematik habe ich ausgewählt, weil ich in meiner über dreissigjährigen beruflichen Praxis feststelle, dass Kreativität in der Führungspraxis, z.B. bei den Themen Personalbetreuung (Absenzenwesen, Fluktuationen), Personalmotivation, Konfliktbewältigung, weiter entwickelt werden könnte. Nutzen wir doch unsere Branchenprivilegien und nehmen wir die Herausforderungen eines neuen, zukunftsgerichteten, flexiblen Führungsstils an!

In der Regel wird meines Erachtens zu viel Gewicht auf das mengenmässige Umsatzziel, das Endergebnis, das Endprodukt bzw. die Prüfungsnoten gelegt, statt auch auf die heimtückischen und gefährlichen Fallen zu achten, die auf dem Weg dorthin lauern und meistens psychologischer Art sind.

Kommt es nicht immer noch vor, dass Vorgesetzte Mitarbeiterideen oder Lösungsvorschläge bereits im Ansatz verhindern, oder allgemein den ausführend Tätigen viel zu wenig zugetraut wird?

Innovatives Denken und Handeln, gutes Teamwork – auf allen Hierarchieebenen – ist für das Überleben in der neuen Zukunft lebensnotwendig. Betriebsklima, Führungsstil und Organisationsstruktur – sei es im Betrieb oder in der Schule – nehmen an Bedeutung zu. Eine diesbezügliche Standortbestimmung lohnt sich in jedem Fall. Je nach Ergebnis dürfen Sie sich selbst gratulieren, oder es besteht Handlungsbedarf sich hier zu verbessern.

Wie können wir die Kreativität steigern?

Kreativität zeigt sich überall dort, wo neue, unkonventionelle Lösungen gefunden, neue Verfahren eingesetzt, neue Wege begangen, Bestehendes neu gestaltet, neues Denken eingeschlagen oder neue Formen gewählt werden. Das Hervorheben vom Neuen muss als wesentlichstes Merkmal der Kreativität angesehen werden.

Um im Unternehmen und für das Unternehmen kreativ erfolgreich tätig zu sein, bzw. in der Schule die Lernkultur weiter zu entwickeln, sind entsprechende Freiräume und ein situativ-kooperativer Führungsstil zu schaffen. Führungstalente und Neuerer sind zu fördern, die Risikobereitschaft ist angemessen zu erhöhen, Kreativität ist gefragt und wird – materiell oder immateriell – honoriert. Eigeninitiative, sowohl der Einzelnen wie auch der Gruppe, wird gepflegt. Es wird Wert auf Zwangslosigkeit gelegt und der informelle inner- wie ausserbetriebliche Gedanken- und Erfahrungsaustausch wird gefördert.

Die Zukunft in der Textilindustrie ist spannend; nehmen wir die Herausforderung an, zum Wohlergehen der Branche, des einzelnen Betriebes und nicht zuletzt unserer eigenen Persönlichkeitsentwicklung.

Kreativ in diesem Sinne kann also jeder Mensch sein, der kreativ sein will und sich selbst nicht zu stark im Wege steht, weil vielleicht seine Mutlosigkeit, sein mangelndes Selbstvertrauen oder seine negative Einstellung ihn daran hindert.

Eigenschaften kreativer Menschen:
Kreative Menschen verfügen u.a. über Persönlichkeitsmerkmale, die lernbar und entwicklungsfähig sind, so sind sie:

- ***neugierig (offen und interessiert für alles, was um sie herum passiert)***
- ***gute Zuhörer und Beobachter (hören aktiv und konzentriert zu)***
- ***können mit Gedanken spielen (in der Lage, sich von Gewohnheiten zu befreien)***
- ***ausdauernd und «hartnäckig» (haben hohes Durchhaltevermögen)***
- ***feinfühlig, emotional (sensibel, hören auf «innere» Stimme)***
- ***selbstbewusst, selbstsicher (Mut zum Risiko, grosses Selbstvertrauen)***
- ***optimistisch (denken positiv, Probleme sind da, um sie zu lösen!)***