AUSZÜGE CV MATHIAS HAAS

Geboren 1972

Studium zum Dipl. Betriebswirt (BA) in Ravensburg

Ausbildung zum Bankkaufmann

Seit 2005 Geschäftsführer,

HAAS. KOMMUNIZIERT. GMBH.

>> HAAS. KOMMUNIZIERT. ...VERÄNDERUNG.

TEXT UND INTERVIEW: KARSTEN EIß

Interview mit Mathias Haas, HAAS. KOMMUNIZIERT. ... VERÄNDERUNG.

Transferorientierter Wandlungshelfer, pragmatischer Redner und zielorientierter Moderator, der Unternehmen und Entscheider fit für die Zukunft macht – das Spektrum von Mathias Haas ist äußerst vielfältig. In seinen Vorträgen ist der gelernte Banker, studierte Betriebswirt und engagierte Entdecker frech, pragmatisch, scharfsinnig, mitreißend und bewegend. Mit seiner Heldenmaschine macht er Angsthasen zu Heldenhasen. Er verleiht Mut, Veränderungsprozessen heldenhaft zu begegnen und Wandel aktiv zu gestalten. Mathias Haas sieht sich nicht als Berater, sondern aktivierender Moderator, der die verborgenen Potenziale in jeder Organisation zu heben weiß. Er ist zertifizierter LEGO SERIOUS PLAY Professional und entwickelt mit LEGO-Bausteinen treffsichere Zukunftsstrategien, die von Teams und Kunden auch wirklich getragen und umgesetzt werden. Mit seinen TRENDBEOBACHTER-Interviews macht er Megatrends sichtbar und zeigt, wo und wie die Zukunft bereits begonnen hat. Das Motto seines Unternehmens lautet: HAAS. KOMMUNIZIERT. …VERÄNDERUNG. Denn Veränderung findet statt – ob wir sie mitmachen oder nicht. Mitglieder des Marketing-Clubs kennen Mathias Haas seit Jahren als Moderator vieler Veranstaltungen und Beirat des Programm-Teams.

Mathias, lass uns – passend zum Jahreswechsel – über das Thema Veränderung sprechen. Das Motto Deines Unternehmens HAAS. KOMMUNIZIERT. …VERÄNDERUNG. lässt darauf schließen, dass das Thema wichtig für Dich ist. Warum?

MATHIAS HAAS: Veränderung bietet jedem Menschen so viele Chancen, sich weiter zu entwickeln. Vor allem in Deutschland habe ich oft das Gefühl, dass Veränderung eher negativ und als Bedrohung gesehen wird. Dabei ist es nicht negativ, Angst zu haben. Es kommt darauf an, wie ich damit umgehe. Lass mich eine Parallele aus der Tierwelt ziehen: Ein Hase, der von einem anderen Tier bedroht wird, hat auch Angst. Aber diese Angst blockiert ihn nicht, sondern er nutzt sie positiv, indem er Vollgas gibt und dem anderen Tier davonrennt. Der Angsthase – und damit sind wir wieder beim Menschen – wird dagegen so von seiner Angst gelähmt, dass er wartet und wartet und damit jeden Trend verpasst.

Warum scheuen gerade die Deutschen die Veränderung?

MATHIAS HAAS: Hier sind in der Vergangenheit viele Menschen und Unternehmen extrem erfolgreich geworden, indem sie perfekte

Prozesse entwickelt und dadurch Fehler auf ein Mindestmaß reduziert haben. Die Frage ist aber, ob eine weitere Reduzierung der Fehlerquote im Promillebereich auch noch ein Erfolgsrezept für morgen ist. Die Koordinaten haben sich schlicht verändert. Neben der Perfektion sind in einer vernetzten und globalisierten Gesellschaft Tempo und Flexibilität ganz entscheidende Erfolgsfaktoren. Das Modeunternehmen Zara zum Beispiel schafft es, ein Kleidungsstück innerhalb von nur sieben Tagen nach dem Entwurf in die Ladengeschäfte zu bringen. Diesen veränderten Rahmenbedingungen Rechnung zu tragen, erfordert Wille und Mut zur Veränderung.

Kann man sich denn überhaupt selbst verändern oder wird man nicht viel mehr durch die äußeren Umstände verändert?

Mathias Haas: Es gibt ein Sprichwort, das lautet: Über die Ersten und Letzten lacht man. Über die Ersten, die mit einem Handy rumgelaufen sind, haben wir noch gelacht. Irgendwann wird es kein Telefon mehr mit Hörer geben oder nur noch Waschmaschinen mit Internet-Anschluss. Ich glaube, man darf es nicht zulassen, auf Veränderungen nur zu reagieren. Man muss sich vielmehr fragen, ob man ein Angsthase oder ein Heldenhase sein will. Der Heldenhase nimmt sich nur ein Prozent seiner Zeit, einen Tag im Quartal, um über seine Zukunft nachzudenken und zu reflektieren, was dies für ihn bedeutet. Es ist unglaublich, dass viele Menschen sich diese Zeit nicht nehmen und stattdessen lieber jede E-Mail lesen, um bloß nichts zu verpassen. Meine These ist: Wer sich nur diese vier Tage im Jahr bewusst Zeit nimmt, ist so viel schneller an den richtigen Themen dran, dass er so erfolgreich sein wird, dass er es sich locker leisten kann, viele Mails gar nicht mehr zu lesen.

Als TRENDBEOBACHTER bezeichnest Du Dich als „transferorientierter Wandlungshelfer“. Wie verstehst Du Deinen Job?

Mathias Haas: Viele Menschen sind immer wieder überrascht von langfristigen Entwicklungen. Dabei kommen die wenigsten signifikanten Entwicklungen über Nacht. Beispiel Fachkräftemangel: Laut einer Umfrage erkennen 97 Prozent der Unternehmen, dass der demografische Wandel zu einem Problem für sie wird, aber nur 21 Prozent haben sich schon darum gekümmert. Sprich, der Mensch handelt oft wider besseren Wissens. Als TRENDBEOBACHTER springen wir aber nicht auf jeden möglichen Trend auf, sondern gleichen mit der Realität ab, was Markt- und Trendforscher behaupten und stellen Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Trendfeldern her. Dinge passieren heute nicht mehr isoliert voneinander. Heute gibt es Handschuhe, mit denen man das Touchpad eines Smartphones bedienen kann. Was hatte früher ein Handschuh mit einem Telefon zu tun? Diese Zusammenhänge und die Relevanz für jeden einzelnen aufzuzeigen ist meine Aufgabe. Dabei nehme ich mir aber die Freiheit, als Pragmatiker und nicht als Wissenschaftler zu arbeiten.

Wie gehst Du ein Veränderungsprojekt in einem Unternehmen an?

Mathias Haas: Wir beginnen meistens mit der Ermittlung des Status Quo und nutzen dafür Methoden wie LEGO SERIOUS PLAY, ein moderierter Prozess, der die Vorzüge des Spiels und des Modellierens mit Legosteinen mit den ernsthaften Belangen der Geschäftswelt verbindet. Im nächsten Schritt geht es darum, zu ermitteln, wo das Unternehmen in drei oder fünf Jahren stehen soll. Danach beginnt die Arbeit erst so richtig: Das Delta zwischen dem Ist- und dem Sollzustand zu schließen.

Viele Veränderungsprozesse scheitern an der Umsetzung. Man geht hochmotiviert aus einem Workshop raus und spätestens nach zwei Wochen verfällt man wieder in den alten Trott. Wie kann man Veränderung wirklich nachhaltig implementieren?

Mathias Haas: Das gelingt nur, wenn man alte Gewohnheiten über Bord wirft. Die Wissenschaft sagt, dass es sechs bis neun Monate dauert, Gewohnheiten umzustellen. Das heißt, was immer ich verändern will, ich brauche sechs bis neun Monate. Dabei muss ich konsequent vorgehen und mich immer wieder überprüfen, ob ich noch auf dem richtigen Weg bin. Hilfreich ist es, die betroffenen Menschen in den Veränderungsprozess mit einzubeziehen. Wenn sie selbst Teil der Veränderung sind, werden sie sich nicht so schnell dagegen stellen. Wichtig ist auch eine gesunde Fehlerkultur. Viele Unternehmen sagen zwar, dass sie eine Fehlerkultur haben, aber wenn einer einen Fehler macht, gibt es trotzdem auf den Deckel. Man muss um die Sache streiten und nicht um das Ego. Eine Idee gewinnt, wenn sie größer ist als das Ego.

DAS GELINGT NUR, WENN MAN ALTE GEWOHNHEITEN ÜBER BORD WIRFT.

Auf welche Widerstände stößt man häufig?

Mathias Haas: Oft kommen Widerstände aus der mittleren Führungsebene. Die bekommen neben dem Druck von oben jetzt auch noch Druck von ihren Mitarbeitern. Oft fehlt auch die Geduld und das Verständnis, dass eine Veränderung nicht von heute auf morgen zu erreichen ist. Gerade in großen Unternehmen habe ich auch schon die Erfahrung gemacht, dass Veränderungen zerredet werden, weil alle mitreden müssen. Insgesamt gibt es aber nicht nur einen Weg zum Erfolg. Schau Dir Apple und Google an, zwei äußerst erfolgreiche Unternehmen, die vollkommen unterschiedlich funktionieren. Bei Apple trifft ein sehr kleiner Kreis die strategischen Entscheidungen, Google dagegen ist sehr demokratisch.

Welche Bedeutung spielt in einem Veränderungsprozess die Kommunikation?

Mathias Haas: Von 17 Projekten fahren 16 an die Wand. Ich bin überzeugt davon, dass viele an mangelnder Kommunikation scheitern. Daher gehe ich davon aus, dass die Budgets für Kommunikation in Zukunft massiv nach oben gehen werden, vor allem bei öffentlichen Großprojekten, Stichwort Stuttgart 21. Solche Projekte lassen sich nicht mehr per Dekret durchziehen. Dass bedeutet, dass man sich Diskussionen offen stellen und mehr Transparenz zulassen muss. Die Occupy-Bewegung hat beispielsweise für Diskussionen ein ganz einfaches System eingeführt: Es gibt nur drei Gesten, eine für „ja“, eine für „nein“ und eine dafür, dass der Redner das Podium verlassen muss. Ich habe noch keine Veranstaltung erlebt, bei der der Gast entscheiden darf, ob der Redner weiterredet. Warum eigentlich nicht? Ist die Veranstaltung für die Redner gemacht oder für die Teilnehmer? Ich bin mir sicher, dass der Mensch viel mehr Offenheit und Transparenz verträgt als viele glauben.