

(Fortsetzung von Seite 1)

Meist ist das Thema ganz gut, darum melden sich die Leute ja an. Die fachliche Kompetenz wäre vorhanden, aber leider wird sie nicht bewiesen, weil nicht inszeniert. Rhetorik und Apéro-Häppchen genügen eben nicht. Das bringt niemanden zum Schmunzeln. Es reisst niemanden vom Stuhl. Das können alle. Humor hingegen lässt auf- und hinhorchen. Humor berührt, weil er uns zum Lachen bringt, in uns etwas auslöst. Humor ist Zuwendung und wirkt nachhaltig. Und weil er so selten ist – wird ein Unternehmen mit Humor zum Glücksfall.

Humor-Ader zu Tage fördern

Jeder wünscht sich, humorvoll zu sein, denn Lacher sind wie ein grosses Kompliment. Sie sind der beste Applaus. Jeder wäre glücklich, wenn er wüsste, wie er sein Publikum und seine Mitmenschen zum Lachen bringen kann. Das Erstaunliche ist, dass die meisten Menschen eine Humor-Ader besitzen. Wenn der Rahmen stimmt, können sie damit über sich hinaus wachsen. Probieren Sie es mit einem Komödianten oder einem Parodisten für Ihre Konferenz, Ihren Kunden-Event oder Ihren internen Firmenanlass. Holen Sie sich einen Experten für Commedia-Culture in Ihr Unternehmen und wecken Sie in den Mitarbeitenden die brachliegenden Ressourcen. Bloss kein Lachseminar. Wir wollen ja etwas entstehen lassen und keinen künstlich aufgepflanzten Retorten-Humor erzwingen.

In gesättigten Märkten werden Emotionen wichtiger als Sachwerte – der Nutzwert wird von der Gefühlswelt übertroffen. «Die Emotionen des Kunden, der Mitarbeiter, des Publikums treffen, ist die Kunst des beginnenden Management-Jahrzehnts» sagt der Soziologe Peter Zeugin.

(*) Emil Herzog ist Inhaber von Emil Herzog live, Unternehmens-Theater und Management-Humor.

www.emil-herzog-live.ch, info@emil-herzog-live.ch. Aktuelles Seminar: 27. bis 29. Januar '06

Schreib- und Sprachkompetenz

«Denkwerkzeug» Schreiben

Die Mehrheit der Führungskräfte verkennt immer noch die Kraft, die im schöpferischen Umgang mit Sprache liegt. Erst wenige haben dabei das Schreiben als wirksames «Denkwerkzeug» erkannt und nutzen es auch als gestaltendes Mittel im Unternehmen. Ein Mittel, das hilft, die Zukunft zu denken.

von Marie-Claire Baumann und
Gabriele Clara Leist (*)

«Über den Weg des Schreibens spielerisch den Standpunkt, die Perspektive wechseln zu können, ist für mich neu. Vielleicht, weil ich bis anhin zu sehr gewinnen wollte, und deshalb oft alles auf eine Karte setzte.» Der Mann, selber in leitender Position bei einer Grossbank, beschreibt damit seine bisherige Arbeitsweise: Aus Gewohnheit oder Zeit- und Erfolgsdruck keine Varianten ausprobieren, sondern schnelle, bekannte und vermeintlich sichere Lösungen anstreben. Ihm ist klar geworden, dass er damit (unbewusst) das Entfalten von Potential bei sich selbst und – womöglich auch – in seinem Team behindert.

Kreatives Denkvermögen

Wer heute in einem Unternehmen in leitender Funktion tätig ist, muss in Modellen aller Art denken, sie verstehen, anwenden und vermitteln können. Und die zukünftige Geschichte, den zukünftigen Weg des Unternehmens vorwegnehmen erfordert kreatives Denken. Dieses entsteht durch Achtsamkeit, sinnorientierte Wahrnehmung, eine rege Vorstellungskraft sowie durch gekonntes Verknüpfen von Wissen, Erfahrung und

Intuition, was zu einer reichhaltigen, differenzierten Sprache führt. Und sie wiederum dient uns – über den Weg des Schreibens – als kreatives «Denkwerkzeug».

Fachdiskurse und ihre Folgen

Beobachtungen haben gezeigt, dass Führungskräfte, die keinen bewussten Umgang mit Sprache haben, sich oft auch mit kreativen Prozessen schwer tun. Sie suchen lieber die Sicherheit von Regelwerken und Hierarchie. Als Begleiterscheinung kann eine Art «Sprach-Hierarchie» entstehen, genannt Diskurs. Gemäss Michel Foucault (franz. Philosoph und Soziologe) bestimmen diese – ungeschriebenen – Diskursregeln, was in einem Wissensgebiet *sagbar ist*, was gesagt werden *soll*, was *nicht* gesagt werden und *wer wann wie* sprechen darf. Eine solche «Regelung» verhindert den Zugang zur Intuition. Und nur schwer können eigenständige Gedanken entstehen, denn diese werden quasi von der zugewiesenen Fachsprache «gedacht». Auf der Strecke bleibt so der eigene Ausdruck – inhaltlich wie sprachlich – in Bezug auf eine Sache, ein Produkt, eine Idee. Was ist der Preis? Viel unternehmerisches Potential bleibt ungenutzt. Und dies können sich Führungskräfte heute im Sinne einer nachhaltigen Wirtschaftlichkeit nicht leisten.



Gabriele Clara Leist

Marie-Claire Baumann

Gelassen und phantasievoll

Im Schreiben und Denken führt Diskursgläubigkeit zu einer Haltung, die zunehmend auf Sicheres, Bekanntes und auf jeden Fall Praktikables achtet. Unkonventionelle Inhalte sind nicht gefragt, was zu einem für alle wenig förderlichen Klima führt. Der Wandel erfordert jedoch, dass wir für die Aufgaben von heute nicht Konzepte von gestern heranziehen. Wer im Bisherigen verharrt, verkennt das Wesentliche seiner Führungsaufgabe: ganzheitlich gestaltend an der Zukunft des Unternehmens mitzuwirken. Foucault formuliert dies so: «Es gibt im Leben Augenblicke, da die Frage, ob du anders denken kannst als du denkst, und anders wahrnehmen kannst als du siehst, zum Weiterschauen oder Weiterdenken unentbehrlich ist.»

Gross sind die heutigen Anforderungen an eine Führungskraft: Wir wünschen uns von ihr, dass sie neugierig ist auf die Welt und komplexe Phänomene und deren Zusammenhänge wahrnimmt. Wir möchten auch, dass sie immer wieder Grenzen überschreitet und mit Möglichkeiten spielt. Gehorsam aber, im Sinne von diskursbestimmter Regeltreue, lässt dieses kreative Spiel nicht zu.

Potential nutzen

Über den Weg des Schreibens können strenge Denk- und Schreibmuster aufgedeckt werden und es öffnet sich so der Zugang zu bisher brachliegendem schöpferischem Potential. Im «Dialog» mit der Sprache weitet sich der Blick, die «Denkfläche» wird grösser. Die Haltung ändert sich und erlaubt, Sprache und Schreiben als wirksames «Denkwerkzeug», als «Probehandeln» zu nutzen – zugunsten eines

gekonnten, vielschichtigen Umgangs mit Themen, Aufgaben und Projekten.

Schreiben ist Denken.

«Texte ermöglichen eine symbolische Verdoppelung der Realität und schaffen damit ein Medium, mit und an dem man arbeiten kann», erklärt die Autorin Sylvie Molitor-Lübbert in «Schreiben. Von intuitiven zu professionellen Schreibstrategien.» Diese Aussage zeigt den Spielraum, den das Schreiben als «Denkwerkzeug» eröffnet: Indem wir Gedanken schriftlich festhalten (statt sie in der Flüchtigkeit des blossen Denkens zu belassen), werden sie greif- und dadurch formbar. Die fiktionale Ebene ermöglicht also, die Wirklichkeit zu betrachten, mit ihr zu spielen und sie – frei von Konsequenzen – zu verändern und neu zu verknüpfen. Modellhaft kann Wirklichkeit erprobt werden. Denn erst wenn wir Situationen in einen anderen Rahmen stellen, verändert sich die Art, wie wir über sie denken.

Die Öffnung in eine grössere Welt

Der fiktive «Textraum» ist grenzenlos. Und nirgends sind die Möglichkeiten und Perspektiven so vielfältig wie hier. «Schreiben ist die Öffnung, durch die Sie in eine grössere Welt, in Ihren ungezähmten Geist gelangen können», sagt die amerikanische Kreativitätstrainerin Natalie Goldberg. Schreibend geben wir uns also die Chance, einen Gedanken, eine Produktidee, eine Situation von verschiedenen Seiten zu beleuchten und ein Gespür für das Wirkungsgefüge zu entwickeln, d.h. für die unterschweligen Zusammenhänge. Wir erhöhen so die Chance, auf Wesentliches zu stossen. Schreibend erleben wir, worüber wir nachdenken.

(*) Marie-Claire Baumann, M.A. (Literaturwissenschaft/ Unternehmenskommunikation) und Gabriele Clara Leist (Kreativitätstraining/Poesiepädagogik FPI) bieten Seminare für Schreib- und Sprachkompetenz. (info@geniestreich.ch). Zwei Angebote zum Thema starten im November 2007. Details dazu unter www.geniestreich.ch.