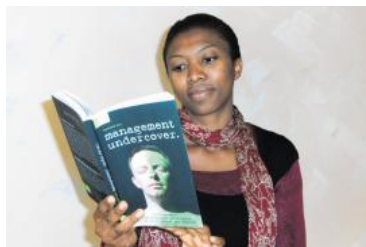


Bischofsheimerin Francette Kurt bringt Wirtschafts-Ratgeber heraus

Literatur: Die Französin mit togolesischen Wurzeln beherrscht die Kunst, viele Dinge auf einmal zu erledigen

BISCHOFSHEIM/FRANKFURT *Das Graue mit dem Bunten mischen - das ist das Lebensmotto von Francette Kurt, Autorin des Ratgebers »Management Undercover«. In ihrem ersten Buch wendet sie dieses Motto auf die Welt des Managements an. »Es geht nicht immer nur um Hard-Facts, also um Zahlen. Mit sogenannten Soft-skills kann man effektiv auf die Hard-Facts einwirken«, sagt sie im Gespräch mit dem ECHO.*

Das Graue mit dem Bunten mischen - das ist das Lebensmotto von Francette Kurt, Autorin des Ratgebers »Management Undercover«. In ihrem ersten Buch wendet sie dieses Motto auf die Welt des Managements an. »Es geht nicht immer nur um Hard-Facts, also um Zahlen. Mit sogenannten Soft-skills kann man effektiv auf die Hard-Facts einwirken«, sagt sie im Gespräch mit dem ECHO.



Erstlingswerk: Francette Kurt mit ihrem Buch „Management Undercover“. Foto: Sandra Pürzl

Hard facts ist ein Begriff aus der Managerwelt. Dabei geht es einzig darum, die Profite einer Firma zu steigern - ohne Rücksicht auf die Mitarbeiter, die sie erwirtschaften. »Aber auch solch eine Umgebung kann man bunter wahrnehmen«, sagt Kurt. Soft skills heißen wohl so, weil Fähigkeiten beschrieben werden, die als eher weich gelten: Auf den Menschen zugehen, sich selbst kennen lernen, als Chef bodenständig bleiben.

Mit ihrem Buch möchte Francette Kurt erreichen, dass in den fakten- und theorieorientierten Managerbüros die Blickrichtung zum Menschen hin geändert wird. »Wer auf psychologischer Ebene versteht, wie der Mensch funktioniert, der kann auch auf Menschen zugehen«, erklärt sie. Als Manager oder Führungskraft müsse man die Arbeitsweisen der Mitarbeiter kennen. Sonst könne es zu Fehlbetrachtungen kommen, die zu einer Kettenreaktion führen, die in schlechten Zahlen - also in Hard-Facts - endet.

»Mit kreativem Management hätte die Krise, in der wir uns befinden, verhindert werden können«, ist Kurt sicher. Durch zehn Jahre Berufserfahrung in einem mittelständischen Unternehmen als Leiterin der internen Kommunikation hat Francette Kurt beobachtet, wie es zu Fehlbetrachtungen zwischen Führungsebene und Angestellten kommt. Sie entwickelte Konzepte, um die Kommunikation zu verbessern. Mittlerweile leitet sie ihre eigene Firma - Brand Skills mit Sitz in Bischofsheim.

Brand Skills berät Firmen in Fragen des Kommunikationsmanagements. Es geht um Mitarbeitermotivation sowie Image und Außendarstellung von mittelständischen Unternehmen. Dabei sammelte Francette Kurt Beispiele aus dem Management-Alltag, die sie in ihrem Buch verarbeitet. Auf unterhaltsame Art beschreibt sie die täglichen Aufgaben im Management. »Eine Botschaft, die witzig übergebracht wird, ist leichter zu verdauen. Man erinnert sich daran«, sagt sie.

Managertypen unterteilt sie in vier Gruppen: Holz, Wasser, Feuer und Erde. Jeder Typ ist mit einer bestimmten Farbe unterlegt, was das Buch an sich schon einmal bunter macht. Dazu unterstreichen Fotos die Botschaften der Kapitel. In vielen Fotos sind Gemälde enthalten, die ebenfalls von ihr selbst gemalt wurden. Ein Gemälde wird zum Beispiel von einem Mann im Bademantel vor der Frankfurter Börse hochgehalten. »Die Art der Präsentation spielt eine große Rolle. Die Kunst in den Kapiteln soll unterstreichen, dass der Alltag im Geschäft schöner gestaltet werden darf. Es muss nicht immer nur um Zahlen gehen.«

»Ich will mich nicht als Guru aufspielen«, sagt sie aber auch. »Ein Manager darf keine Angst vor den Aufgaben in seinem Betrieb haben. Man darf sich keine Grenzen setzen, sondern man muss einfach machen.« Dementsprechend hat Kurt ihr Buch selbst verlegt. Ein Projekt ihrer Firma wurde der Verlag Brain Skills. Dort wird auch das vierteljährlich erscheinende Magazin »Pluriell« herausgebracht. Auch dort werden die Grenzen zwischen weich und hart fließend gestaltet - es handelt sich um eine Mischung aus Manager-Fachliteratur und Frauenzeitschrift. Themen sind etwa ein Portrait von Michelle Obama, die entspannende Wirkung von Shiatsu-Massagen, aber auch ein Dossier über Frauen in Managerpositionen. Und statt eines Tests, ob man eher Herbst- oder Frühlingstyp ist, kann man im Selbsttest erfahren, welcher Führungstyp man ist.

Dass die Französin mit Wurzeln im afrikanischen Togo eine Meisterin der Selbstorganisation ist, zeigt sich darin, dass sie neben Firma und Verlag auch die Familie unter einen Hut bringt. »Ich nehme häufig Projekte an, für die ich zu Hause arbeiten kann«, sagt sie. So hat sie mehr Zeit für ihren fast sechs Jahre alten Sohn Romeo und natürlich für ihren Ehemann. »Natürlich müssen in allen Bereichen Abstriche gemacht werden. Ich versuche, den Tag so lange auszudehnen, bis es nicht mehr geht.«

Obwohl »Management Undercover« hauptsächlich Leute in Führungspositionen anspricht, ist die unterhaltsame Art die Lektüre wert. Kurt schreibt verständlich und informativ, was es auch Leuten ohne Hintergrundwissen möglich macht, das Buch zu lesen. Francette Kurt würde sich wünschen, dass alle Manager und Führungspersonlichkeiten ihr Buch lesen. »Die werden es aber wahrscheinlich nicht kaufen«, weiß sie. Aber: »Vielleicht bekommen sie es ja geschenkt.«

[Buchmesse](#)

[Francette Kurt ist zu finden in Halle Vier beim Börsenverein.](#)