

Birgit Müller

Vitalität für Unternehmen



Mit Corporate Hygiene zu mehr
Produktivität und Gewinn

Damit Ihr Unternehmen blüht!

Inhalt

Vorwort

Abkürzungen

Einleitung

Der Status quo

Woran erkennt man ein „krankes“ Unternehmen?

Lebewesen Unternehmen

Gesundheit und Corporate Hygiene

Die Kosten der Fehlzeiten: das Gold in der Mine

Kleiner Gesundheitscheck für Unternehmen

Das Unternehmen als Arbeitsraum

Die Herausforderung

Trends und Prognosen

Unternehmen als Krankmacher

Wie oft sind Mitarbeiter wirklich krank?

Irrtum Krankenversicherung

Betriebliche Gesundheitspolitik

Stresslawine und sonstige Bomben

Die Rolle der Personalentwicklung

Die Implementierung

Unternehmen als Lebensraum
Handling von komplexen Systemen
Erfolgreiche Investitionen in das Human
Development
Relevante Bereiche: Die Top-Ten der Corporate
Hygiene
Schaffung einer Corporate-Hygiene-Kultur

Hinweis

Literatur

Die Autorin

Weitere Bücher der Autorin:

„Crash der Lebenserwartung – Einige Argumente gegen steigende Lebenserwartung“ (Hardcover) (als Taschenbuch unter dem Titel „Mythos Lebenserwartung“)

Vorwort

Mit Corporate Hygiene habe ich einen Begriff kreiert, der den Faktor Sauberkeit und den Faktor Gesundheit assoziiert. Beide Faktoren sind im ganzheitlichen Sinne für Unternehmen äußerst relevant. Die aus meiner Sicht wichtigsten Ebenen der Relevanz sollen in diesem Buch herausgearbeitet werden.

Gesundheit im engeren, das heißt körperlichen Sinne ist eines der größten und wichtigsten Themen des dritten Jahrtausends, wenn nicht sogar *das* größte und wichtigste. Dafür gibt es gute Gründe, obwohl die meisten Menschen das bisher nicht so sehen und sich in relativ naiver Fortschrittsgläubigkeit gefallen. Große Hoffnungen werden in Bio- und Gentech gesetzt. Hoffnungen, die wir so nicht hegen sollten, da sie uns ablenken von dem, was unsere Gesundheit allein sichern kann: ganzheitliche Selbstverantwortung – und daraus folgend, das adäquate Wissen und Tun.

Hier stellt sich die Frage, warum Unternehmen sich damit auseinandersetzen müssen, dafür gibt es ja schließlich diverse Gesundheitseinrichtungen. Einer der Gründe liegt hierin: Wussten Sie, dass man davon ausgeht, dass nur ein Prozent Absenkung der Fehlzeitenrate in einem Unternehmen von 2000 Mitarbeitern eine Einsparung von zirka einer halben bis einer Million EUR ergibt? Wobei in der offiziellen Fehlzeitenrate nur ein Bruchteil der echten Fehlzeiten enthalten sind. Je größer also Ihr Unternehmen, desto größer auch das Einsparpotenzial, sozusagen das „Gold in der Mine“.

Viele Unternehmen kennen den Weg nicht, dieses Gold wirklich dauerhaft zu heben und können es daher nicht in produktive Bahnen leiten. Wenn Sie wollen, muss das keine Utopie bleiben. In diesem Buch finden Sie zahlreiche Anregungen dazu. Ganz zu schweigen von den gigantischen Einsparungen, die Krankenversicherungen, die BKKs und GKV, und andere Versicherungsgesellschaften erzielen könnten, wenn sie diese Teile dieses Konzeptes in integrierender und proaktiver Weise für ihre Kunden umsetzen würden.

Neben den Kosteneinsparungen, die winken, ist ein weiterer Hauptgrund, dieses Buch zu schreiben, meine Überzeugung, dass wir falsch rechnen. Hier stelle ich die *provokative These* in den Raum, dass die Lebenserwartung in zirka fünf bis zehn Jahren anfangen wird zu sinken, und das wahrscheinlich relativ rasch. Die Begründung zu dieser These finden Sie ebenfalls in diesem Buch (S.85 ff). Die volks- und betriebswirtschaftlichen Konsequenzen des sich daraus ableitenden Szenarios sind nicht mehr zu beziffern und zu bezahlen.

Daraus ergibt sich die Frage:

Wo wollen denn die Unternehmen gesunde, das heißt leistungsfähige, dynamische, stressresistente, kreative und innovative Mitarbeiter eines Tages hernehmen? Natürliche Gesundheit *muss* zum integralen und integrierenden Element der Unternehmenskulturen und unserer Gesellschaft insgesamt werden.

Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass natürlich nicht nur die Mitarbeiter eines Unternehmens, sondern auch die Unternehmen selbst gesund sein müssen. Das heißt, die Kultur, die Politik, die Strategien, die Prozesse und Strukturen müssen die Kraft des Unternehmens

widerspiegeln und dürfen keine Blockaden enthalten. *Deswegen muss Gesundheit m. E. wahrhaft zum unternehmerischen Prinzip werden und diese Idee bezeichne ich als Corporate Hygiene.* Was ich und manche andere (auch wenn es andere nicht so nennen) darunter verstehen, was ich unter Unternehmensgesundheit bzw. Corporate Hygiene verstehe und wie die bestehenden Managementideen noch erweitert bzw. ergänzt werden müssen, auch davon handelt dieses Buch.

Corporate Hygiene ist ein Begriff, den ich kreiert habe, um deutlich zu machen, dass es sich hier um ein besonderes Konzept handelt, Unternehmen zu sehen. Die genaue Bedeutung und Herleitung dieses Begriffes lesen Sie im Kapitel „[Was ist Corporate Hygiene](#)“. Kurz gefasst handelt es sich um einen Ansatz, Unternehmen zu ganzheitlichen „Gesundheitsinstitutionen“ zu transformieren, wozu auch gesunde kaufmännische und betriebswirtschaftliche Aspekte gehören. *Corporate Hygiene bietet sich als Regenschirmkonzept an, in dem andere Managementideen logisch positioniert werden können.*

Also, darum geht es: Gesunde Menschen in gesunden Unternehmen, die mit gesunden Mitteln gesunde Erfolge erringen!

Was viele Leser interessieren wird, ist sicherlich, ob die CH sich im *unternehmerischen Reichtum*, in Produktivität und Erfolg niederschlagen wird. Und wenn ja, wie? Gesundheit ist, nach der in diesem Buch gegebenen Definitionen eine wichtige Voraussetzung, um reich zu werden und produktiv zu sein. Denn nur in maximaler Gesundheit liegt maximale Kraft. Gleichzeitig kann man natürlich Gesundheit als Bestandteil von Reichtum oder auch als unseren größten Reichtum betrachten. Darüber hinaus ist Reichtum auch nicht ausschließlich materiell zu definieren. Mit der größte

Reichtum liegt wohl darin, das Gefühl zu haben, eine wichtige und sinnvolle Arbeit zu tun und seine Lebenszeit für etwas Richtiges und Bleibendes einzusetzen, also eine Art von mental-psychischem Reichtum. So gesehen gibt es zahlreiche Gründe, ganzheitliche Gesundheit in den Mittelpunkt treten zu lassen und einzusehen, dass es *das wichtigste „Mittel zum Zweck“ auf der Welt* ist: Das wichtigste Mittel für ein sinnvolles und kraftvolles Leben, sowohl für einzelne Menschen als auch für Unternehmen.

Dieses Buch handelt davon, warum dieses Konzept über Corporate Hygiene nötig ist, handelt von den Vorteilen und von eventuellen Opfern, die zu erbringen sind. Es handelt davon, wie und was Unternehmen von dem Wunderwerk des menschlichen Körpers und seinen Gesetzen lernen können. Und es handelt davon, wie man es erreichen kann, ein wirklich gesundes und reiches Unternehmen zu werden. Und das nicht nur in Bezug auf die physische Gesundheit aller Mitarbeiter.

Abkürzungen

AU	Arbeitsunfähigkeit
BKK	Betriebskrankenkasse
BMG	Bundesministerium für Gesundheit
BPR	Business Process Reengineering
CH	Corporate Hygiene
DAK	Deutsche Angestellten-Krankenversicherung
GKV	Gesetzliche Krankenversicherung
HC	Human Capital
HD	Human Development
HR	Human Resources
NG	Natürliche Gesundheitslehre
PE	Personalentwicklung
TQM	Total Quality Management
UG	Unternehmensgesundheit
3A	Aufnahme/Assimilation/Abgabe
3P	Physis/Psyche/Pneuma
3Z	Drei Zeitformen: Vergangenheit/Gegenwart/Zukunft

Es ist immer leicht und verführerisch, die Zukunft zu opfern, um in der Gegenwart kurzfristige Bedürfnisse ungehindert erfüllen zu können.

Birgit Müller

Einleitung

Corporate Hygiene habe ich für Unternehmen, Führungskräfte und Manager geschrieben. Jedoch können auch „normale“ Mitarbeiter Gewinn aus den Inhalten ziehen, vor allem im Zeichen zunehmender Offenheit und Einflussnahme von Mitarbeitern auf unternehmerisches Geschehen durch Teams, Qualitätszirkel und Mitarbeiterbeteiligungsmodelle.

Die einzelnen Themen dieses Buches sind nicht wirklich neu. Neu ist die Zusammenführung dieser Themen und die konsequenten Handlungsableitungen, die daraus für Unternehmen erfolgen können. Wenn dieses Konzept wirklich greift und umgesetzt wird, dann werden sich Menschen ändern, dadurch werden sich Teams, Abteilungen und ganze Unternehmen ändern, ebenso wie Arbeitsinhalte, Arbeitsziele und -visionen, weil dieses Konzept umfassend am einzelnen Menschen ansetzt. Das Buch versteht sich nicht als wissenschaftliches Werk, obwohl die meisten Aussagen wissenschaftlich gesichert sind und in den Büchern im Anhang nachgelesen werden können.

Ich selbst halte es mit der Empirie. Ich habe die meisten meiner Empfehlungen, sofern sie den persönlichen Bereich betreffen, selbst ausprobiert und ihre Wirksamkeit erfahren. Lesen Sie bitte dazu auch den „Hinweis“ am Ende des Buches. Dieses Buch versteht sich als Zusammenfassung und Interpretation der im Anhang angegebenen Bücher und der daraus abgeleiteten Konzepten, die als Ideen- und Richtungsgeber für Manager und Führungskräfte und alle anderen Menschen, die dieses Buch lesen werden, dienen

sollen. Dieses Buch entstand zuerst aufgrund eigener Erfahrungen mit meiner Gesundheit, Enttäuschung durch die Schulmedizin und funktionierender andersartiger Gesundheitsbemühungen. Meine langjährige Trainer- und Beratertätigkeit in vielen Branchen verband sich mit meinem Gesundheitswissen und langsam formte sich daraus die Erkenntnis, dass Unternehmen auch als Lebewesen gelten müssen, die ebenfalls bestimmten Gesundheitsgesetzen unterliegen. Mein Studium der Natural Hygiene (Natürliche Gesundheitslehre) verfestigte diese Gedanken. Daraufhin analysierte ich die Gesundheitsliteratur und meine Erfahrungen und entwickelte daraus ein logisches Gesundheitssystem, das sowohl für Menschen als auch für Unternehmen gilt.

Unter „Der Status quo“ werden für das Thema wichtige Definitionen gegeben. „Gesundheit“ wird auf Unternehmen angewandt unter anderem auch in Analogie zum menschlichen Körper und dessen Gesundheit. Die aktuellen Gegebenheiten werden kurz analysiert und münden in den Gesundheitscheck für Unternehmen.

In „Die Herausforderung“ werden die Gründe aufgezeigt, warum es gerade für Unternehmen wichtig ist, ganzheitliche „Gesundheit“ bzw. die Corporate Hygiene zu einem integralen Thema der geschäftlichen Aktivitäten zu machen. Hier untersuche ich die gesundheitlichen Trends in den Industrieländern, ebenso wie die aktuelle betriebliche Gesundheitspolitik und die Rolle, die die betriebliche Personalentwicklung in diesem Szenario spielen müsste.

Das nächste Kapitel „[Die Implementierung](#)“ stellt im Grunde eine Fortführung des Kapitels „[Die Herausforderung](#)“ dar, indem es die aktuellen Gegebenheiten in die Zukunft fortschreibt, wohl wissend, dass die Zukunft unberechenbar ist. Hier wird unter anderen Aspekten nochmals die

Notwendigkeit verstärkter gesellschaftlicher und unternehmerischer Konzentration auf das Thema Gesundheit hervorgehoben. Es sollen Hilfen und Ansätze gegeben werden, systemische Fehler aller Art aufzuspüren oder gar nicht erst zu begehen.

Da sowohl Menschen als auch Unternehmen komplexe Systeme sind, gelten die Systemgesetze in beiden Bereichen. Ich versuche, relevante Bereiche für die Implementierung der Corporate Hygiene herauszufiltern und Integrationsmöglichkeiten in die Unternehmenskultur aufzuzeigen. Zudem wird den Lesern Gelegenheit gegeben zu überlegen, wie sich die Inhalte des Buches ins persönliche und unternehmerische Leben integrieren lassen. Das letzte Kapitel möchte eine Hilfestellung für all jene Unternehmen geben, die dieses Thema für sich in seiner Wichtigkeit und Kraft akzeptieren und die sich den daraus resultierenden Herausforderungen stellen möchten.

Viel Spaß und viele Erkenntnisse beim Lesen!

„Lieber geht der Mensch zugrunde, als dass er seine Gewohnheiten ändert.“

Leo Tolstoi

Der Status quo

Woran erkennt man ein „krankes“ Unternehmen?

Zu Beginn dieses Kapitels möchte ich Ihnen gerne eine Frage stellen, die Sie bitte *rein intuitiv* und ohne zu zögern beantworten:

Ist das Unternehmen, in dem Sie arbeiten, krank?

Ja? Oder nein?

Und noch eine weitere:

Halten Sie Ihr Team für ein wirklich gesundes Team?

Ja? Oder nein?

Egal, ob Sie intuitiv auf diese beiden Fragen mit Ja oder Nein geantwortet haben, Sie werden in diesem Buch Möglichkeiten und Ideen entdecken, anhand derer Sie auch kognitiv besser in der Lage sein werden, Ihre Antworten zu begründen. Und wahrscheinlich wird es so sein, dass Sie anhand der genannten Kriterien Ihre Antwort bestätigt finden werden. Unsere Intuition ist in den meisten Fällen durchaus ernst zu nehmen, wir müssen nur wieder lernen, ihre Sprache zu verstehen und sie in den Intellekt zu übersetzen. Doch gehen wir nun in medias res. Als Unternehmensberater erlebt man in Unternehmen des öfteren, dass sich Führungskräfte eigentlich aus der

„Führung“ ausklinken, was als einer der Hauptindizien für ein krankes Unternehmen oder Team zu werten wäre.

Man erkennt, dass ein Unternehmen krank ist, wenn zum Beispiel zu viele „Doktoren“ aus- und eingehen. Mit Doktoren sind hier Unternehmensberater gemeint. Allerdings nicht alle Arten dieser Spezies. Es sind hier z. B. keine Fachberater in Bereichen wie EDV und sonstigen Spezialgebieten, die nicht zu den Kernkompetenzen des Unternehmens gehören, gemeint. Auch punktuelle Inputberatung bzw. Coaching, um sich Ideen zu holen, steht hier nicht zur Debatte. Hier sind eher die Berater gemeint, von denen sich Führungskräfte ihre Kernaufgaben abnehmen lassen: Visions- und Strategiefindung, aktive Führung von z. B. Qualitätsprozessen, BPR-Prozessen, Kundenorientierungsprozessen und dergleichen mehr. Zu diesen Themen werden manchmal Beratungsgesellschaften ins Unternehmen geholt, die von der Prozessplanung, -durchführung bis zur -nacharbeit alles übernehmen. Obwohl gerade Themen wie Qualitätssicherung, Kundenorientierung und Prozessoptimierung zu den originären Managementaufgaben gehören.

Beratung sollte nicht mehr sein, als das, was in diesem Wort auch liegt: eben Beratung, d. h. Input von Ratschlägen und Erfahrungen, und nicht Übernahme zum Beispiel der Strategiefindung und des Prozessmanagements von der Planung, Durchführung, Implementierung bis zur Nacharbeit. Ein anderes Problem ist dabei, dass manche solcher wichtigen Prozesse aus falsch verstandener TQM-Orientierung heraus viel zu weit nach unten delegiert werden, was die Durchschlagskraft vermindert bzw. auslöscht.

Natürlich hören manche Beratungsgesellschaften das nicht gerne und ich weiß auch aus eigener Erfahrung, dass man

sich als Berater manchmal schwer tut, wenn man die Vorstellungen mancher Ansprechpartner in Unternehmen hört. Und trotzdem. Denn echtes und starkes Wachstum erfolgt immer von innen nach außen. Man kann bestimmte Elemente, etwas Dünger (Beratung), von außen zuführen und hinzugeben, aber wachsen muss es im Unternehmensboden mit den Mitarbeitern selbst.

Es gibt natürlich Gründe für diese Entwicklung. Durch die dünnen Personaldecken sind Manager und Führungskräfte zunehmend gezwungen worden, selbst aktiv ins Tagesgeschehen mit einzugreifen. Manchmal liegt es sicher auch am mangelnden oder falschen Verständnis der Führungsrolle, ohne gleich wieder das Peter-Prinzip bemühen zu wollen. Über aller Alltagsarbeit vergisst und verschiebt sich echte Führung sehr schnell. Dass strategische Planung und Mitarbeiterentwicklung in Richtung Kundenorientierung in Gegenwart und Zukunft Grundaufgaben von Führung sind, vergisst man leicht und allokiert keine Zeit mehr dafür. Natürlich darf und sollte man sich einen Moderator für Sitzungen holen, in denen es z. B. um Visions- und Strategiefindung geht. Doch die Führungskräfte dürfen sich die Entwicklung nicht abnehmen lassen. In der Vision und der Strategiefindung muss „das Blut und der Schweiß“ der eigenen Mitarbeiter stecken!

Ich habe es bereits mehrfach erlebt, dass Berater zu Führungskräften fast wortwörtlich gesagt haben: „Ich schlage Ihnen für Ihr Unternehmen folgende Vision vor...“ So etwas kann nicht gut gehen, weil Unternehmen in diesem Bereich funktionieren wie einzelne Menschen. Wir können unsere Lebensvision, das heißt unseren Lebenssinn, letztlich nur selbst finden, denn nur dann können wir uns wirklich mit ihr identifizieren. Ratschläge einholen, Einschätzungen und Bewertungen als Entscheidungsgrundlage suchen, ist

legitim, richtig und gut, aber finden muss man seine Daseinsberechtigung und seinen Lebenssinn schon selbst.

Genährt wird die falsche Vorstellung von Führung noch durch verschiedene Managementbücher, z. B. auch durch Stephen R. Covey und sein Buch „Die sieben Wege zur Effektivität“. Ein lesenswertes Buch, jedoch begeht er meiner Meinung nach einen Kardinalfehler, der sich mental in den Managerköpfen festsetzt: er ordnet strategische Aufgaben, da sie langfristig und nicht dringend sind, als B-Aufgaben ein (er ordnet sie dem Quadranten II zu). Psychologisch gesehen ein Fehler, denn Symbole wie II oder B suggerieren immer eine geringere Wichtigkeit als I oder A. Strategische Planung ist jedoch für alle Führungskräfte eine absolute A-Aufgabe!

Denn nichts ist dringender und wichtiger für ein Unternehmen, einen Bereich etc., als eine tragende Vision, gute Strategien und realistische und herausfordernde Ziele zu haben und diese umzusetzen! Man braucht nur einmal bei Banken zu fragen, wie viele Existenzgründungen mit mangelnder oder nicht vorhandener Strategie vorgenommen werden, dann wundern einen Pleiten nicht mehr so sehr. Zu diesem Thema, woran man ein krankes oder ungesundes Unternehmen erkennen kann, werden Sie über das ganze Buch verteilt viele Anregungen finden. Und auch eigene Ideen daran entwickeln. Besonders im „[Kleinen Gesundheitscheck für Unternehmen](#)“.

Des Weiteren möchte ich einige Aussagen von Arie de Geus referieren, dessen Buch erschien, während ich an meinem Buch arbeitete [Arie de Geus „Jenseits der Ökonomie“ (engl. „The living Company“)]. Er vergleicht Unternehmen ebenfalls mit Lebewesen und erklärt, zwar anders als hier, warum auch Unternehmen Lebewesen sind. Er versuchte, Gesetzmäßigkeiten dafür zu entdecken, warum manche

Unternehmen früh sterben und andere nicht. Er identifiziert vier Hauptfaktoren, die Unternehmen möglichst lange leben lassen. Er postuliert, dass für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens das genaue Beobachten der Umwelt und eine sensible Reaktion auf dieselbe wichtig sind. Damit einher geht natürlich eine hohe Bereitschaft zu Veränderungen. Ein weiteres Kennzeichen wirklich erfolgreicher Unternehmen sei des Weiteren, dass es über ein starkes Identitätsgefühl und einen hohen inneren Zusammenhalt verfüge. Dezentralisation und damit Weggabe von Machtbereichen sowie eine hohe interne Freiheit seien weitere wichtige Aspekte. Die vorsichtige Finanzierung, die keine allzu großen, unkalkulierbaren Risiken eingeht und weitgehend aus der Unternehmenssubstanz geleistet wird, ist seiner Meinung nach ebenfalls eines der wichtigsten Kennzeichen. Nicht dazu gehöre, eine hohe Kapitalrendite zu erwirtschaften, da dies nur ein Symptom sei und keine Ursache. In diesen Zusammenhängen redet er auch ab und zu von der Gesundheit eines Unternehmens, ohne jedoch zu entdecken, dass dies der Schlüsselfaktor schlechthin ist. Vereinfacht lässt sich sagen, ein krankes Unternehmen hat in einem oder mehreren der obigen Punkte Schwierigkeiten (siehe auch „[Gesundheitscheck](#)“).

Lebewesen Unternehmen

Um die nachfolgenden Regeln der Gesundheit auch auf Unternehmen anzuwenden, muss erst einmal der Nachweis geführt werden, dass ein Unternehmen ein echtes Lebewesen ist und nicht nur ein künstliches Konstrukt. An welchen Merkmalen lässt sich erkennen, ob man es mit einem Lebewesen oder mit etwas Unbelebtem zu tun hat? Dazu graben wir einfach unsere Biologiebücher aus und sammeln die Kennzeichen von lebenden Organismen.

Ein Lebewesen kann Folgendes:

Ein Lebewesen kann sich bewegen. Es kann Nahrung aufnehmen, verdauen und wachsen. Es kann sich selbst regenerieren (kann Energie gewinnen). Es kann sich bis zu einem gewissen Grad selbst am Leben erhalten. Es verfügt über Ausscheidungsmechanismen. Es besitzt einen Stoffwechsel, der es befähigt im Zustand der Homöostase (Fließgleichgewicht) zu leben. Ein Lebewesen kann sich vermehren. Es reagiert auf Reizungen verschiedener Art. Zusammenfassend lässt sich sagen: die in der Biologie wichtigsten Kennzeichen von Lebewesen sind

Stoffwechsel

Wachstum

Vermehrung

Reizbarkeit

Regulationsfähigkeit

Bewegung.

Gehen wir diese Kennzeichen unternehmensbezogen durch.

Hat ein Unternehmen einen Stoffwechsel? Der Stoffwechsel besteht aus zwei Elementen, dem Anabolismus (aufbauender Stoffwechsel) und dem Katabolismus (abbauender Stoffwechsel). Das besagt, dass ein lebender Organismus fähig ist, Dinge (z. B. Nahrung) aufzunehmen, sie in kleine Teilchen zu zerlegen (z. B. Aminosäuren), aus denen er dann die vom Organismus benötigten Stoffe synthetisieren kann.

Nimmt ein Unternehmen „Dinge“ auf die es aufbereitet und benutzt? Zum Beispiel Informationen, Wissen, Mitarbeiter, Berater etc.

Synthetisiert ein Unternehmen diese „Dinge“ und formt sie in eigene Bestandteile um? Zum Beispiel in Dienstleistungen, Produkte, Informationen etc. Also, man könnte durchaus behaupten, so gesehen hat ein Unternehmen einen Stoffwechsel.

Kann ein Unternehmen wachsen? Das ist offensichtlich. In Form von Umsätzen, Gewinnen, Mitarbeitern, Niederlassungen etc. kann ein Unternehmen auch wachsen.

Kann sich ein Unternehmen vermehren? Auch das wissen wir, in Form von Tochtergesellschaften, Kooperationen, Franchisemodellen, Allianzen etc.

Kann man ein Unternehmen reizen und reagiert es darauf? Das sehen wir tagtäglich und diese Reizung nennen wir Wettbewerb. Unternehmen reagieren auf neue Managementmethoden, Ideen, Produkte, u.v.m.

Verfügt ein Unternehmen über Regulationsfähigkeit? Die Selbstregulation zeigt sich in der Reaktion auf Reize der Umwelt oder auch in kleineren Elementen wie im Qualitätsbereich der Reaktion auf Überschreitung von Regelwerten. Experten der Organisationsentwicklung betonen oft, dass Organisationen eigentlich gar nicht willkürlich gestaltet werden können, sondern dass sie leben und sich in ihrem Umfeld entwickeln. Sie stehen in enger Wechselbeziehung mit ihrer Umgebung.

Kann sich ein Unternehmen bewegen? Ein Unternehmen kann umziehen, den Standort oder Sitz wechseln, Mitarbeiter des Unternehmens oder Teams können zu Kunden gehen, Konkurrenten besuchen, neue Niederlassungen bilden und sonstige Bewegungen vollführen.

Da ein Unternehmen die wichtigsten Kennzeichen für Lebewesen besitzt, können wir also als Fazit davon ausgehen, dass es sich bei einem Unternehmen ebenfalls um ein Lebewesen handelt und es im Folgenden als solches behandeln und besprechen. Folgerichtig werden wir also auch das Thema Gesundheit in all seinen Facetten auf Unternehmen anwenden.

Natürlich kann man manche Ähnlichkeiten nicht eins zu eins übersetzen und die Analogien treffen auch auf ihre Grenzen. Zum Beispiel lassen sich Teile eines Unternehmens relativ einfach ausgliedern und werden selbst zum Unternehmen, das wachsen kann. Dasselbe würde so mit menschlichen Organen, z. B. der Leber, kaum gehen. Aus einer Leber wird wohl kaum ein neuer Organismus erwachsen können. Auch in Bezug auf einzelne Mitarbeiter, die man so gesehen in Analogie zu Körperzellen setzen müsste, ergeben sich Unterschiede. Trotzdem gibt es viele interessante Parallelen.