

Experteninterview

„Kreativität lebt von der Fähigkeit, immer wieder die Perspektive zu wechseln.“

Peter Kruse ist Honorarprofessor an der Universität Bremen und Gründer des Beratungsunternehmens nextpractice. Mit der Übertragung von Erkenntnissen aus der Hirnforschung auf die Wirtschaft hat sich der Neuropsychologe als Querdenker einen Namen gemacht und neue Impulse gegeben. Inzwischen gilt sein Ansatz international als richtungweisend in den Bereichen Change Management und Netzwerkintelligenz.

Was sind die zentralen Rahmenbedingungen, unter denen Unternehmen zurzeit agieren?

Die Unternehmen sind mit völlig neuen Dimensionen der Komplexität und Dynamik konfrontiert. Durch die globale Vernetzung hat der Wettbewerbsdruck enorm zugenommen. Im Management wurden entsprechend in den letzten Jahren große Anstrengungen unternommen, alle Prozesse zu vereinfachen und zu optimieren. Diese Entwicklung war zwingend notwendig, aber sie ist durchaus nicht unproblematisch. In der Wirtschaft ist ein Optimierungs-Differenzierungs-Dilemma entstanden. Die Produkte und Dienstleistungen sind qualitativ immer besser aber auch immer ähnlicher geworden. Nun sucht der Kunde verstärkt nach Unterschieden, die einen echten Mehrwert darstellen. Das große Thema im Management ist gegenwärtig die Steigerung der Innovationskraft.

Welche Rolle spielen die Beschäftigten in dieser Phase der Umorientierung?

Wie in vielen anderen Zusammenhängen wachsen auch im Alltag der Beschäftigten die Widersprüche. Einerseits steigt der Grad der Standardisierung bei vielen Arbeitsabläufen nach Jahren der bewussten Anreicherung der Aufgaben wieder an, andererseits entstehen völlig neue Freiräume für eigenständige Gestaltung und Kreativität. Die Anforderungsprofile werden unterschiedlicher. Die Schere öffnet sich. Die Unabhängigkeit der Solisten steigt ebenso wie die Disziplin, die von den Musikern im Orchester gefordert wird. Die Unternehmen konkurrieren hart um die besten Talente und fordern Höchstleistung von allen Beteiligten. Die Gefahr, durchs Raster zu fallen, ist größer geworden. Die Frage nach der Sicherung sozialer Gerechtigkeit wird drängender.

Welche Fähigkeiten müssen denn Mitarbeiter in der Wissensgesellschaft mitbringen?

In Zukunft werden vermehrt Mitarbeiter benötigt, die die Kunst des Perspektivenwechsels und des lebenslangen Lernens beherrschen. Die gradlinigen Karrieren haben als Erfolgskriterium ausgedient. Menschen, die in ihrem Leben immer wieder andere Welten erkunden, sind anpassungsfähiger und eher in der Lage, die Verunsicherung des Neuen zu bewältigen. Die Halbwertszeit von Wissen nimmt ebenso ab wie die Verweildauer in einer Position. Es geht weniger um die Ansammlung möglichst vieler Lerninhalte als vielmehr um gute Strategien des Findens und Erarbeitens von Erkenntnissen. Eine kaum stillbare Neugier, die Fähigkeit, auch in überfordernden Situationen aufmerksam zu bleiben, und die Bereitschaft, jederzeit gewohnte Bahnen zu verlassen, sind zentrale Schlüsselqualifikationen.

Welche Rolle spielt der Day of Caring in diesem Zusammenhang?

Der Day of Caring ist eine konzentrierte Trainingseinheit für die dargestellten Anforderungen, vor denen man heute im Berufsleben steht. Der Day of Caring ist ein Perspektivenwechsel, der nicht nur das Denken, sondern auch die Gefühle der Menschen erreicht. Es wird die Grenze zu Erlebnisräumen überschritten, die niemanden kalt lassen. Solche Erfahrungen sind ebenso wert- wie nachhaltig wirkungsvoll. Die Stabilität in unserem Gehirn entsteht über emotionalen Bewertungen. Nur, wenn die Ebene dieser emotionalen Bewertungen angesprochen wird, öffnet sich die Tür zu persönlicher Entwicklung und grundlegender Veränderung.

Auf was sollte ein Unternehmen bei Corporate-Volunteering-Aktivitäten achten?

Entschließt sich ein Unternehmen dazu, eine Corporate-Volunteering-Aktivität zu starten, dann sollte unbedingt ein Praxisfeld gesucht werden, das zur Kultur und Identität des Unternehmens passt. Gerade Corporate-Volunteering-Aktivitäten sollten niemals als Oberflächenkosmetik dienen. Mitarbeiter reagieren auf Ungereimtheiten zwischen Anspruch und Wirklichkeit sehr sensibel. Die Öffentlichkeit antwortet gegebenenfalls noch heftiger. Mangelnde Glaubwürdigkeit ist in einer Zeit, die alle sowieso bis an die Grenzen des Belastbaren fordert, so gut wie gar nicht akzeptabel. Nur authentisches Engagement wird gewürdigt.

Das Gespräch führten Annika Rehm und Jan-Hendrik Kamlage.



Peter Kruse ist Honorarprofessor an der Universität Bremen und Gründer des Beratungsunternehmens Next-practice. Mit der Übertragung von Erkenntnissen aus der Hirnforschung auf die Wirtschaft hat sich der Neuropsychologe als Querdenker einen Namen gemacht und neue Impulse gegeben. Inzwischen gilt sein Ansatz international als richtungweisend in den Bereichen Change-Management und Netzwerkintelligenz