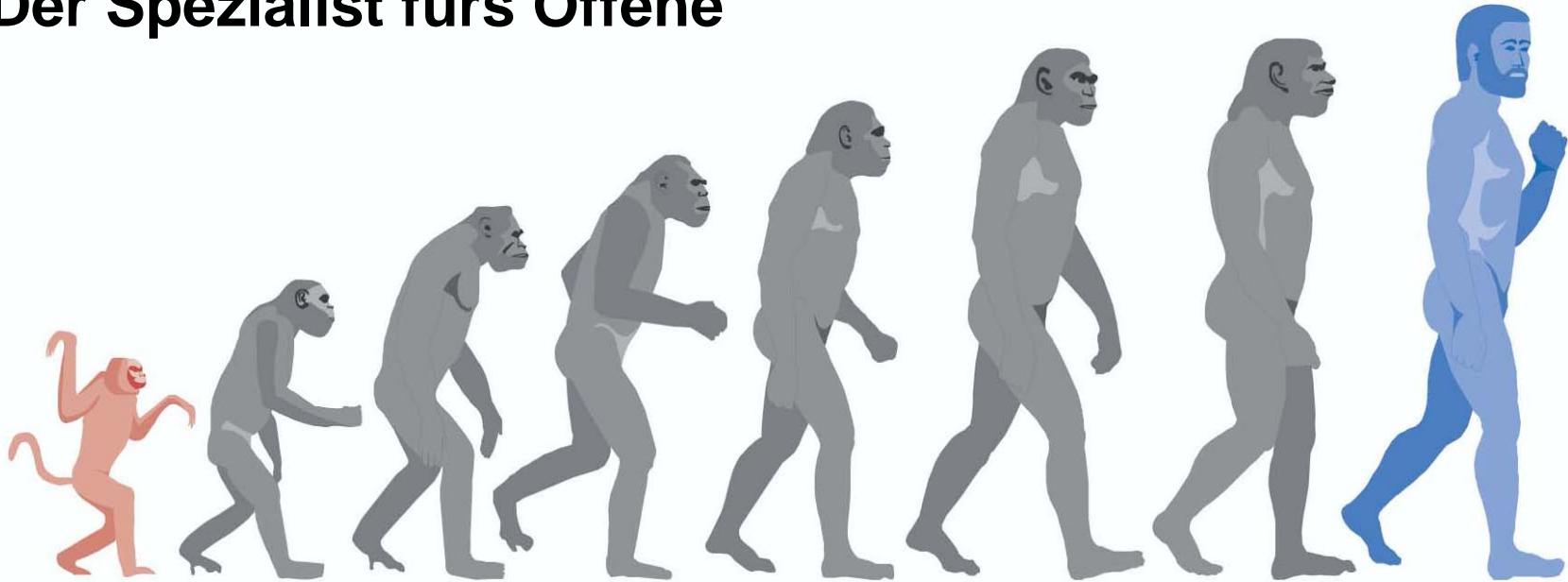


**Chancen nutzen –
Zukunft wagen:
Erfolgsfaktor Innovation**

Homo sapiens – Der Spezialist fürs Offene

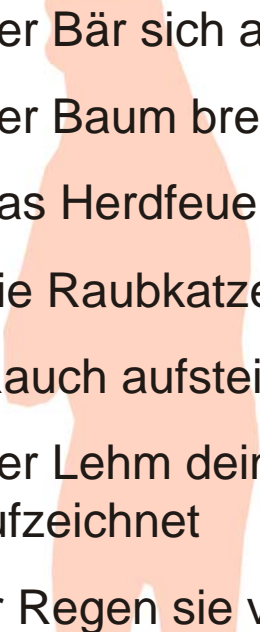


- Sieger der Evolution
- erfahrungsoffen und schicksalsempfindlich
- schwankend zwischen Aggression, Dominanz und Fürsorglichkeit

Kulturinnovation durch soziale Vererbung von Gruppenwissen:

Die Rangordnung des Gewußten als Überlebensgesetz

Zeichen der alten Ordnung:

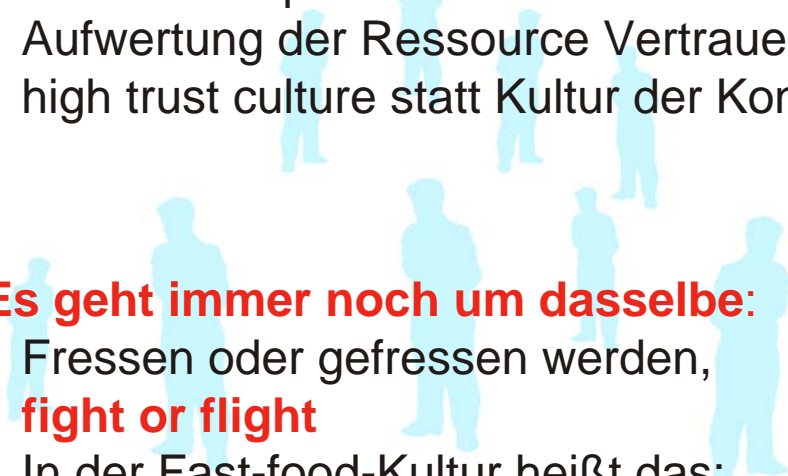


... wenn der Bär sich aufrichtet
 ... wenn der Baum brennt
 ... wenn das Herdfeuer erlischt
 ... wenn die Raubkatze springt
 ... wenn Rauch aufsteigt
 ... wenn der Lehm deine Spur aufzeichnet
 ... und der Regen sie verwischt

Zeichen der neuen Ordnung:

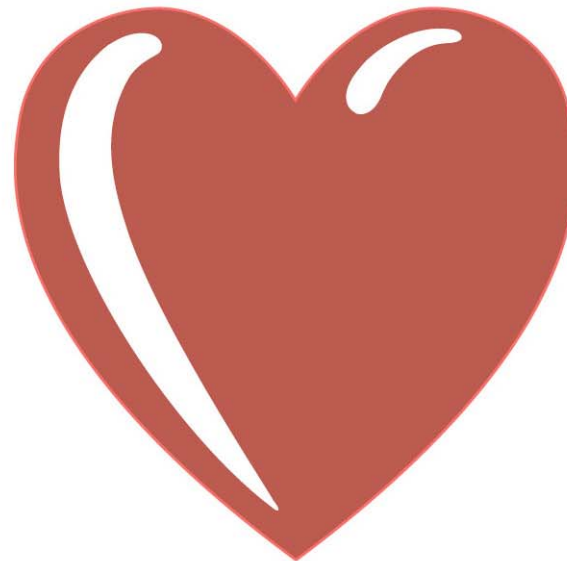
- delegierte Wahrnehmung als Kapitulation vor der Komplexität
- Aufwertung der Ressource Vertrauen
- high trust culture statt Kultur der Kontrolle

Es geht immer noch um dasselbe:

- 
- Fressen oder gefressen werden, **fight or flight**
 - In der Fast-food-Kultur heißt das: **Have lunch or be lunch**

Das Business ist ein Mannschaftsspiel, in dem gemischte Qualifikationen zählen.

Wenn eine Führung nur rationale Kompetenz mitbringt,
vermissen Mitarbeiter den Herzschlag der Firmenkultur
– und Kunden den Herzschlag der Produkte.



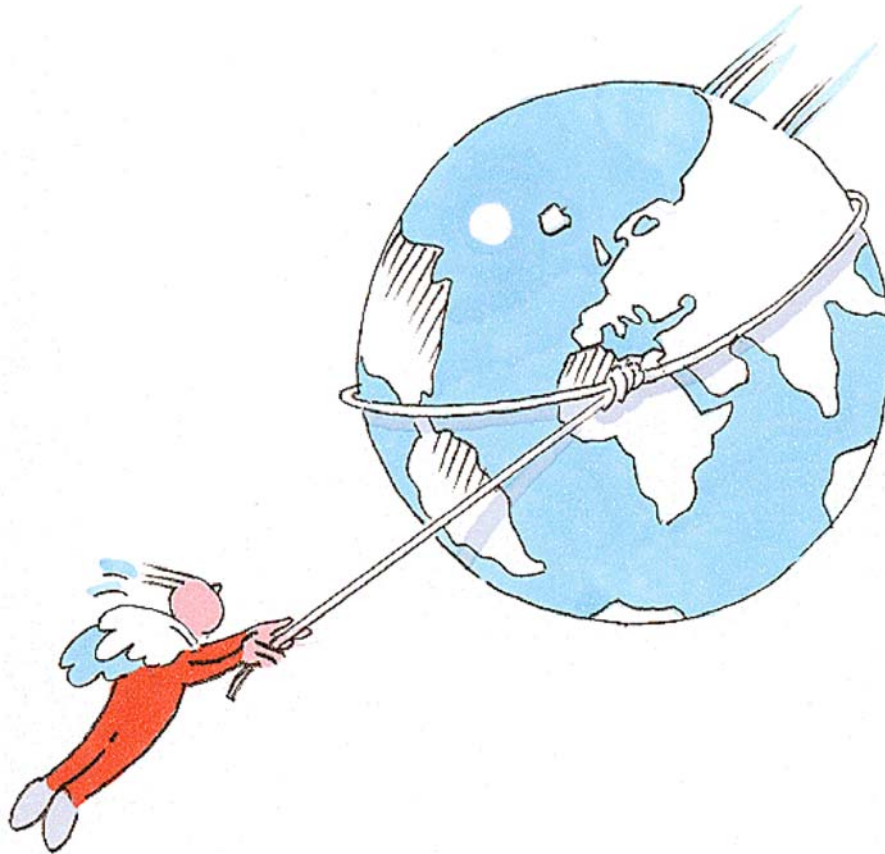
Emotionale Intelligenz ist **Strategie** der **Gefühle**.

Emotionale Intelligenz ist die **intelligente Nutzung** emotionaler Fähigkeiten.

Ihre Mittel sind:

- Selbstbeherrschung und Einsatzfreude
- Beharrlichkeit und Eigenmotivation
- Empathie – die Fähigkeit, sich auf den Platz der anderen zu setzen
- Soziale Kompetenz

Innovation ist nicht Chefsache. Die Innovatoren sind wir.



Regierungen müssen den Weg freigeben: **Innovationsförderung**, wenn sie gelingen soll, **ist Machtverzicht**. Wer die Explosivkraft der kreativen Köpfe fürchtet, wird zum Innovationsbremser.

Innovation braucht, was wir haben: Zertrümmerung der alten Erfolgslandschaften.

Innovation braucht Wildnis.

Wo Ideenträger nicht verehrte und geschützte Wesen sind, verspätet sich jede schicksalswendende Idee. Die überregulierte Gesellschaft lähmt ihre kreativen Talente.

Innovation

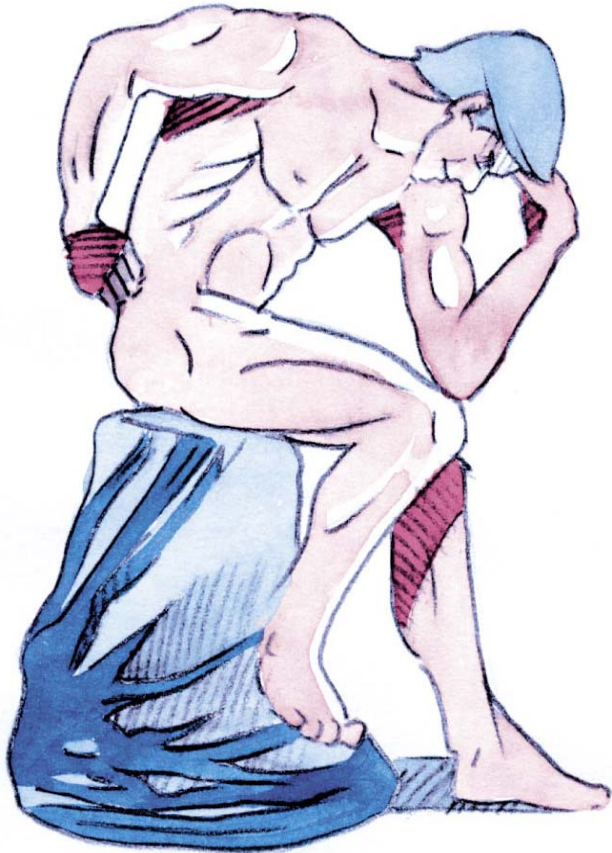
Planung verriegelt die Felder der Neugier.
Schon Kindergarten und Schule beginnen damit.
Sie planieren schöpferische Energie,
um Kinder planbar zu machen.

Wer unvernünftige Gedanken
ächtet, bremst **Innovation**.
Wer kreatives Chaos fürchtet,
vertreibt ideenreiche Köpfe.

Wo immer mehr alte Menschen leben,
verlangsamt sich die **Innovation**.
Die Alten sollten vital genug sein,
um über ihren Schatten zu springen:
zu den Jungen hinüber,
die ihre eigene Spur zeichnen wollen.



Sportliche Nationen sind erfolgreicher.



Sportliche Firmen auch.

Brainpower braucht **physische Fitness** –
und umgekehrt.

Sport liefert Akut-Gratifikationen,
die den Kopf ermutigen.
Sport ist ein Stressblocker.

Sport stimuliert die Genußfähigkeit
auf einem kurzen Umweg –
über Leistung.

Sportliche Manager begeistern ihr Team,
dieses Gesetz von Leistung und Genuß
in die Welt der Kopfarbeit zu holen.

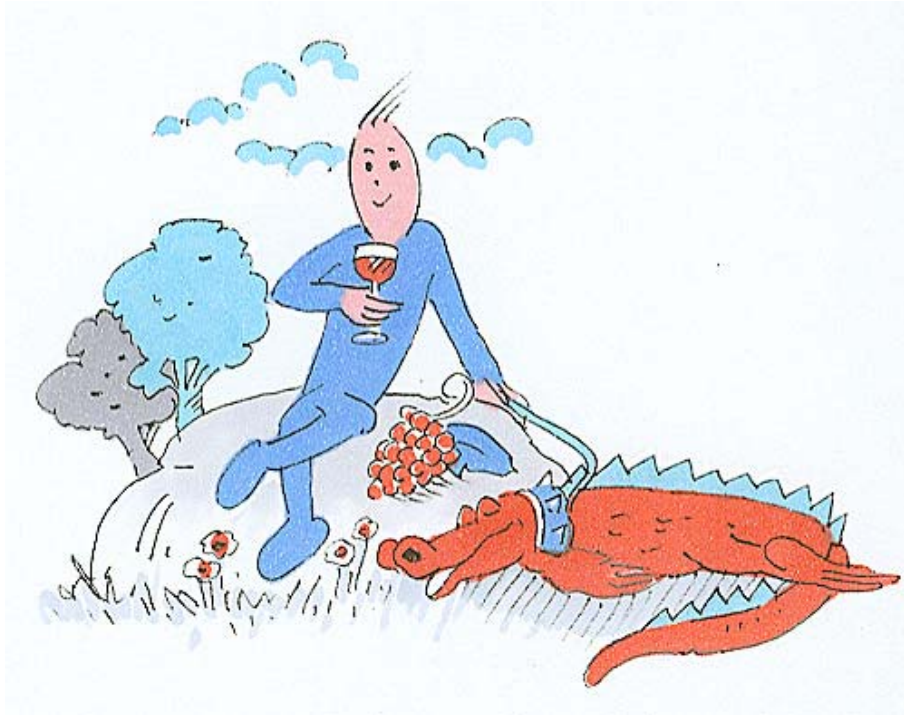
Gehirnjogging macht Teams leistungsstark.

Sportliche Leistungskultur für das Management

Sport lehrt die Achtung vor Regelwerken.
Sport legt Barrieren zwischen Völkern nieder.
Sport lehrt Fairness.
Sport bestraft schädliche Konsumgewohnheiten
mit Glücksentzug.
Sport ächtet Spielverderber.
Sport lehrt, mit Niederlagen umzugehen.
Sport übt Durststrecken zwischen
Leistung und Erfolg.
Sport fördert Selbsterkenntnis.
Sport zeigt uns Grenzen und macht uns belastbarer.

Sport verbindet Kopf- und Körperwelten.
Sport öffnet Türen zum SINN.





Entdeckungen jenseits der Gier:
das neue Selbstbewußtsein.

Als Kunde ist der Bürger nun noch mächtiger, als er dachte.

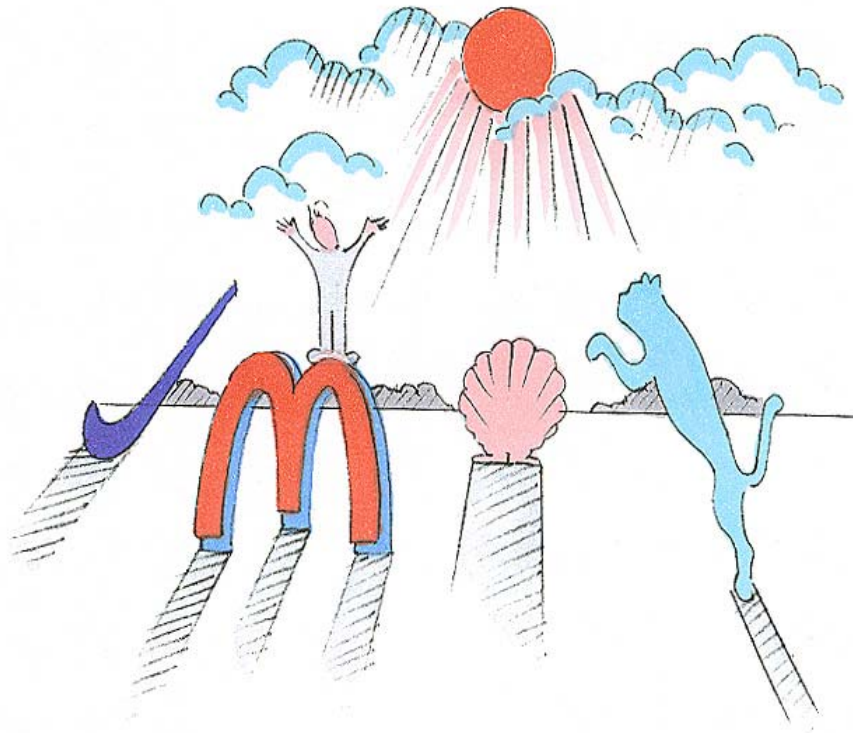
Der Konsumklave von gestern ist frei.

Nie mehr wird man ihn auf den Schlucker, Fresser und Raffer reduzieren können.

Endlich hat er selbst die Chance, besser mit sich umzugehen.

Der Kunde räumt auf, und seine Konsequenz zwingt die Verführer von gestern als Betreuer an seine Seite.

Endlich öffnet er sich wieder: der Himmel hinter der Ware.



Der Kunde als begehrendes Wesen ist ein Opfer von gestern, das als Täter seine Gunst neu verteilt: an Partner, die bei der Genesung helfen.

Der Nahrungsmittelkonzern wird zum Sucht-Therapeuten. Kundenbindung wird zur Wissenspartnerschaft.

Nahrungsmittel müssen sich medizinisch ausweisen.

Der **>Verbraucher<** von gestern wird zum **Trendsetter**: Er möchte mehr als nur Produkte. Seine Lust auf weniger schafft neue Statusmerkmale:

>Wohlstand neu< ist das Unterlaufen und Überfliegen der alten Standards. Nie mehr Punktlandung im Produkt! Weiter fliegen, **klüger konsumieren**.

Globalisierung:

Neue Mitspieler, neue Gegenspieler

Globalisierung ist nicht einfach die Erweiterung des Jagdgebietes für die führenden Wirtschaftsmächte.

Globalisierung ist ein neues Jagdgeschehen mit offenem Ausgang:

Rollenwechsel zwischen Jägern und Beute werden häufiger.

Der Raubtierkapitalismus ist nicht mehr das einzige Erfolgsmodell.

Vorsprünge aus Jahrhunderten schmelzen in Jahrzehnten.



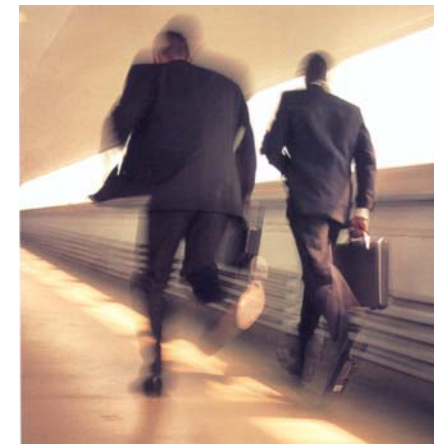
Wenn Asien zur neuen Weltmacht wird:

- wegen hoher Leistungsbereitschaft (Wohlstand im Frühstadium)
- großer *manpower*
- kollektiver Vision vom Fortschritt in der eigenen Generation



Wie bleibt Europa Mitspieler im globalen Wettstreit?

- bei mäßiger Leistungsbereitschaft
- schwindender *manpower*
- negativer Vision vom Abstieg der eigenen und der nächsten Generation



Die asiatische Chance:

Die Ungleichzeitigkeit der ökonomischen und sozialen Standards als Motivationsquelle für die Aufholjagd

- Hohe Lerngeschwindigkeit: **Lust auf Wohlstand**
- Problemloser Zugriff auf Hochtechnologie und ihre Produkte
- Geringe Kontrolle bei Produktpiraterie
- Zentralistische Organisation: der Staat entscheidet

Beide Seiten profitieren:

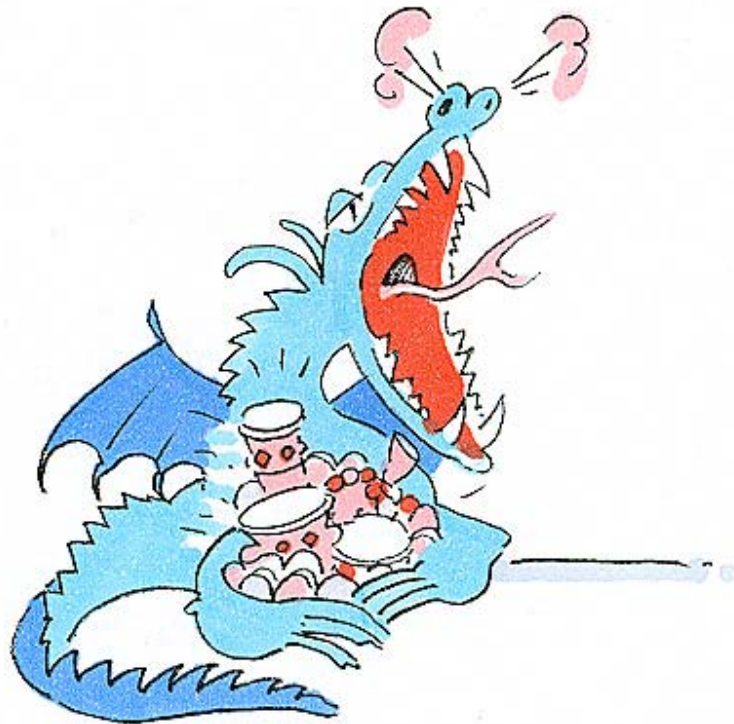
- Hochlohnländer wegen niedriger Lohnkosten, hohem Entscheidungstempo für Industrieansiedlungen („Alles aus einer Hand“: die Politik entscheidet)
- Asien wegen detaillierter Einblicke in Produktionsprozesse und Technologien
- Europäische und amerikanische Fabriken als Turbo-Lektionen: 200 Jahre in zwanzig Jahren



Asien auf Augenhöhe begegnen heißt:

die Wohlstandserkrankung abschütteln.

Im Wohlstand wurden Prestige und Glück an Konsum gekoppelt.
Begehrlichkeit war die Markttugend Nummer eins.



Im neuen Aufstieg brauchen wir andere Tugenden:

- **Mut und Ausdauer**
- **Fairness und Disziplin**
- **die Entschlossenheit, Grenzen zu sprengen und an die Spitze zu rücken**

Die neue Siegermentalität zu fördern, heißt für die Führung:

- **Unternehmenserfolg und persönlichen Erfolg zusammenführen**
- **offensiv vertrauen**
- **großzügig mit den Mitarbeitern teilen, was wir können und wissen**

Mitspieler bleiben, statt Globalisierungsverlierer zu werden:



Eine Führungsfrage.

Die simple Formel:
Wie macht man Satte hungrig?

Asien ist hungrig.

Europa blickt zurück auf die
eigenen Spitzenleistungen und
betrauert den Wohlstandsverlust.

Der Höhenflug von gestern lähmt
den Aufstiegsglauben von heute.

Wie also macht man Satte hungrig?

Indem man ihren Hunger
auf Speisen stimuliert, die der
Wohlstand nicht liefern konnte.

Zu den Globalisierungspiloten gehören:

Das geht nur mit dem neuen Hunger auf Siegersglück.

Homo sapiens ist der Sieger der Evolution geworden, weil er sich selbst belastet und erprobt hat, um zu erfahren, wer er ist.

Jeder Hochleistungssportler lernt diese Lektion, die Europa jetzt lernen muß:

- **Achieve the impossible**
- **Das Mögliche machen die andern**
- **Stay hungry**
- **Sei anspruchsvoll, vor allem gegen dich selbst**
- **Mach weiter am toten Punkt**



Danach kommt die Glückslieferung in deinem Gehirn:
Opiate, Endorphine, die Hormone, die das Herdentier zum Alphetier machen.

Wir haben keine Wahl:

Wir müssen uns aufeinander verlassen.

- Weil nichts geht ohne die andern.
- Weil niemand sein Bestes gibt ohne unser Vertrauen.
- Weil jeder allein nur wenig überschaut.
- Weil das Vertrauen der andern uns verpflichtet.

Und weil wir das Vertrauen der andern nicht verlieren wollen.



VERTRAUEN

Ohne dieses Wagnis geht nichts!

- Für den Säugling, für jedes Kind und seine Lust auf Leben.
- Für alle sozialen Beziehungen: Freundschaft und Liebe.
- Eltern – Kinder.
- Lehrer – Schüler.
- Führungskräfte – Mitarbeiter – Kunden.
- Politiker – Bürger.
- Verträge und Bündnisse.
- Jede Art von Versprechen.

Ohne Vertrauen

- kein Selbstvertrauen.
- kein Mut,
die eigenen Grenzen zu verschieben.
- kein Ansehen, keine Reputation.
- keine Autorität.

Ohne alle diese:

- **keine Visionen, keine Zukunftsentwürfe.**
- **keine Zukunft.**

