

Mittwoch, 22. November 2006

## **Drehtür vs. Treppe**

Es gibt eine Reihe von Menschen, die lieber immer und immer wieder durch die selbe Drehtür gehen. Anstatt aus Erfahrungen nützliche Erkenntnisse abzuleiten, die sie dazu befähigen, auf einer bildlich gesprochenen Treppe eine Ebene höher zu gelangen. Das befähigt die selben Personen, sollten sie mal wieder auf ein ähnliches Problem-Schema stoßen, es aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Was oft sehr hilfreich ist. Auf den Unterschied zwischen Drehtür- und Treppenmentalität treffe ich immer wieder. Die einen erkennen auch nach dem 10. Mal nicht das eigentliche Problem und rennen einfach nochmal durch die selbe Drehtür, um nach dem Problem wieder vor dem Problem zu stehen. Die kommen, wenn es ganz übel läuft, ihr Leben lang immer an der selben Stelle wieder raus. Also eigentlich nicht von der Stelle. Die Entwicklung, bezogen auf die Lebensjahre, ist in Zentimetern ausgedrückt gleich Null. In Etagen und/ oder möglichen zu erreichenden Ebenen belieben diese Menschen immer im Parterre zu stehen. Oder gleiten sogar ab in den Keller.

Aus Fehlern lernen. Ich möchte eine höhere Ebene nicht verstanden wissen als sich über einen anderen stellen. Sondern wir begegnen im Leben immer wieder Situationen, die wir mit unserem Erfahrungsmuster abgleichen. Daraus ziehen wir Schlüsse und leiten daraus unser Handeln ab. Wenn ich diesen Situationen über einen Lebensweg immer aus einem besseren Blickwinkel begegne, dann ist dies ein überragender Garant dafür, richtige Entscheidungen für mich und andere zu treffen. Dabei ist die Perspektive entscheidend. Je höher mein Blick die Situation überschauen kann, um so mehr kann ich in Erfahrung bringen. Höhe darf aber in dem Sinne nie als abgehoben angesehen werden. Höhe einfach als besserer Blickwinkel. Es ist einfach von Vorteil, wenn man Situationen besser überschauen kann.

Aber wie gesagt, dafür muss man bereit sein, die Drehtür gegen die Treppenmechanik zu tauschen. Das geht einfacher als man denkt. Man muss jedes Erlebnis nicht einfach spurlos an sich vorüber ziehen lassen, sondern versuchen, alles für sich daraus zu bewerten. Was war gut und was war schlecht. Somit erkennt man beim nächsten Mal das Schlechte wieder. Und wird diesem anders begegnen. Immer besser. Bis man es überwunden hat. Zweifeln, hinsehen, zuhören, spüren, nachdenken und einordnen.

Somit entstehen im Gehirn schnell wachsende Verknüpfungen, die eine immer bessere Orientierungs- und Entscheidungshilfe ermöglichen. Ein Erlebnis nicht verarbeiten heißt eine Chance verpassen. Was am Anfang mühevoll ist, geht sukzessive in Fleisch und Blut über. Irgendwann macht man es automatisch. Und steigt so eine Treppe nach der anderen nach oben. Das nennt man dan Erkenntnisstand. Erfahrung ist nämlich nichts wert, wenn daraus keine Erkenntnis abgeleitet wird. Was nützt mir ein Kaufhaus das 125 Jahre Erfahrung hat im Vergleich zu einem, das 80 Jahre auf dem Buckel hat?

Genau, somit wird Erfahrung mit Erkenntnis verwechselt. Und wie macht man Erkenntnis sichtbar? In dem man nicht über Erfahrung redet, sondern seine Erkenntnisse im "Jetzt" ständig angewandt umsetzt. Kann IKEA Möbel bauen? Wie alt sind die denn? Und wie jung ist die Marke? Und was nützt mir das? IKEA hat Erfahrung an allen Ecken und Kanten in angewandte Erkenntnisse umgemünzt. Und zwar nicht nur theoretisch, sondern vor allem praktisch. Zum Anfassen. Zum Bemerkten. Zum Vorteil.

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Denkanstöße um 07:03