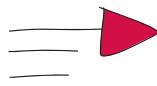




Guten Ideen eine Chance geben



KILLERPHRASEN ADÉ „Das haben wir hier schon immer so gemacht!“ Killerphrasen wie diese sind für Unternehmen fatal. Wo sie Einzug halten und Neues blockieren, steht alles still, weil sich niemand mehr etwas traut. Wie Sie dem entgehen? „Installieren Sie einen Friedhof für Killerphrasen“, rät die Bestsellerautorin Anne M. Schüller.

Neulich in einem Workshop. Eine Idee wird präsentiert. Halleluja, denke ich, was für ein cooler Vorschlag. Da meldet sich der Personalleiter zu Wort. „Oh, oh,“ unkrt er bange, „das wird nicht funktionieren, da kriegen wir wahrscheinlich Ärger mit dem Arbeitsrecht.“ Eisiges Schweigen. Wer legt sich schon gern mit dem Arbeitsrecht an? Und wer kennt sich da überhaupt aus? Nicht einer fragt nach, was das Arbeitsrecht denn konkret dazu sagt. Die Idee war vom Tisch. So ist das oft. Jemand sagt, es geht nicht, und alles steht still.

Klar gibt es eine Unzahl von Gründen, weshalb innovative Ideen es nicht in die Umsetzung schaffen. Manchmal sind sie einfach nicht gut genug. Bisweilen wurden sie schlecht prä-

sentiert. Oder der wahre Entscheider wurde nicht adressiert. Oft scheitern Ideen auch an vorgespieltem Interesse, dem dann Untätigkeit folgt. „Verbale Aufgeschlossenheit bei anhaltender Verhaltensstarre“ nenne ich das. Man kann eine Sache ja immer auch lassen. Doch die meisten Ideen scheitern, weil sie gefürchtet werden. Denn Etablierte und gut Situierte sehen darin primär das, was sie verlieren.

Ideen sind zunächst nur Denkangebote. Doch selbst die brillantesten Vorstöße geraten durch Bedenkenträger unter Beschuss. Ich nenne sie Vorgesternbewahrer. Sie fürchten um ihre Pfründe und den sozialen Abstieg. Deshalb versuchen sie krampfhaft, zu schützen, was sie besitzen. Wandel ist für



sie keine machtvolle Chance, sondern eine ernste Gefahr. Sie bremsen alles aus und sorgen so dafür, dass die Unternehmen zu Innovationsnachzüglern werden.

Killerphrasen gibt es wie Sand am Meer

Abwehr macht manche sehr kreativ. Die größten Innovationsblocker sind die eigene Bequemlichkeit („Dafür haben wir jetzt keine Zeit!“), die Angst vor Neuem („Das haben wir noch nie so gemacht!“), Reviergehabe und das Nicht-hier-erfunden-Syndrom („Sie haben doch überhaupt keine Ahnung, wie das hier bei uns läuft!“). Oft wird es auch persönlich: „Seien Sie doch nicht so naiv!“ Oder höhnisch: „Sie wollen was ändern? Die Phase hat am Anfang hier jeder. Das geht vorbei.“

Oder recht bissig: „Was mischen Sie sich hier ein?!“ Oder ganz unverbindlich: „Lass mal, das schafft zu viel Unruhe jetzt, warten wir lieber noch ab.“ Gern wird auch ein bisschen gedroht: „Sei vorsichtig, du bist noch in der Probezeit.“ Auf manche Phrasen fällt man recht schnell mal herein. „Das machen wir doch schon!“, ist eine solche. Da muss nachgehakt werden: Wie denn genau? Wie früher? Wie immer? Wie alle? Wer das neue am Neuen nicht einmal sieht, ist besonders gefährdet. Oft wird das neue am Neuen auch überhört, weil unser Gehirn das Vertraute so liebt.

Einen Killerphasen-Friedhof installieren

Bei Killerphasen ist zunächst zu sondieren, ob es sich um reine Abwehr oder um einen schlecht formulierten Hinweis handelt, dem man nachgehen sollte, weil er die eigene Idee besser macht. Wie sich das eine vom anderen unterscheidet? Der destruktive Ideenvernichter

Anne M. Schüller,
www.anneschueler.de



© privat

bringt nur den Killersatz. Der konstruktive Skeptiker hat neben seinen Zweifeln auch einen Vorschlag parat.

Wer Killerphasen jedoch unhinterfragt zulässt, erschafft ein Immunsystem gegen Veränderung. Deshalb braucht es zunächst die Erkenntnis, dass Killerphasen nichts und niemanden weiterbringen. Danach beginnt man sie zu sammeln. Schließlich werden sie begraben: auf einem Friedhof für Killerphasen. Dazu können Sie ein Poster machen, das an die Wand im Besprechungsraum kommt. Lassen Sie Platz für zukünftige Phrasen.



Buchtipps

Bahn frei für Übermorgengestalter von Anne M. Schüller, Gabal Verlag 2022, 216 S., 24,90 Euro



Wenn Ihnen der Friedhof zu morbide erscheint, erschaffen Sie ein eigenes Bild, dass zum Beispiel mit Mülliemern und Frühjahrsputz zu tun haben könnte. Wem all das zu heftig ist, für den gibt es eine noch softere Variante: Um destruktive Sprache im Meeting zurückzudrängen, ruft jemand „Sonnenschein“. Es ist das Codewort für die Team-Regel, konstruktives Denken und Handeln zu pflegen.

ANNE M. SCHÜLLER, KEYNOTE-SPEAKER,
BESTSELLERAUTORIN UND BUSINESSCOACH

