



LEADERSHIP IMPULS Nr. 20 im Oktober 2010 „Vertrauen schenken und ernten“

Liebe Leserinnen und Leser,

zur Zeit liegen wieder überall Haufen von Kürbissen am Straßenrand, die man sich selbst nehmen kann; das Geld dafür steckt man dann ganz simpel in eine Blechbüchse. Das funktioniert nach demselben Prinzip wie die unbewachten Felder mit "Blumen zum Selberschneiden" gleich daneben.

Haben Sie sich auch schon einmal gefragt, wie ehrlich die Leute dabei eigentlich sind – und wie viele sich einfach bedienen, ohne den richtigen Betrag einzuwerfen? Ob das Vertrauen, das die Anbieter hier in ihre Kunden stecken, sich auch auszahlt?

Gerade habe ich ein Interview mit einem Kürbisbauern gehört, der sagte, dass durchschnittlich 9 von 10 Kürbissen bezahlt werden. Ein schönes Beispiel dafür, dass **sich Vertrauen lohnt!**

Zwar sind 10% "Schwund" bei den Kürbissen ärgerlich. Aber was würde es kosten, dafür eine Kontrollstruktur einzurichten? Überwachungskameras, die man bestimmt ständig reparieren müsste, und deren Aufzeichnungen man aufwändig auswerten müsste? Oder Personal, das man auswählen, einstellen, ausbilden, managen und verwalten müsste? Sicherlich viel mehr! Und wie viel Zusatzgeschäft ginge verloren, wenn man diesen Vertriebsweg nicht hätte?

Mich haben die **90% Ehrlichkeit** erfreut! Zeigen sie doch, dass **man Vertrauen erntet, wenn man Vertrauen schenkt**. Dass man das Beste im Menschen hervorbringt, wenn man mit einem positiven Menschenbild auf ihn zugeht. Und dass man Produktivität gewinnt, wenn man Kontrollen reduziert.

Gerade jetzt, wo wir allerorten **Aufschwung** beobachten und man auf einmal mit knappen Ressourcen viel mehr Geschäft bewältigen muss, kann dieses "Vertrauen schenken" ein probates Mittel sein, um **mit relativ geringem Aufwand enorme Energie-Reserven freizusetzen**. Überlassen Sie Ihren Mitarbeitern ruhig die Verantwortung für ihre Aufgaben! Vertrauen Sie Ihren Kunden bei ihren Anliegen! In den allermeisten Fällen werden sie sich angesichts des Vertrauensvorschusses besonders anstrengen, diesen auch zu rechtfertigen. Und Sie gewinnen Zeit, wenn Sie weniger Kontrollaufwand betreiben.

Ein perfektes Business-Beispiel für den ökonomischen Effekt von Vertrauen ist auch **eBay**. Wie sagte sein Gründer Pierre Omidyar auf die Frage, was seine wichtigste Erkenntnis im Zusammenhang mit eBay sei:

"Die bemerkenswerte Tatsache, dass 135 Millionen Menschen gelernt haben, dass sie auch völlig Fremden vertrauen können." (zitiert aus "[Schnelligkeit durch Vertrauen](#)" von Stephen M.R. Covey)

Was denken Sie? Wie naiv ist es, im Geschäftsalltag vom Guten im Anderen auszugehen? Vertrauen zu schenken und Kontrollen zu reduzieren?



Ihre Meinung interessiert mich!

(Ausgewählte und sehr bewegende Leserantworten auf den letzten Leadership Impuls finden Sie [hier](#).)

Mit herzlichen Grüßen



Alexandra Altmann
CEO/Geschäftsführerin

FranklinCovey
Leadership Institut GmbH
Deutschland | Schweiz | Österreich

Deutschland:
Bavariafilmplatz 3
D-82031 Grünwald
Telefon: +49 (0)89452148-0
Telefax: +49 (0)89452148-48
Internet: www.franklincovey.de
E-Mail: info@franklincovey.de

Schweiz:
Bogenstrasse 7 – Postfach
CH-9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 771933
Telefax: +41 (0)71 771964
Internet: www.franklincovey.ch
E-Mail: info@franklincovey.ch

Österreich:
Parking 10
A-1010 Wien
Telefon: +43 (0)1 3201622
Telefax: +43 (0)1 3201623
Internet: www.franklincovey.at
E-Mail: info@franklincovey.at