



## Das Konzept „Hausverstand“

Immer mehr zieht der Frühling in unser Land und mit ihm neue sowie auch wiederkehrende Ideen. Sicher haben Sie auch über die Osterfeiertage Ihren „Hausverstand“ walten lassen und ausschließlich gesunde und regionale Produkte konsumiert! Nein?! Aber, aber ...

Der Handel hat neuerdings wieder ein bekanntes und altbewährtes Konzept aus der Schublade geholt, nämlich das Entscheiden mit „Hausverstand“. Implizit wird suggeriert, dass wir letztendlich alles mit Hausverstand lösen können. Ich frage Sie: Ist das wirklich so?

Gerade im Beratungsalltag erleben wir immer wieder, dass Unternehmen komplexe Probleme und Vorgänge gerne mit Hausverstand lösen möchten und dennoch an tragfähigen Resultaten immer wieder scheitern. Woran liegt es? Kann es sein, dass manche Zusammenhänge doch so vielschichtig sind, dass allein ein schneller Blick, eine Entscheidung aus dem Bauch oder „Bauernschläue“ nicht reichen? Kann es sein, dass eine „allgemein akzeptierte Mehrheitsmeinung“ - wie Hausverstand auch gerne definiert wird - nicht ausreicht, wenn neue Wege und Innovation gefragt sind?

Das Konzept „Hausverstand“ hat einen starken Hang zur Vereinfachung und zur Entscheidungsfindung auf Basis bereits vorhandener und vorgefasster Meinungen. „Vernünftiges Denken“, ganzheitlicher Blick und fachliche Tiefe sind da nur schwer möglich. Verstehen Sie mich nicht falsch! Nicht das ich den komplizierten und nur schwer in Griff zu bekommenden Lösungsansätzen eine Lanze brechen möchte, aber eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Thema sowie die genauere Betrachtung von Ursachen und Wirkung wird das Ergebnis meist sehr positiv beeinflussen.

Sicherlich: Da und dort ist es auch nur die Wahl der Perspektive, die uns frei nach Antoine de Saint Exupéry *„Um klar zu sehen, genügt oft ein Wechsel der Blickrichtung“* die Augen öffnet. Und bei diesem Schritt lenkt uns wohl zuallererst der „Hausverstand“.

Herzlichst Ihr  
Philipp Wessiak

Philipp Wessiak ist Consultant bei x|vise innovative logistics GmbH in Lauterach.