

DAS BUSINESSMAGAZIN FÜR LADIES MIT DRIVE

LADIES DRIVE

Seit 2007

DISRUPT YOURSELF

Raus mit Ihnen aus
der Komfortzone!

PROF. DR. KRISTINA SHEA

Eine der weltbesten
Forscherinnen im
Bereich 4-D-Printing

LEA VON BIDDER

Mit dem Fruchtbarkeits-
armband Ava auf
Erfolgskurs im
Silicon Valley

No. 42

We love slow reading:
vierteljährliche Erscheinungsweise
für Ihre Quality-Me-Time

Sommer 2018 . Jahrgang No. 11
Schweiz, Deutschland, Österreich

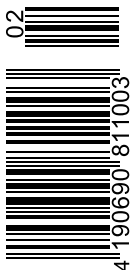
I'M NOT SUPERWOMAN

Nope. Bin ich nicht.

★
Disruptive
Times
★

FOTO: WWW.FEELBETTERHAND.CH

Schweiz CHF 16,00 Europa 11,00 €



4 190690 811003



MIDLIFE-CRISIS UND UNTERNEHMENSKRISEN

Wieso man immer nur in schlechten Zeiten dazulernt

Es ist kein Geheimnis mehr, dass Firmen, Produkte oder Nationen erfolgreicher sind, wenn sie sich selbst infrage stellen und disruptiv denken. Disruptiv, das bedeutet nicht-linear, Umbrüche aktiv zulassend und Ungewissheit akzeptierend. In der Unternehmenswelt wird Disruption in allen Facetten gelebt, mal ernsthaft, mal weniger, mal enger, mal weiter gefasst. Aber kaum eine Firma kann es sich heute leisten, sich gar nicht mit Disruption zu befassen, um den eigenen Fortbestand zu sichern.

Längst warten Unternehmen nicht mehr auf eine Krise (wie die der Digitalisierung z. B. bei Tower Records oder Nokia) als Auslöser dafür, dass disruptiv gedacht wird.

Umso mehr drängt sich die Frage auf, warum es in unserem persönlichen Bereich meist erst einer Krise bedarf, damit wir uns selbst einmal infrage stellen oder unseren „Fit to Market“ überdenken. Viele Menschen warten auf ihre „Midlife-Crisis“, bevor sie angestammte Denkweisen und Routinen – oder gar ihren langjährigen Partner – verlassen.

Eine Midlife-Crisis hat übrigens durchaus Parallelen zu Unternehmenskrisen. Sie betrifft vornehmlich Personen, die bisher sehr

erfolgreich waren, aber keine Zeit hatten, eine Welt neben ihrer Arbeit zu entwickeln. Ebenso sind Menschen, die ihr ganzes Leben auf Sicherheit aufgebaut haben, anfällig, weil sie plötzlich das Gefühl haben, etwas verpasst zu haben und keine Risiken mehr eingehen zu können (Quelle: <http://makinginnovationshappen.com/innovate-enable2innovate-proven-therapy-mid-life-crisis/>).

Warum aber auf eine Krise warten? Die Wissenschaft zeigt, dass der konstante Umgang mit Neuem der beste Weg ist, eine ebensolche zu vermeiden. Aus meiner bisherigen Erfahrung wage ich sogar die These aufzustellen, dass Menschen, die mit sich selbst nicht disruptiv umgehen, auch im unternehmerischen Sinne nicht disruptiv denken können. Die Krise ist also vorprogrammiert.

Im Umkehrschluss: Falls Sie selbst kein Innovator im eigentlichen Sinne sind, können Sie zumindest Innovation dadurch begünstigen und fördern, dass Sie (auch sich selbst) disruptiv infrage stellen. Haben Sie Ihre eigene Value Proposition schon mal kreativ überdacht?

Wie das gehen soll?

Die Autorin Whitney Johnson hat hierfür Lösungen parat. Sie rät

dazu, dass wir unsere Tendenz, Lebensabschnitte linear im Sinne von Ursache und Wirkung zu verstehen, vergessen. Stattdessen müssen wir verstehen, dass das Leben in sukzessiven Lernzyklen abläuft. Sie stellt die Prozesse in Analogie zu einer typischen S-Kurve (wie sie beispielsweise in der Technologieentwicklung verwendet wird). Sobald wir etwas Neues ausprobieren, haben wir zunächst nur langsam Erfolg. Je näher wir aber an den Höhepunkt der S-Kurve kommen, desto mehr Bestätigung und Freude erleben wir. Die emotionale Belohnung hört mit dem Höhepunkt der Kurve allerdings auf. Lernen wir zu diesem Zeitpunkt, unsere aktuelle S-Kurve zu verlassen und auf eine neue Kurve aufzuspringen, fordern wir uns selbst immer wieder positiv heraus, statt in freudloser Routine zu enden.

Um motiviert zu bleiben, muss man sich die richtigen Risiken suchen (solche zum Beispiel, die niemand anderes anpackt) oder Dinge tun, die andere nicht können. Es ist unabdingbar, eigene Stärken herauszufinden und leidenschaftlich an die Arbeit zu gehen. Ebenso muss man die Fähigkeit trainieren, seine eigenen Grenzen/Einschränkungen in Nutzen umzuwandeln. Zum Beispiel können uns unsere Grenzen helfen, den Fokus zu behalten. Eigene Werte infrage stellen ist sowieso wichtig. Auch, sich nicht zu fragen, ob man scheitert, sondern wann es so weit ist. So schützt man sich davor, dass Misserfolge demotivieren (Quelle: u. a. https://www.huffingtonpost.com/vala-afshar/7-ways-to-disrupt-yourself_b_9196022.html).

Die Offenheit für neue Erfahrungen (und damit quasi für einen Wechsel des eigenen „Geschäftsmodells“) nimmt ab etwa 40 zwar ab, lässt sich laut der New Yorker Professorin Staudinger jedoch wieder steigern. Hierfür muss man davon überzeugt sein, dass die Kontrolle für Veränderung in der eigenen Hand liegt. Entdecke ich also im Wandel eine Chance und fühle mich ergo nicht zu Wandel gezwungen, steht mir die Disruption meiner selbst in Form persönlicher Weiterentwicklung offen (Quelle: [spiegel online http://www.spiegel.de/karriere/personenentwicklung-wie-sich-der-mensch-mit-der-zeit-veraendert-a-915309.html](http://www.spiegel.de/karriere/personenentwicklung-wie-sich-der-mensch-mit-der-zeit-veraendert-a-915309.html)).

Wie kann man seinen Kopf dazu bringen, neu und anders zu denken?

Ansätze hierfür liefert der Wissenschaftler Steven Kotler, der jüngst am GDI Trendtag zum Thema Brainhacking referierte (Quelle: https://www.gdi.ch/de/Think-Tank/Veranstaltungen/14.-Europaeischer-Trendtag/244471_244514_2018031420180314/1). Kotlers Forschung geht der Frage nach, wie sich unser Kopf zu (kreativen) Höchstleistungen fernab vom Mainstream trainieren lässt. Der Schlüssel ist laut Kotler, dass wir



DR. TERESA VALERIE MANDL ist gebürtige Deutsche und wohnhaft in Zürich. Seit 2003 führt sie mit T.V.T 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.

FOTO: BERNHARD TINZ

unser Gehirn in den sogenannten „Flow-Zustand“ bringen, da nur darin wirklich tiefgehendes Denken gepaart mit aussergewöhnlicher Kreativität geschieht. Und wie wir wissen: ohne Kreativität keine Disruption.

Bereits in den 70er-Jahren prägte der Psychologe Csíkszentmihályi den Begriff „Flow“, als er versuchte, herauszufinden, wie Menschen zu Höchstleistungen kommen. Heute weiss man, nicht zuletzt durch Fortschritte in den Neurowissenschaften, dass der Flow-Zustand durch grösste Aufmerksamkeit charakterisiert ist. Das Unterbewusstsein, unser sogenanntes intrinsisches System, tritt in den Vordergrund. Endorphine werden, zusammen mit vier anderen Hormonen wie z. B. Dopamin, verstärkt ausgeschüttet. Unsere Fähigkeiten der Mustererkennung und des lateralen Denkens steigen bei gleichzeitig immenser Produktivitätssteigerung (Quelle: *Time Magazine*). Unsere in Zeiten schnellen Wandels immer wichtigere Fähigkeit, schnell zu denken, verbessert sich und feuert kreative Prozesse, die Vernetzung von Informationen und die Produktion von Ideen an. So kann der Flow-Zustand dazu beitragen, dass wir uns selbst „innovativ“ denken.

Flow ist übrigens der einzige Zustand, in dem das Gehirn eine Kombination aus fünf bestimmten Neurochemikalien produziert, die wortwörtlich süchtig macht.

Flow tritt direkt an der Grenze zwischen Langeweile und Furcht auf. Dort, wo Situationen uns herausfordern, aber nicht so weit, dass wir vor ihnen zurückschrecken. Wer sich also der Routine verschreibt, kommt nicht weiter. Es gibt gewisse Trigger für den Flow-Status, einer davon ist auch die von Staudinger oben genannte persönliche Kontrolle, unsere eigenen Herausforderungen suchen zu können. Dass Mitarbeiter in den Flow kommen, kann von Unternehmen folglich gezielt gefördert werden (siehe dazu *Harvard Business Review*: <https://hbr.org/2014/05/create-a-work-environment-that-fosters-flow>). Schon Kinder können lernen, in den Flow zu kommen – Ansätze dazu finden sich beispielsweise in der Montessori-Pädagogik, die mit allen Sinnen des Menschen arbeitet.

Es gibt sogar Menschen, die der Meinung sind, die Mikrodosierung psychoaktiver Substanzen sei ein probates Mittel, um in den Flow zu kommen und sich selbst gegenüber disruptiv zu sein (zugegeben, nicht jedermanns Sache) (siehe dazu z. B. <https://thethirdwave.co/microdosing/isd/>).

Für welchen Weg Sie sich auch entscheiden: Lernen Sie, persönliche Brüche und Widersprüche gezielt für mehr Kreativität und weniger Krise im eigenen Leben zu nutzen. Das wird Ihnen auch beruflich helfen, disruptiv zu denken und innovativ vorwärtszukommen.

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-Abbo

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