

FEATURING NATALY KOGAN & ANNA MAIER

Das Businessmagazin für LADIES mit DRIVE

LADIES DRIVE

Seit 2007

No 57

Emotionale Intelligenz & Verletzlichkeit

DIE GRENZEN DER LOGIK UND WESHALB ES
OHNE EMOTIONEN SCHLICHT NICHT MEHR GEHT



WE LOVE SLOW READING:
VIERTELJÄHRliche ERSCHEINungsweise
FÜR IHRE QUALITY-ME-TIME

FRÜHLINGSAUSGABE 2022, 15. JAHRGANG
SCHWEIZ, DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH

#BusinessSisterhood



FRÜHLINGSAUSGABE 2022



Innovation ist nicht nur kognitiv, sondern hoch emotional

Manchmal wird man das Gefühl nicht los, alle Innovationsmöglichkeiten ausgereizt zu haben, ohne dass sich der erwünschte Erfolg einstellt. Anleitungen und Methoden, um die Innovation voranzutreiben, gibt es zuhauf – aber leichter gesagt als getan. Was ist da los? Vielleicht haben wir im Zuge von Rationalisierung, Standardisierung, Big Data und Datenanalyse die emotionale Seite der Innovation vergessen.

Innovation ist eben nicht nur ein kognitiver Prozess, sie ist hoch emotional.

Sie erfordert, dass man sich auf etwas Neues einlässt. Das kann beängstigend sein, denn es erfordert Mut, sich auf das Unbekannte einzulassen und aus Fehlversuchen zu lernen. Starke Emotionen sind allerdings die Antriebskraft für Innovation und sorgen für Differenzierung.

Wenn es um die schrittweise Innovation geht, reicht oft ein bisschen Empathie, um die subjektiven Bedürfnisse von Endnutzern in den Prozess einzubinden. Schliesslich sind die betroffenen Produkte und deren Verwendung bekannt. Mühsamer wird es, wenn es um die disruptive Gestaltung der Zukunft und damit auch um die Generierung neuer Bedürfnisse geht.

Die Verbindung von Innovation und Kunst kann helfen, das Potenzial der Emotion zu erschliessen. Einerseits, um überhaupt auf neue Ideen zu kommen, andererseits um die Verbreitung von Innovation am Markt positiv zu beeinflussen. Die beiden **Airbnb-Gründer** beispielsweise haben einen künstlerischen Background. Auch als der **Cirque du Soleil** ins Leben gerufen wurde, basierte die Gründung nicht auf Forschung. Der Hauptantrieb der Gründer (beide Strassenkünstler) war es, auf möglichst fröhliche Art und Weise genug Geld für den Lebensunterhalt zu verdienen. Die brennende Begeisterung also als Beginn einer Erfolgsgeschichte. Eine Begeisterung, wie sie die meisten Künstler in ihrer Arbeit an den Tag legen.

Frida Kahlo zum Beispiel hatte zahlreiche Schicksalsschläge und Hürden im Leben zu bewältigen, die sie in ihrer Kunst zu einer damals äusserst innovativen Art und Weise der Selbstdarstellung verarbeitet.

Die Tiefe ihrer Werke beruht nicht zuletzt darauf, dass sie ihre (emotionale) Verletzlichkeit nach aussen trug und zu einer Stärke entwickelte.

Sie trug Kleider, die für Personen privilegierter Herkunft, wie sie selbst eine war, unkonventionell waren, und definierte damit ihr eigenes Image neu. In ihrer Kunst behandelte sie den weiblichen Körper für damalige Verhältnisse radikal.

Kahlo war ihr Leben lang neugierig. Ihre Gemälde enthalten eine grosse Anzahl von Metaphern und Motiven mit klaren Botschaften. Neben der Kunst interessierte sie sich für Politik, Philosophie, Literatur, Botanik, Mythologie, Anatomie und Biologie, aus denen sie die Themen ihrer Bilder generierte. Sie sammelte in ihrem Atelier kontinuierlich

Materialien, die sie zum Malen brauchte, sowie Gegenstände, die ihr wichtig schienen. Durch scharfe Beobachtung übertrug sie ihr Leben, ihre Gefühle, ihre Mitmenschen in die Kunst. Und reflektierte diese Kunst schliesslich mit ihren Mitmenschen, um sie weiterzuentwickeln. Kahlos kreativer Prozess, der mit den Schritten Inspiration, Sammlung, Analyse und Interaktion beschrieben werden kann, vereint Elemente, die heute für jeden Innovator unerlässlich sind.

Künstler setzen stets ihre Sinne ein. Sie beobachten die Welt um sich aufmerksam. Sie sammeln überall emotional relevantes Rohmaterial, das sie später in ihren Werken verwenden. Diese Vorgehensweise kann zum Aktivator der Innovation werden.

Sie antizipiert künftige Anwendungen, die auch helfen können, über künftige Dienstleistungen, Produkte und Erfahrungen nachzudenken und diese neu zu erfinden.

Viele Firmen haben das erkannt und suchen in der Kollaboration mit Künstlern den emotionalen Inhalt ihrer Innovation (wie z. B. die Modemarke Balenciaga in ihrer Zusammenarbeit mit Ye (alias Kanye West) und Kim Kardashian oder Porsche mit dem Künstler Daniel Arsham).

Künstler haben Freude an Entwicklung und ein ständiges Bestreben, bis dato unbekannt Verbindungen zu schaffen, um die Welt oder gar sich selbst neu zu erfinden. Sie vertrauen auf ihre Intuition, denn diese ist schneller als Auswertungen von Big Data oder Realtime-Informationen. Gegensätzliche Emotionen schrecken Künstler selten ab. Sie sind vielmehr die Basis, Dinge infrage zu stellen und anders zu denken. Schliesslich ist da die Passion, die sich bei Künstlern nicht selten in der Untrennbarkeit von Leben und Arbeiten äussert.

Kahlo schafft es bis heute, mentale Modelle und routinierte Verhaltensweisen auf den Kopf zu stellen. Das ist bahnbrechend. Ein Produkt ihrer Inspiration ist die jüngste Ausstellung „Viva Frida Kahlo“ in der Kunsthalle Maag in Zürich. Die immersive Inszenierung von Kahlos Kunst nimmt die Besucher direkt mit in diese emotionale Welt. Sie inspiriert Besucher, den Fokus wieder stärker auf die Gefühle zu lenken.

Das Zusammenspiel von Logik und Emotion entfaltet sich, wenn wir etwas Neuem begegnen.

Anfangs sind wir vielleicht beunruhigt oder sogar ängstlich, aber sobald wir uns mit dem Neuen vertraut gemacht haben und seine Möglichkeiten erkennen, kann unsere anfängliche Abwehrhaltung der Fantasie und Energie weichen.

Innovation braucht also mehr als Struktur. Sie braucht tiefe Überzeugungen, um echt und erfolgreich zu sein. Fragen Sie sich mal: Was nervt Sie über alle Massen? Wie könnten Sie das ändern? Wofür begeistern Sie sich zutiefst? Welchen Unterschied wollen Sie mit Ihrer Innovation machen?



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

„Forbes Magazine“:
„The secret sauce of
innovation emotions“



Inspiration aus der
Kunst für kreative
Leadership



Frida Kahlo Immersive
Experience in der
Lichthalle Maag





16th & 17th of June 2022 @ Grand Resort Bad Ragaz

LEAGUE OF LEADING LADIES CONFERENCE

P R E S E N T S

**JOHN
STRELECKY**
(USA)

Author of „Cafe on the
Edge of the World“
& „The Big Five for Life“

**SWATI
MANDELA**
(SOUTH AFRICA)

Entrepreneur &
Humanitarian,
International Speaker

**DIDI
WONG**
(USA)

Hollywood Film & TV
Producer, Investor
& Serial Entrepreneur

**GIUSEPPE
STIGLIANO**
(ITALY)

Global CEO
Spring Studios
London

**RAPHAEL
FITZ**
(GERMANY)

CEO
WABIO Technologie
Waste-To-Green-Energy

W O R K S H O P S B Y :

SASHA LUND
(CYPRUS)

Founder Core Values Consulting, Family Office Relations, Podcast Host of Legacy Talks with Sasha Lund, Serial Entrepreneur

OLGA MILER
(SWITZERLAND)

Fintech-Entrepreneur and Founder of Smart Purse

DR. LIDIA KURT-BOLLA
(SWITZERLAND)

Founder of vision&, Partner for Digital Assets, Tokenization & Ecosystems

RENU BAKSHI
(CANADA)

Media Trainer & Crisis Communication Expert

TICKETS



limited tickets available @ www.leagueofleadingladies.com

PRESENTING PARTNERS



Van Cleef & Arpels

LUZERN 

ESTÉE
LAUDER
COMPANIES

SUPPORTING PARTNERS



CREATED BY

SWISS LADIES DRIVE
Representing Business Ladies Since 2007