



Ganzheitliches Coaching ~ Training ~ Design

■ ENERGIE ■ WEISHEIT ■ KUNST

Alte Volksweisheiten - wertvolle Orientierungshilfen in Zeiten des Wandels

oder: Was die Großmutter noch wusste
- ein Essay von Bianka M. Seidl

“So wie du in den Wald hinein schreist, kommt es zurück.” Dieser Spruch aus Großmutterns Zeiten erlebt in der heutigen Zeit seine Wiedergeburt. Seit die Begriffe Sender und Empfänger mit den neuen Technologien der Datenübertragung vermehrt in unser Bewusstsein und in unseren Sprachgebrauch drängen, und wir auch dem Wort Resonanz in unserem Alltag auf verschiedenste Weise begegnen, öffnen wir uns für die Welt der neuen Physik und zugleich auch der angrenzenden Wissenschaften. Das Wort resonare (lat.) bedeutet soviel wie widerklingen. Wenn wir zu etwas in Resonanz stehen, dann bedeutet dies konkret, jemand sendet Frequenzen aus und wir empfangen diese, weil wir unser Empfangssystem, ähnlich einem Radio, genau auf diese Sendefrequenzen eingestellt haben.

Dieses Empfangen kann nun angenehm, also harmonisch, oder unangenehm, also disharmonisch sein. In den meisten Fällen wird das Angenehme auf eine angenehme Art und Weise zum Sender zurück reflektiert. Bei den disharmonischen Frequenzen, werden diese auf ebenso unangenehme Weise zurück gesendet. Das, was wir ausstrahlen kommt wieder zurück. Ob wir bewusst oder unbewusst senden.



So hat jeder Mensch im Laufe seines Lebens ein Resonanzfeld aufgebaut, auf das er tagtäglich reagiert - privat wie beruflich. So gesehen überträgt ein Unternehmer sein Resonanzfeld auf sein Unternehmen. Wie im Kleinen so im Großen. Wir verwirklichen uns immer ganzheitlich, und das Ganze ist immer in jedem einzelnen Teil enthalten. “Das, was du säst, wirst du ernten”, lautet eine weitere Volksweisheit, deren Bedeutung in die gleiche Richtung zielt. Wer Misstrauen sät, wird Misstrauen ernten und damit seine alte Einstellung, die besagt, dass man niemanden trauen kann, weiter zementieren. Wer Unmut und Unzufriedenheit sät wird genau diese Qualitäten aussenden und die Ernte unmutig und unzufrieden einfahren. Und wer Angst, als Grundlage seiner Handlungen, in effektive, allerdings unmenschliche Strategien und Vorgehensweisen verpackt, erntet unmenschliche Ergebnisse, die weitere Angststatistiken wie das

Sicherheitsdenken, die Kontrolle und den überzogenen Perfektionismus auf die Bühne, ins unternehmerische Dramenspiel, holen.

Dabei ist es so einfach - zu einfach, wie es scheint, für das mechanistisch, operative Verstandesdenken des naturwissenschaftlich geprägten Menschen. "Die Welt wird als Schachbrett gesehen, auf dem Spiele ausgetragen werde, bei denen die Sieger Vorherrschaft gewinnen und gegenüber den Verlierern Vorteile einheimen. Marktallianzen, Manipulation der Ressourcen der Erde zugunsten eigener strategischer Gewinne", so formuliert es Ken Wilber in seinem Buch "Ganzheitlich handeln". Die geistige Armut im Land der ehemaligen Dichter und Denker ist deutlich sichtbar, sei es in Politik, Wissenschaft oder Wirtschaft. Die intellektuelle Arroganz hat den Platz des freien Geistes besetzt und macht die Denker undurchlässig für zeitlose, einfache Volksweisheiten. Da wird der Wald vor lauter Bäumen nicht mehr gesehen und schnell kommen die rettenden Berater und bewirken den Kahl-schlag dort, wo die Symptombehandlung nicht erfolgreich war.

Das Wesen, das Wesentliche ergründen

"Schuster bleib bei deinen Leisten !" Dieser Spruch mag in der heutigen Zeit, in der schnelle Innovationen und Veränderungen um jeden Preis herbei gezerzt werden, vollkommen deplatziert wirken und dennoch wohnt dieser Aufforderung eine große Weisheit inne.

Die Aufmerksamkeit der meisten Unternehmer ist überwiegend auf die Außenwelt gerichtet. Anstatt in die Tiefe des eigenen Seins und des eigenen Unternehmens zu gehen, streut sich der Fokus im Außen in die Breite und weilt lieber lang an der Oberfläche des Geschehens. Hier jedoch sind Unternehmer und Unternehmen dem mittlerweile fast launischen Wellengang der wirtschaftlichen Strömungen hilflos ausgeliefert.

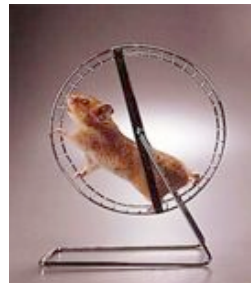
Die Wahrnehmung für die inneren Vorgänge, das Wesentliche, kommt zu kurz und so verlieren wir unser Gespür für das, was uns im Wesen ausmacht. Wer jedoch sein Wesen nicht kennt und lebt, kann im Außen auch das Wesentliche nicht wahrnehmen und deshalb auch das Unwesentliche vom Wesentlichen nicht trennen. Damit einher gehen Verwirrung, Desorientierung, Unübersichtlichkeit, Kompliziertheit, Zeitverlust, Fehlentscheidungen und letztendlich Verschwendung und Verluste an vielen Ecken und Enden.

Die Welt war nie eine Scheibe und funktioniert nicht mechanisch

Die oben angeführte Analogie mag dem rational denkenden Geist ungewöhnlich, ja unlogisch vorkommen. Das ist verständlich, doch irrelevant, weil einseitig in der Betrachtung. Wir haben zwei Gehirnhälften und deren sollten wir uns auch bedienen. Kein geringerer als Albert Einstein hat sich diesbezüglich so geäußert: "Die Probleme der Mensch

-heit können nicht mit den gleichen Kompetenzen behoben werden, durch die sie entstanden sind". Weder das Leben noch die Zeit verlaufen linear und können somit nicht nur rational erfasst und erklärt werden. Es ist das derzeitige, aus der mechanistischen Weltsicht resultierende Bewusstsein, das uns die Welt immer noch in linearen Systemen und Vorgehensweisen begreifen, bewerten und handhaben lässt. Dabei ist diese Weltsicht nur noch ein ausgedienter Schein, der im Begriff ist, im schnellen Turnus von alten Vorstellungen und Erwartung und anschließender Enttäuschungen, sich aufzulösen.

Die Betrachtung und Interpretation des Lebens und der Welt ausschließlich mit dem linearen Verstand führt zwangsweise in den wiederkehrenden, endlosen Kreislauf, nämlich ins Hamsterrad und somit in die Zwanghaftigkeit - eines der vielen Paradoxe, mit denen wir im Moment leben müssen. Ohne sich dessen für lange Zeit bewusst zu sein, wird aus dem anfänglich Effektivität und Sicherheit schenkenden Gleichlauf eine monotone, kräfteaubende und sinnlose Routine. Das Leben ist auf dem Rückzug, Stagnation trotz Aktivitäten, Energieverluste trotz errechneter Effektivität. Noch genauer hingesehen bedeuten diese Verluste - das Verlieren der Lust - und Lust und Schöpferkraft bedingen sich. Es ist der Verlust, das Verlieren der Lebenslust, der dazu beiträgt, dass das Leben sich zurückzieht in Richtung Verfall und dass wir deshalb immer öfter über Innovation sprechen müssen, ohne sie zu verwirklichen, da sie nur ein mentales Konstrukt ist. Innovation setzt Kreativität voraus und Kreativität entsteht aus der freien, schöpferischen Lust. Analog ist hier auch die Verbindung zur sexuellen Lust zu sehen, über deren Erlangung mittlerweile viele Gebrauchsanweisungen geschrieben worden sind.



Sich auf den Wandel - sich auf das Leben - einlassen

Also, nicht klagen und sich dem Wandel entgegenstellen. Vielmehr sollten wir uns fragen, wie wir die abhanden gekommene Lust am Leben und an unseren Unternehmungen wiedererlangen können. Jede Enttäuschung ist dabei hilfreich, denn sie trägt dazu bei, dass der alte Schein weicht, und dass wir auf einer neuen Ebene bald klarer sehen, und wir das Wesen und das Wesentliche mit in unsere Betrachtung und Interpretation der Welt mit einbeziehen werden. Douglas Rushkoff, Professor und Kulturkritiker aus New York beschreibt diese aufkeimende Zeit als "Die neue Renaissance". In der Renaissance des 15. Jahrhunderts wurde die Idee des modernen Individuums geboren. Dank Gutenbergs Druckerpresse wurde der Mensch zum Leser und konnte als Lesender sich zum ersten Mal seinen eigenen Raum gegen die vergesellschaftete Umwelt schaffen. Der geebnete Weg über Freiheit und Demokratie hat jedoch zum modernen Konsumismus geführt, in dem sich der Menschen eher darin ausdrückt, was er kauft, als darin, was er tut. Die "neue Renaissance", so Rushkoff bewirkt, dass dieses Pendel wieder zurückschwingt und das ist vielleicht die größte Chance in die-

ser von Krisen gebeutelten Zeit. Da fällt mir gerade ein, dass die Chinesen für Krise und Chance ein und dasselbe Wort benützen.

Mit diesem geklärten und erweiterten Blickfeld können wir entdecken, was uns Menschen und somit auch die Unternehmen wahrlich antreibt, und welche Werte die Unternehmen den Menschen zu bieten haben. Ja, das Unternehmen, die Organisation hat dem Menschen zu dienen. Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und Aktionäre wollen und können wieder als Menschen gesehen werden, die einander ergänzende Bestrebungen haben. Sie sind Mitgestaltende und Mitwirkende einer Kultur, die brennend daran interessiert und begeistert ist, was das Unternehmen, die Organisation, tut und welche sozialen Interaktionen angeboten und somit ermöglicht werden. Auf diese Weise kann eine lebendige Kultur entstehen, in der es das spielerische Zusammenarbeiten ermöglicht, gemeinsam etwas Sinnvolles zu erschaffen.

