

Das Businessmagazin für LADIES mit DRIVE

LADIES DRIVE

Seit 2007

Querdenker & Aussenseiter

Wieso wir sie gerade jetzt dringend brauchen!

Mercedes-Benz E-Cabriolet

Was Businessfrauen vom offenen Viersitzer halten

Inga Beale

Wie die CEO von Lloyd's of London vom Aussenseiter zum Vorbild wurde

Edurne Pasaban

Wie die erfolgreichste weibliche Bergsteigerin der Welt ihren Geist trainiert



Schweiz CHF 15.- Europa 11,00 €



No. 39 . Herbst 2017 . 10. Jahrgang
Ausgabe Schweiz, Deutschland & Österreich



Dr. Teresa Valerie Mandl ist gebürtige Deutsche und wohnhaft in Zürich. Seit 2003 führt sie mit TVT. swissconsult ihre eigene Firma im Bereich Unternehmensberatung für Innovationsmanagement, Produkt- und Dienstleistungsentwicklung. Darüber hinaus ist sie u. a. Dozentin an der Hochschule Luzern sowie an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

„... swimming upstream, I maintain against the grain, here labeled as a lunatic, sequestered and content, there ignored and defeated by the government, there's an oriented public whose magnetic force will pull, but away from the potential of the individual, against the grain, that's where I'll stay.“

(Quelle: Bad Religion, Against The Grain)



Die meisten Menschen empfinden eine sogenannte Isolationsfurcht, das heißt sie wollen gesellschaftlich eingebunden sein. Dies führt dazu, dass Minderheitsmeinungen oft nicht geäußert werden, weil man sich nicht exponieren will und sich lieber dem Konformitätsdruck unterwirft. Der Begriff „Querdenker“ zeigt an sich schon, wie schlimm es um unseren gesellschaftlichen Intellekt steht.

In den meisten Unternehmen wird immer noch bevorzugt das Bestehende optimiert, als sich Andersdenkenden zu öffnen. Das Eigentümliche respektive individualisierte Ansichten geniessen nicht ausreichend Respekt. Zumal es oft unmöglich ist, zwischen

Hirngespinnst und revolutionärer Idee eines Störers zu unterscheiden. Genie oder Wahnsinniger?

Dennoch liegt die Suche nach neuen Ansätzen und dem Ungewöhnlichen irgendwie im Trend. War Querdenken im 19. Jahrhundert oft negativ mit einer Hilflosigkeit des Denkers assoziiert, ist wildes Denken heute „richtig cool“, vor allem in der Innovation. System- und Routinetätigkeiten zu verrichten wird immer frustrierender.

„Live The Wild“ proklamierte auch das Swiss Economic Forum 2017. Wenngleich das Konferenzformat und das Erscheinungsbild der Gäste (pardon) eher „traditionell“ daher-

kamen, konnte das SEF doch ein paar „Wilde“ präsentieren. So u. a. Yvon Chouinard, Gründer der Outdoor-Marke Patagonia, dem man durchaus abnimmt, dass er ein unkonventioneller Typ ist. Sein Unternehmen rein aus seinem eigenen Bedarf nach anständigen Kletterhaken gegründet, lebt er selbst ein Leben abseits von Konsum und stellt die Ökologie über alle Entscheidungen seines Unternehmens. Sein Credo „Invent your own games. This way, you can always be a winner“ scheint ihm recht zu geben. Er orientiert sich nicht an gängiger Unternehmenspraxis und geht seinen eigenen Weg. Ein echter Querdenker.

Die Originalität des Querdenkens ist ein Defekt ...

Querdenken bedeutet Widerspruch, bedeutet Originalität, neu denken. Die eigentliche Herausforderung liegt darin, den Status quo infrage zu stellen, ohne gleich wertend zu werden.

Wer kann es sich heute leisten zu widersprechen? In einer Zeit, in der wir doch im Grunde Sicherheit suchen? Die Originalität des Querdenkens ist ein Defekt, der Abläufe durcheinanderbringt und die bestehende Ordnung gefährdet.

Hat man allerdings erkannt, dass die Welt heute nicht mehr so reibungslos funktioniert wie früher, holt man sich die Querdenker plötzlich ins Haus. „Man bestellt sie (die Querdenker) sich wie einen Milchkaffee.“ (Zitat Wolf Lotter in „Brand eins“ Ausgabe 11/2009).

Aber was macht Andersdenkende so wichtig für innovatives Handeln? Falsch verstandene Routinen führen zu Fehlentscheidungen und Innovationsblockaden, da wir verzerrt denken: Wer nur einen Hammer hat, sieht in jedem Problem einen Nagel, wusste schon der Psychoanalytiker Paul Watzlawick.

Wir lieben Menschen, die mit uns einer Meinung sind (egal ob diese Meinung „richtig“ ist), und umgeben uns mit Gleichgesinnten.

Querdenker können ebendiese Blockaden aufbrechen. Ein paar Beispiele:

1. Wir lieben Menschen, die mit uns einer Meinung sind (egal ob diese Meinung „richtig“ ist), und umgeben uns mit Gleichgesinnten. Ein solches Verhalten ignoriert systematisch andere Meinungen (sog. „confirmation bias“) und verhindert, dass wir den Nutzen und die damit verbundenen Möglichkeiten von Neuentwicklungen sehen. Das Internet fördert diese Tendenz noch: #likeforlike anyone?
2. Generell werden Ereignisse der Vergangenheit immer noch zu stark gewertet – auch dann, wenn sie auf die Gegenwart oder Zukunft kaum Einfluss haben. Die Marktforschung hat ergeben, dass Kunden ein Produkt mit möglichst grossem Display möchten. Aber stimmen diese Erkenntnisse der Vergangenheit für das künftige Produkt?

3. Kognitive Dissonanz: Besonders dann, wenn wir viel Geld für etwas ausgegeben haben, versuchen wir, anschliessend den Kauf zu rechtfertigen. Das können im Alltag ein Paar viel zu teure und unbequeme Schuhe sein. Im Innovationsmanagement stehen vielleicht ein paar in eine einst vielversprechende Technologie, heute ziemlich sicher fehlinvestierte Millionen auf dem Spiel. Sind Sie bereit loszulassen?

4. Selektive Wahrnehmung: Hatten Sie in der Schwangerschaft – sofern Sie eine Frau mit Kind sind – nicht auch das Gefühl, dass es plötzlich nur so von Schwangeren wimmelte? Wahrscheinlich reiner Zufall, gepaart mit Ihrer selektiven Wahrnehmung. Während Sie schwanger waren, dachten Sie: „So ein bisschen Coaching für die Fitness könnte nicht schaden“, und Sie entwickeln jetzt einen Health-Tracker für Schwangere. Den können bestimmt alle Schwangeren gebrauchen. Ist das so?

5. Der Status quo ist doch nicht so schlecht und überhaupt „Never change a running system“. Sollten wir wirklich nichts ändern? Wir denken das oft – und bestellen immer wieder dasselbe Gericht in unserem Lieblingslokal. Oder entwickeln auf immer derselben Basis eine Technologie weiter.

Das Bewusstsein, wie uns unser eigenes Denken in die Irre führen kann, ist essenziell für Innovation.

Das Bewusstsein, wie uns unser eigenes Denken in die Irre führen kann, ist essenziell für Innovation. Der Querdenker ist da Mittel zum Zweck, wo neue Ansätze entwickelt oder vorhandene Ideen und Routinen auf die Probe gestellt werden müssen. Nur mit ihm kommen wir zu Fortschritt abseits des Status quo. Und aus neuen Ideen können wieder neue Routinen – und damit auch Sicherheiten – folgen.

Ein Querdenker muss übrigens nicht zwangsläufig ein Kreativer sein. Er kann ein Logiker unter Kreativen, ein Bürokrat unter Unternehmern oder ein Ästhet unter Kreativen sein. Und vergessen Sie nicht: Sie selbst können (sollten!) anfangen, bewusst anders zu denken.

Ein Querdenker muss übrigens nicht zwangsläufig ein Kreativer sein.

Der Autor von Alice im Wunderland, Lewis Carroll, war eigentlich Mathematiker und damit wohl ein logisch denkender Mensch. Und dennoch stellt seine Alice in ihrer Denkweise scheinbar jede Logik auf den Kopf. Das ist dann der Höhepunkt, wenn auch Sie es schaffen, alle scheinbar widersprüchlichen Persönlichkeiten in sich zu vereinen. Ganz im Sinne der Innovation. Und wenn Sie dann vom Querdenker noch zum Querdenker werden: Chapeau!

VERSCHENKEN SIE DRIVE

... ALS GESCHENK FÜR EINE ANDERE LADY
MIT DRIVE ODER BESCHENKEN SIE SICH
DOCH EINFACH WIEDER MAL SELBST!



EIN-JAHRES-ABO

Mit diesem Angebot erhalten Sie vier Ladies Drive-Ausgaben zum Preis von vorübergehend CHF 40.00/EUR 30,00 (statt CHF 60.00/EUR 60,00)

GESCHENKABO

Verschenken Sie Ladies Drive als Ein- oder Zwei-Jahres-Abo

ZWEI-JAHRES-ABO

Zwei Jahre Ladies Drive bequem per Post und frei Haus zugestellt. Acht Ausgaben inkl. Porto vorübergehend CHF 80.00/EUR 60,00 (statt CHF 100.00/EUR 100,00)

KONTAKTIEREN SIE UNS JETZT: ABO@LADIESDRIVE.TV ODER
WWW.LADIESDRIVE.TV