

«Es war ein Experiment ohne Erfolgsgarantie»

Ein Gespräch mit Christine Kranz, Geschäftsführerin der Symbolon AG in Triesen

Was auf dem Markt war, genügte ihr nicht. Beraterin Christine Kranz entwickelte ihr eigenes Konzept. Mit Symbolon startete sie den Siegeszug in die Chefetagen der Wirtschaft.

● MIT CHRISTINE KRANZ
SPRACH JANA RIEDMÜLLER

Frau Kranz, was machten Sie beruflich, bevor Sie die Symbolon gründeten?

Christine Kranz: Ich habe im elterlichen Betrieb in Liechtenstein Zahntechnik gelernt. Mit 27 bin ich in den Beraterberuf gewechselt. Es folgten viele Jahre Beratungstätigkeit, bevor ich beschloss, mich beruflich vollumfänglich der Wirtschaft zu widmen.

Welche Art der Beratung haben Sie damals angeboten?

In erster Linie Persönlichkeitsberatung. Zu Beginn arbeitete ich mit Atemtherapie und anderen körperzentrierten Methoden. Zunehmend interessierten mich jedoch die Führungskräfte in den Unternehmen und die von ihnen geleiteten Teams.

War die Selbstständigkeit für Sie ein grosser Schritt?

Nein. Für mich ist die Selbstständigkeit eine Selbstverständlichkeit. Bereits im elterlichen Betrieb hatte ich viel Verantwortung und arbeitete sehr selbstständig. Ich kann es mir heute nicht vorstellen, irgendwo angestellt zu sein. Meine Mutter war auch im Betrieb tätig; deshalb war uns Kindern völlig klar, dass man auch als Frau unternehmerisch tätig sein kann.

Gab es dennoch Momente, in denen Sie viel Mut brauchten?

Auf jeden Fall, ja. Der Branchenwechsel in die Beratung hat von mir viel Mut erfordert. Ein weiterer grosser Schritt war für mich, über Liechtensteins Grenzen hinauszugehen und international tätig zu werden.

Das geht vielen Liechtensteinern so. Sicher habe auch ich viele liechtensteinische «Anlagen» in mir. Um jedoch wirken zu können, war Liechtenstein für mich immer schon ein zu begrenzter Raum. Als ich dreissig wurde, fühlte ich mich eingegrenzt. Es war ein natürlicher Schritt, für fünf Jahre von Liechtenstein weg nach Zürich zu gehen. Heute habe ich zwei Standorte: Wien und Liechtenstein. Es ist wichtig für mich, in Europa unterwegs zu sein.

Wie kamen Sie auf die Idee, eine eigene Methodik zu entwickeln?

Nach rund fünfzehn Jahren Erfahrung in der Beratung erkannte ich immer deutlicher, dass ich mit einem eigenen Konzept Führungspersönlichkeiten in der Wirtschaft effizienter beraten könnte. Die fachliche Kompetenz dieser Leute ist das eine; sie ha-

ben auch schon öfter gehört, wie sie führen sollen oder wie man sich verhalten kann. Das reicht jedoch noch nicht aus.

Was fehlte denn?

Mich interessieren die innerdynamischen Abläufe in einem Team, die sich immer auch auf das Arbeitsumfeld auswirken. Ich sah den Bedarf, eine Methodik zur inneren Bezogenheit, zum «Wer bin ich?» und «Bin ich authentisch im Unternehmen und bei Kunden?» zu entwickeln. Während meiner Ausbildung am Carl-Gustav-Jung-Institut in Zürich erlebte ich, wie man mit Bildern und Symbolen arbeitet. Das war für mich das Schlüssel-Erlebnis. Ich wollte diese Bilderwelt in die Wirtschaft bringen.

Was machte Sie so sicher, den richtigen Ansatz zu haben?

Es war ein Experiment ohne Garantie auf Erfolg. Zwei Jahre lang habe ich zusammen mit einer Frau, die in der Wirtschaft tätig war, das Konzept entwickelt. Wir stellten jeweils einen Teil fertig, wandten diesen bei Testpersonen an und machten weiter. Es war mehr eine Vision, die wir vor uns hatten und an die wir glaubten. Bis heute gibt es weltweit kein vergleichbares Instrument.

Sind Sie dann direkt auf das Topmanagement zugegangen?

Ja. Als das Konzept fertig war, habe ich mehrere internationale Konzerne angeschrieben und ihnen die Unterlagen zugesandt. Ich hatte das Ziel, mein Angebot direkt in den Topetagen zu implementieren.

Und das hat offenbar funktioniert.

Ja, es hat tatsächlich funktioniert. Mir begegnete sehr viel Offenheit. Die Methode erfordert auch eine gewisse Offenheit des Kunden. Mein Ansatz ist vor allem etwas für Unternehmen, die schon einiges gemacht haben und etwas suchen, das weiter führt als die üblichen Techniken.

Was kann Ihre Methodik, was andere nicht können?

Der Kunde erkennt sich und seine Situation von einer klareren, tieferen Ebene her. Das geschieht ohne tiefenpsychologisches Grübeln. Er kann schnell ein grösseres Verständnis von sich gewinnen, das er auch in sein Umfeld tragen kann.

Und wie funktioniert Ihre Methodik Symbolon ganz konkret?

Der Kunde bekommt Kunstwerke verschiedener Künstler vorgelegt. In den Bildern wählt er Elemente, die ihn ansprechen oder die er ablehnt. Durch die Symbolik in den Bildern können wir seine Wahl übersetzen und mit der Reflektion in der persönlichen Beratung von der inneren Ebene auf die äussere Wirkung schliessen. Dies zeigt, wie er im täglichen Leben an die Dinge herangeht, welche Stärken und Schwächen er hat und welche Potenziale er nicht nützt.

Ist Ihre Analyse immer zu hundert Prozent richtig?

Wenn wir unsere Analyse mit dem Kunden besprechen, sieht er das praktisch immer genauso. Wir haben das Instrument zudem an einer Universität in Innsbruck bewerten lassen. Es ist also wissenschaftlich untersucht und anerkannt.

Haben Sie den eingetretenen, grossen Erfolg erwartet?

Nein, den hätte ich nicht erwartet. (lacht) Die Resonanz auf dem Markt war sehr gross, auch die Bereitschaft, sich die Idee näher anzuschauen. Durch die grosse Anerkennung ist die Firma auch um einiges schneller gewachsen, als ich mir das je gedacht hatte.

Wachstum verlangt von Ihnen ein gutes Management.

Bisher geht es auf. Ich selbst bin zu 30 Prozent auf dem Endmarkt tätig, das heisst in Unternehmen bei Kunden; etwa zu 30 Prozent beschäftige ich mich mit Weiterentwicklung und Forschung und zu 40 Prozent mit Ausbildungen und Support.



Christine Kranz: «Für mich ist die Selbstständigkeit eine Selbstverständlichkeit.» Foto: zvg

Wie verdienen Sie dabei Ihr Geld?

Die Symbolon verkauft externen, lizenzierten Beratern Instrumente zur Persönlichkeits- und Teamanalysen, mit denen sie arbeiten können. Es sind Produkte, die sie bei uns erwerben.

Wer mit Ihrer Methodik arbeiten will, braucht also ein Zertifikat.

Ja. Im deutschsprachigen Raum sind etwa 80 Berater zertifiziert, von Hamburg über die Schweiz bis nach Österreich. Dazu kommen die Tschechien, die Slowakei und Russland. Wir bilden die Berater aus und zertifizieren sie. Sie stehen dann weiterhin unter Qualitätskontrolle und werden durch die Symbolon «supported».

Wer sind die Berater, die sich bei Ihnen ausbilden lassen?

Sie sind zum Teil bereits als Berater selbstständig oder sie arbeiten als Personalfachkräfte in Unternehmen. Sie bringen auf jeden Fall Grundausbildungen und Erfahrungen als Berater mit und wünschen eine Weiterbildung mit unserer Methodik.

Wie können Sie bei 80 Beratern die Qualität sichern?

Nach der Zertifizierung erstellen sie eine Tonbandaufnahme von einem Beratungsgespräch, die ich mir anhöre. Danach gibt es mit dem Berater abgesprochene Stichproben in Form von Kundenumfragen. Es existiert zudem eine jährliche Supervisionsverpflichtung, wo die Methodik über mehrere Tage aufgefrischt wird.

Wie würde die Wirtschaft aussehen, wenn alle Ihre Methode nutzen würden?

Ich glaube nicht, dass das notwendig ist. (lacht) Ich denke jedoch, wir würden uns viel bewusster verhalten, das heisst, mehr Sensibilität und Offenheit für den anderen aufbringen, statt nur von uns selbst und unserer egozentrischen Weltsicht auszugehen. Wir hätten mehr Klarheit darüber, was im Aussen stattfindet und wo die anderen stehen.

Ist in Zeiten harter Konkurrenz am Arbeitsplatz noch so viel Vertrauen möglich?

Ja, durchaus. Wenn die Führungsverantwortlichen sich wirklich anders verhalten, und zwar von innen her anders, dann ist sogar sehr vieles möglich. Was im Topmanagement passiert, das wirkt immer bis zur Basis. Mehr Bewusstheit der Führungskräfte über die Folgen ihrer Handlungen kann in einem Unternehmen ein völlig neues Klima schaffen. Meiner Erfahrung nach ist das auch die

einzigste Möglichkeit, wirklich etwas zu verändern.

Wer hat im Topmanagement aus Ihrer Sicht bisher den grössten Fehler gemacht?

Ich würde mir nicht anmassen, hier Namen zu nennen. Ein Ausdruck völliger Degeneration in der Wirtschaft allgemein ist die Tendenz, nur noch ganz kurzfristig auf Aktienkurse zu setzen. Wir können das rundherum beobachten. Es geht nicht mehr um das Unternehmen, die Mitarbeiter und die Kunden, sondern nur um die Aktienkurse und Provisionsausschüttungen.

Angenommen, Liechtenstein wäre Ihr Kunde. Was wäre Ihre Persönlichkeitsanalyse?

Ich würde zu ihm sagen: «Nutzen Sie Ihre unglaublichen Möglichkeiten!» Es lohnt sich, auch für uns selbst. Wir sind ein privilegiertes Land, das auf einem Goldkissen sitzt und leider den Hintern viel zu wenig bewegt. «Bewegen Sie sich, tragen Sie Ihren Segen hinaus in die Welt, und Sie bekommen so viel Segen zurück.»

Spielt es im Ausland eine Rolle, dass Sie Liechtensteinerin sind?

Ja. Als Liechtensteinerin erlebe ich international grossen Wiedererkennungseffekt. Man hört einen speziellen Dialekt heraus, auch wenn ich mich hochdeutsch oder englisch unterhalte. Oft tippen die Leute auf die Schweiz oder Vorarlberg. Wenn ich dann sage, ich bin aus Liechtenstein, dann bleibt das den Leuten in Erinnerung. Wie viele beratende Liechtensteinerinnen gibt es in Wien? Man kennt nur mich oder höchstens noch eine zweite.

Für Sie ist Liechtenstein also auch ein Markenhalt.

Ja, Liechtenstein bringt als Marke eindeutig einen Vorteil.

Das sehen manche anders. Was ist der Vorteil?

Liechtenstein wird sehr sympathisch gewertet. Die Kleinheit des Landes und die Berge, das spricht die Leute an. Es entsteht leicht ein offenes Gespräch. Ich bin ja auch Liechtensteinerin und kein Steuerflüchtling. Also werde ich nicht mit diesem Negativeimage verknüpft.

Sehen Sie sich heute mehr als Beraterin oder als Unternehmerin?

Heute bin ich beides. Die Patentierung war für mich der Schritt von der Beraterin und Trainerin zur Unternehmerin. Das war eine neue Erfahrung für mich. Ein professionelles

facts & figures

Die Symbolon AG wurde 1996 in Triesen gegründet und feiert heuer ihr zehnjähriges Bestehen. 2004 folgte die Gründung der Tochterfirma Symbolon GmbH in Wien als Ausbildungszentrum. Das Unternehmen entwickelte eine Methodik zur Profilierung von Führungspersönlichkeiten und Teams. Mit Hilfe von Bildern berühmter Künstler und Symbolen werden Veränderungen auf einer tieferen Ebene des Bewusstseins erreicht. Letztes Jahr startete die Symbolon AG die Osterweiterung bis nach Russland. Auf der Basis des Symbolon Personality Profile® arbeitet mittlerweile ein internationales Netz von 80 zertifizierten Beratern.

Team unterstützt mich. Schliesslich bin ich es jedoch, die entscheiden muss. Es ist schon spannend, sich vorzustellen, dass vielleicht in ein paar Jahren mehrere hundert Berater mit der Methodik arbeiten.

Ist das Ihre Vision?

Ja. Mittlerweile wurden die Profile in acht Sprachen übersetzt. Das wird vermutlich so weitergehen. Ziel ist es, das Produkt weltweit zu etablieren.

Ist Symbolon Ihre Berufsbestimmung bis ans Lebensende?

Im Moment ist es meine Bestimmung. Ob bis ans Lebensende, das weiss ich noch nicht. Bisher habe ich eine Sache immer wieder verlassen, wenn ich etwas erreicht hatte. Ich habe mich immer wieder verändert und bin weitergegangen. Bei Symbolon gibt es natürlich sehr viele Entwicklungsmöglichkeiten für die nächsten paar Jahre.

Könnten Sie denn Ihr «Baby» so leicht loslassen?

Ich denke schon. Ich arbeite heute schon darauf hin, dass die Symbolon in drei, vier Jahren ohne mich leben kann.

Heisst das, Sie lieben die Unabhängigkeit?

Ja, schon. Mir ist sehr wichtig, dass meine Firma kein grosses, schwerfälliges System ist, für das ich verantwortlich bin. Die Symbolon muss jetzt wie ein Kind erwachsen werden. Das ist eines meiner grossen Ziele, dass das «Baby» einmal neben mir steht und nicht mehr an mir hängt.

kurz gefragt

1. Als Unternehmerin bin ich ...
... vielfältig gestaltungsfähig.
2. Liechtenstein könnte in Zukunft ...
... sein Potenzial auf allen Ebenen besser nutzen.
3. Führung heisst für mich ...
... Menschen zu fördern und zu entwickeln.
4. Die Wirtschaft wäre gut beraten, wenn ...
... das Miteinander und die Verschiedenartigkeit von Mann und Frau entsprechend geachtet würden.
5. Das höchste Potenzial des Menschen ...
... ist in ihm selbst.
6. Inspiration gibt mir ...
... die Kunst.
7. Es freut mich, wenn ...
... ich einfach Zeit für mich habe.
8. Mein persönliches Ziel ist es ...
... Spuren zu hinterlassen.
9. Einen Lunch hätte ich gern mal mit ...
... Seiner Durchlaucht Hans-Adam von und zu Liechtenstein.
10. Die Christine sagt oft zur Kranz...
... Nobody is perfect.

zur person

Christine Kranz (43) ist Gründerin und Geschäftsführerin der Symbolon AG. Die gelernte Zahntechnikerin bildete sich berufsbegleitend im Bereich Atemtherapie und Psychologie weiter und wechselte 1987 vollständig in die Beratungstätigkeit. Aufgrund nicht ausreichender Beratungsansätze begann sie, ein eigenes Konzept zu entwickeln und lancierte «Symbolon» zwei Jahre später auf dem Markt. Aus der Beraterin wurde eine Unternehmerin; der Erfolg gab ihr Recht. Ihr Wunsch ist es, dass die Symbolon AG in einigen Jahren auch ohne die Gründerin auskommen kann. Kranz ist Mitglied der ICF (International Coach Federation).