

Wettbewerbsvorsprung durch Neugier?

Das Kultivieren der Kreativen Geisteshaltung ist der erste Schritt zur Innovation.

Dies bestätigen die Beraterinnen Annette Blumenschein und Ingrid Ute Ehlers in einem Plädoyer für Neugier.

„Das haben wir schon immer so gemacht...“

Wie oft haben Sie solche Äußerungen schon gehört: „Ach, nein, das ändern wir jetzt nicht, es ist doch alles gut so und außerdem haben wir das immer schon so gemacht!“ Oder „Mit dieser Lösung sind wir bis jetzt doch ganz gut gefahren - und lieber keine Experimente...“.

Mit derartigen Aussagen wurde schon so manche gute Idee für immer verabschiedet. Eine solche Einstellung hat dafür gesorgt, dass neue Vorschläge ausgebremst wurden und Innovationen erst gar nicht aufkamen.

Einerseits verständlich, denn insbesondere in Zeiten des permanenten Wandels gibt es ein deutliches Stabilitätsbedürfnis. Dieses kann sich allerdings verhärtet und zu Beharrungsvermögen und dann zu einer Zaghaftheit auf dem Weg ins Neue, also Ungewisse werden. Doch wer am „Ewig Gleichen“ festhält, der akzeptiert auch Denk- und Verhaltensweisen, die nicht mehr mit veränderten Rahmenbedingungen mithalten können.

Und es besteht die folgende Gefahr:

Gute Ideen von gestern können zu schlechten Problemlösungen von morgen werden!

Der Erfolg von heute kann einen bequem, genügsam und zufrieden machen. Und genau daraus erwächst dann ein Problem. Das hat ein Botschafter der Neugier schon im letzten Jahrhundert erkannt:

„Das ist der Fluch der Zufriedenheit: Zufriedene Menschen wünschen keine Veränderung und gefährden gerade dadurch ihre Zufriedenheit.“ (Herbert George Wells, britischer Schriftsteller, 1866 – 1946)

Denn nur aus dem Willen zur Veränderung kann Wandel und Fortschritt entstehen.

So nicht: Die Methode „Nachbessern“

Heutzutage stößt das reine Nachbessern des Bestehenden meist schnell an seine Grenzen. Auf diese Weise gelingt es nur für kurze Zeit, Wettbewerbsvorsprünge zu erzielen. Somit geht es nicht mehr nur um die Optimierung einer bestehenden Funktion, sondern um einen radikalen Prozessmusterwechsel.

Was hilft? Neugieriges Erkunden von Analogiewelten, engagiertes Quer-Denken, überraschendes Verknüpfen von Erlebniswelten und Branchen.

Doch wie bekommt man das hin, und auch noch im Tagesgeschäft?

Denn bei der Suche nach außergewöhnlichen Lösungen für Aufgaben und Probleme bleibt meist keine Zeit, intuitive Eingebungen und Geistesblitze abzuwarten.

Um Kreativität gezielt einsetzen zu können, ist es erforderlich, alle Facetten der eigenen Kreativ-Kompetenz zu erkennen und zu erkunden und sie darüber hinaus mit passenden Übungen und Techniken regelmäßig und sorgfältig zu pflegen. Nur so kann sich persönliches Wachstum und in der Folge auch ökonomisches Wachstum durch kreative Menschen entfalten.

Dieser „Wartungsaufwand“ ist der Preis dafür, dass die Ressource Kreativität zuverlässig nutzbar zur Verfügung steht. Und diese Investition in die Zukunft rentiert sich als „Return on Creativity“.

„Wieso, weshalb, warum? – Wer nicht fragt, bleibt dumm!“

Dieser Kinderreim beschreibt die Vorteile des „Neugierig Seins“ und dies ist eine überlebenswichtige Eigenschaft bei Kindern. Und eigentlich sollte das auch für erwachsene Menschen Gültigkeit haben.

Da fällt allerdings auf: oft funktioniert das nicht. Was ist denn mit der Neugier bei Erwachsenen los? Oftmals geht die Neugier verloren, erstickt in Routine. Oder sie steht in einem ganz schlechten Ruf und man will damit lieber nicht in Zusammenhang gebracht werden.

Fortsetzung auf Seite 2

Wettbewerbsvorsprung durch Neugier?

Fortsetzung von Seite 1

Der erste Blick auf Neugier

Es gibt die folgenden Vorurteile und Interpretationen zu Neugier:

„Aufdringlichkeit“	„Indiskretion“	Distanzlosigkeit“
„Ungehemmte Gier auf Neues“	„Naseweisheit“	
„Nerverei“	„Unverschämtheit“	„typisch weiblich“
„die Nase in alles stecken“	„Klatsch und Tratsch“	

Unter diesem Imageschaden leidet Neugier schon seit langem. Und das verdient sie überhaupt nicht. Deshalb hier ein engagiertes Plädoyer für diese fortschrittsweisende Geisteshaltung.

Vom Nutzen der Neugier

Eine negative Interpretation von Neugier ist verwunderlich, denn wenn man die derzeit überall geforderten und ausgerufenen Fähigkeiten in Stellenbeschreibungen und Anforderungskatalogen des Personalwesens untersucht, stellt man fest:

Um in der globalen Welt und auch im Berufsalltag von heute zurecht zu kommen, sind gefordert:

- Interesse an Veränderung
- Fähigkeit zum Quer-Denken
- Bereitschaft zu lebenslangem Lernen
- Flexibilität
- unternehmerischer Geist
- Fähigkeit, Bestehendes infrage zu stellen.

Und all das sind Erscheinungsformen der Kreativen Geisteshaltung, die sich auf Neugier aufbaut. Dies gilt sicher für Unternehmerinnen und Unternehmer, und in hohem Maße auch für Angestellte.

Deshalb ein zweiter Blick auf Neugier

Neugier stellt eine wichtige Facette von Kreativ-Kompetenz dar. Kreativ-Kompetenz bedeutet die Fähigkeit zur Problemlösung mittels Kreativem Denken und Handeln. Kreativität ist eine der grundlegenden menschlichen Fähigkeiten zur Lebensgestaltung. Indem der Mensch seine Umgebung beeinflusst und sich Bedingungen schafft, in denen er leben und überleben kann, erfindet und gestaltet er sich gleichsam selbst.

Fortsetzung auf Seite 3

Autorinnenprofil

Annette Blumenschein

war schon immer neugierig und hat ihren Eltern und Freunden so manches Loch in den Bauch gefragt. „Warum SO?“ und „Warum überhaupt?“ waren einige ihrer Lieblingsfragen.

Diese Neugier führte zu interdisziplinärem Interesse, weshalb sie Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing und Wirtschaftspädagogik mit Schwerpunkt Personalentwicklung studierte. Nach einer freiberuflichen Zeit in der Mediaplanung einer Werbeagentur sorgte wieder die Neugier dafür, dass in ihr der Berufswunsch reifte, selbstständig als Beraterin und Trainerin für verschiedene Branchen zu arbeiten. Dabei unterstützt sie auch Menschen bei der Realisierung von Geschäftsideen.

Ihr beruflicher Alltag ermöglicht es ihr, immer wieder neue Menschen und Berufswelten kennen zu lernen, Einblicke in ganz unterschiedliche Bereiche zu erlangen und tagesgeschäftliche Herausforderungen durch neue Sicht- und Denkweisen auf neue Pfade zu lenken. Menschen auf ihrem Weg ins Neue zu begleiten und dabei Mut zur Neugier zu wecken und zu fördern, ist eine ihrer liebsten Aufgaben.

Kontakt:

ATB

Advanced Training Blumenschein
Annette Blumenschein, Beraterin,
Trainerin und Fachbuchautorin

E-Mail:

a.blumenschein@atb-ffm.de

Internet: www.atb-ffm.de

Wettbewerbsvorsprung durch Neugier?

Fortsetzung von Seite 2

Kreatives Handeln vereint produktives Tun mit schöpferischem, experimentellem Gestalten und fördert so die Entwicklung und Entfaltung menschlicher Potenziale.

Die Kreativ-Kompetenz Neugier baut auf Wissbegierde und Wissensdurst. Neugier ist ein breit angelegtes Interesse an der gesamten Umwelt gepaart mit Experimentierfreude. Neugier hilft spielerisch dazuzulernen. Neugier bedeutet alltägliche Situationen mit Lust und Vergnügen immer wieder neu zu entdecken.

Neugier bedeutet also auch Aufgeschlossenheit und Offenheit diesem Neuen gegenüber.

Ebenso äußert sie sich im Sinne von kreativer Unzufriedenheit, durch kluges Hinterfragen von bestehenden Fakten.

Dies wiederum bewirkt vorurteilsloses Handeln und bietet die Chance auf Optimierung.

Bedeutung der Kreativ-Kompetenz Neugier im Unternehmer/innen-Alltag:

Neugier ist der Antrieb für neue Ideen, für Neues überhaupt und dafür, Gewohntes und Bestehendes zu hinterfragen und konstruktiv infragezustellen. Neugier ist bereits von wegweisenden Ökonomen des 20. Jahrhunderts wie Joseph Alois Schumpeter, Israel Kirzner und Michael E. Porter als Ausdruck von Unternehmergeist gepriesen worden.

Ohne diese geistige Grundhaltung lässt sich weder Fortschritt noch Wettbewerbsvorsprung erreichen. Erst recht nicht in einer dynamischen Welt mit immer kürzeren Veränderungs- und Entwicklungszyklen. Doch selbst wenn sich dies nicht allein auf die Produktentwicklung bezieht, sollte natürlich in den Organisationen in allen Ebenen und Bereichen das Optimierungspotenzial ermittelt werden. Und das geschieht, wenn sich mitten im Tagesgeschäft Ideen als Ansatzpunkte für Veränderungen melden.

Ideen klopfen an? – Hoffentlich macht auch jemand auf!

In vielen Situationen gibt es ein ungeschriebenes Gesetz, eine bewährte Vorgehensweise, eine eingefahrene Sichtweise, eine stille Übereinkunft. Besonders inmitten des Tagesgeschäftes.

Neue Ideen klopfen an

- durch einen neugierigen Gedanken, der einfach mal so kommt.
- durch ein genaues Hingucken auf eine alltägliche und schon oft gesehene Situation.
- durch das Übertragen von Beobachtungen aus anderen Sinnzusammenhängen.
- durch das Sich-Ärgern über suboptimale Ausgangszustände, für die man Lösungen sucht.

Fortsetzung auf Seite 4

Autorinnenprofil

Ingrid Ute Ehlers

hat Neugier als wichtige Informationsquelle schon immer ernst genommen. Ihre beharrlich gestellte Frage „Und warum nicht?“ hat möglicherweise einige Bezugspersonen in ihrer Kindheit ermüdet – allerdings sind durch diese Fragen viele neuen Ideen entstanden.

Auch während ihres Studiums des Industriedesigns begegneten ihr immer wieder spannende Aufgaben, die mittels Neugier vorangetrieben werden konnten.

Neugier führte sie anschließend in verschiedene Länder, in denen sie in interkulturellen Projekten mit vielen Menschen zusammenarbeitete – mit beachtlichen Lernerfolgen auf beiden Seiten.

Dabei behält sie bei aller Experimentierfreude, die Neugier mit sich bringt, auch das Ziel im Auge. Dies wird geschätzt, wenn sie Unternehmen und Institutionen bei der Durchführung von Projekten berät.

Eines ihrer liebsten Arbeitsfelder ist das Begleiten von Menschen auf neuen Wegen. Dabei fördert sie zu Beginn von Veränderungsprozessen eine Kreative Geisteshaltung als Antriebsmotor, damit diese Veränderung mit Inspiration und System beginnt.

Ihre persönliche Leidenschaft ist die Neugier auf Themen rund um Kreativität, die sie gemeinsam mit Kolleginnen neugierig erkundet und dann in Buchform veröffentlicht.

Kontakt:

PRODUKT * KONZEPT

Ingrid Ute Ehlers, Beraterin,
Trainerin und Fachbuchautorin

E-Mail:

ehlers@kreativ-kompetenz.de

Internet:

www.kreativ-kompetenz.de

Wettbewerbsvorsprung durch Neugier?

Fortsetzung von Seite 3

Dieses „Anklopfen“ geschieht in Form eines Ausspruchs oder Gedankens. Oft ist es auch nur ein Gedankenblitz oder eine innere Stimme. Dann ist es wichtig, inmitten des tosenden Tagesgeschäftes innezuhalten und genau hinzuhören.

Durch das Konstruktive Infragestellen mit der Schlüsselfrage „Was wäre, wenn...“ (also den direkten Einsatz von Neugier) ergibt sich die Chance, Optimierungspotenzial zu entdecken bzw. einen Veränderungswunsch zu formulieren.

Dies kann führen zur Entwicklung eines neuen Ansatzes, zu einer neuen Sichtweise, zum neuen Erleben einer Situation, zur Veränderung in vieler Hinsicht.

Hier einige Beispiele:

„Nanu, das ist ja merkwürdig...“

Das war 1959, als die Unternehmerin Ruth Handler ihre Tochter dabei beobachtete, wie sie ihre Puppe immer wieder ankleidete und auskleidete. Zu dieser Zeit war es ein ungeschriebenes Gesetz, dass Puppen immer Babys oder Kleinkinder darstellten. Als Ruth Handler dies aufmerksam beobachtete, klopfte eine Idee an: „Nanu, das ist ja merkwürdig, dass meine Tochter die Puppe so behandelt, als wäre sie erwachsen – und auch noch modebewusst.“ Und diese anklopfende Idee führte zur Entwicklung einer Ankleidepuppe, die seit fast 50 Jahren einen kommerziellen Siegeszug um die Welt führt: „Barbie“ – die erwachsene Puppe mit kompletter Garderobe.

„Was wäre, wenn...?“

Das war, als der Bäckermeister Bernd Kütscher 1998 in seiner kleinen Backstube in Mendig in der Eifel feststellte, dass der Umsatz an Weihnachtsstollen in diesem Jahr extrem niedrig war. Er hatte einen Verdacht: Der Bestandteil Zitronat gehörte zwar traditionell in einen Stollen, aber es schien so, dass viele Kunden diesen Geschmack einfach nicht mochten. Als er bei Kunden nachfragte, bestätigte sich diese Vermutung. Bernd Kütscher fragte sich: „Was wäre, wenn die traditionellen Stollenrezepte einmal gründlich verändert werden?“ Er brach das ungeschriebene Gesetz, dass in einen Stollen eben Zitronat gehört. Mutig mischte er die Zutaten neu und erfand Kreationen mit Zimt, Walnüssen, Schokolade. Es entstanden Mini-Stollen für Singles, meterlange Stollen für Firmenfeste, Biodinkel-Stollen. Seinem Einfallsreichtum waren keine Grenzen gesetzt. Schon fünf Jahre später verkaufte er 18.000 Kilogramm Stollen pro Jahr.

Fortsetzung auf Seite 5

Tipp

Mehr darüber, wie Sie Ihre Kreative Geisteshaltung fördern können, erfahren Sie in den **Fachbüchern** der Beraterinnen Annette Blumenschein und Ingrid Ute Ehlers:

Annette Blumenschein & Ingrid Ute Ehlers:
Ideen-Management. Wege zur strukturierten Kreativität,
Gerling Akademie Verlag, 2002
ISBN 3-93245-43-x

Annette Blumenschein & Ingrid Ute Ehlers:
Der Pippi Langstrumpf-Faktor,
Managen mit Kreativ-Kompetenz,
Murrmann Verlag, 2004.
ISBN 3-938017-10-4

Zitate

Botschafter der Neugier

Für Neugier haben sich schon viele herausragende Persönlichkeiten/Expertinnen und Experten eingesetzt. Die hier gesammelten Aussagen führen durch die letzten Jahrhunderte und durch zahlreiche Länder, Lebensbereiche und Tätigkeitsfelder. So entsteht ein facettenreiches Kaleidoskop zum Nutzen der Neugier:

„Die Neigung der Menschen, kleine Dinge für wichtig zu halten, hat sehr viel Großes hervorgebracht.“
(Georg Christoph Lichtenberg, deutscher Philosoph, Naturwissenschaftler und Publizist)
1743 – 1799

„Was jetzt als bewiesen gilt, bestand einst nur in der Fantasie.“
(William Blake, britischer Dichter, Maler und Kupferstecher)
1757 – 1827

Wettbewerbsvorsprung durch Neugier?

Fortsetzung von Seite 4

„Warum nicht?“

Das war, als die Unternehmerin Merit Schambach mit ihren beiden Kindern die Sendung mit der Maus sah. In einem Interview berichtete sie, wie die Maus in eine Banane biss und dazu bemerkte „Senf passt überall dazu“. In diesem Fall war das ungeschriebene Gesetz, dass Senf nur zu kräftig-salzigen Speisen gereicht wird und eben salzig-scharf schmeckt. Die anklopfende Idee stellte die provokative Frage: „Warum nicht wie die Maus mal scheinbar ‚verrückte‘ Geschmackskombinationen probieren?“ Experimentierfreudig testete Merit Schambach zahlreiche unkonventionelle, neue und scheinbar „verrückte“ Kombinationen von Senf, Gewürzen, Früchten und Kräutern. Sie eröffnete 2003 ihren „SenfSalon“ in Berlin mit bundesweit positiver Resonanz.

So können Sie Ihre Ohren spitzen, um anklopfende Ideen deutlicher zu hören:

Mit den folgenden Impulsfragen können Sie anklopfende Ideen im beruflichen wie privaten Alltag aufspüren:

- Welche Begebenheiten und Geschehnisse vom Typ „Das haben wir schon immer so gemacht...“ ärgern Sie besonders?
- Welche Behauptungen und Aussagen beinhalten die Formulierung „schließlich“ oder „eben“ oder „sowieso“ oder „grundsätzlich“ und deuten also darauf hin, dass sich da eine festgefahrene Sichtweise eingeschlichen hat?
- Welche Situationen / Verfahrensweisen / Objekte Ihres Alltags finden Sie nicht optimal, nehmen diese jedoch als gegeben hin?
- Was verschafft Ihnen ein „Nanu-Erlebnis“ oder „Aha-Erlebnis“?
- Was wünschen Sie sich, stellen dann aber fest, dass es das noch nicht gibt?

Wenn Sie mit diesen Schlüsselfragen einige neue Ideen zum Verändern von Selbstverständlichkeiten gefunden haben, unterziehen Sie diese Veränderungswünsche nochmals einer kritischen Prüfung.

Fragen Sie sich, ob der aktuelle Zustand sinnvoll, bewährt und nützlich ist. Dann sollten Sie diesen auch beibehalten. Alle anderen in Frage gestellten Selbstverständlichkeiten können Sie als Ansatzpunkte zur aktiven Veränderung nutzen. Das Mittel der Wahl dazu ist Neugier.

Neugier ist ein breit angelegtes Interesse an der gesamten Umwelt gepaart mit Experimentierfreude. Neugier bedeutet alltägliche Situationen mit Vergnügen immer wieder neu zu entdecken und das Beste daraus zu machen.

Dies alles spricht dafür, die Kreativ-Kompetenz Neugier zu kultivieren.

Besonders zum Jahresende, das sich ja bald in einen Jahresanfang verwandelt, mit neuen Chancen, mit Herausforderungen, mit Projekten - also mit wunderbaren, aufregenden und anregenden Möglichkeiten, die Kreativ-Kompetenz Neugier anzuwenden.

Blieben Sie neugierig, auch im Jahr 2007!

Zitate

Botschafter der Neugier

„Wenn die Neugier sich auf ernsthafte Dinge richtet, dann nennt man sie Wissensdrang.“
(Marie von Ebner-Eschenbach, österreichische Autorin)
1830 - 1916

„Unsere größte Schwäche liegt im Aufgeben. Der sicherste Weg zum Erfolg ist immer, es noch einmal zu versuchen.“
(Thomas Edison, amerikanischer Erfinder)
1847 - 1931

„Wenn Sie in den letzten Jahren keine wichtigen Überzeugungen aufgegeben haben oder neue angenommen haben, dann sollten Sie einmal Ihren Puls fühlen. Vielleicht sind Sie schon tot.“
(Frank Gelett Burgess, amerikanischer Humorist und Illustrator)
1866 - 1951

„Die Klage über die Schärfe des Wettbewerbs ist in Wirklichkeit nur eine Klage über den Mangel an Einfällen.“
(Walther Rathenau, deutscher Industrieller und Politiker)
1867 - 1922

„Jeder Mensch mit einer neuen Idee ist ein Spinner, bis die Idee Erfolg hat.“
(Mark Twain, amerikanischer Schriftsteller)
1835 - 1910

„Ich schreibe, was mir Spaß macht. Einzig das Kind, das ich einmal selbst war, inspiriert mich zu meinen Geschichten.“
(Astrid Lindgren, schwedische Schriftstellerin)
1907 - 2002

„Keine Ahnung, warum Menschen Angst vor neuen Ideen haben. Ich jedenfalls fürchte mich vor den alten...“
(John Cranko, britischer Tänzer und Choreograph)
1927 - 1973