



## Platz 6. Keine Kraft für Neues

<https://www.mayermayer.at/top-ten-platz6>

### Im Hamsterrad ist kein Platz für Neugierde

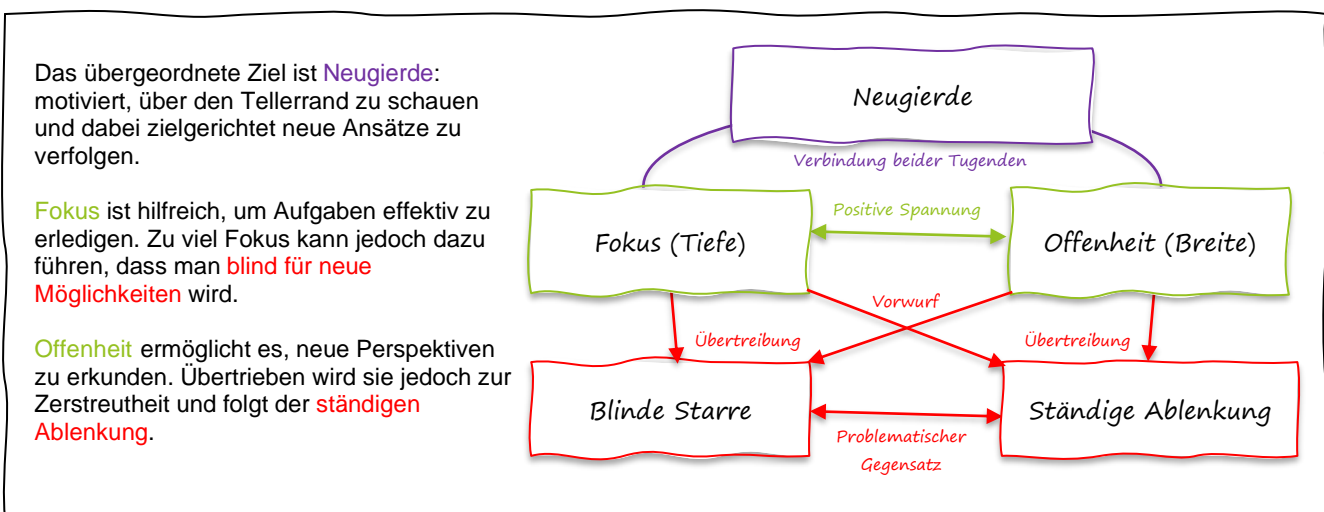
#### Der stille Kampf gegen die lähmende Routine

Hier im täglichen Hamsterrad stapeln sich die Aufgaben, während draußen die Welt in atemberaubendem Tempo voranschreitet. Ich renne und renne, doch egal wie schnell ich meine Listen abarbeite, es scheint, als könnte ich nie Schritt halten. Meetings fühlen sich an wie festgefahrene Schallplatten, die immer dieselben Töne wiederholen, und der Gedanke, dabei auch noch neugierig zu sein, wirkt fast absurd. Wie kann ich, gefangen in der Routine, den Blick heben und die rasenden Veränderungen draußen wahrnehmen?

#### Der verpasste Anschluss in die Zukunft

Es ist, als würde ich in einer alten Telefonzelle stehen und durch das beschlagene Glas den rasenden Fortschritt beobachten. Draußen hält kurz der Bus in die Zukunft an, bereit, die entschlossenen Freigeister mitzunehmen. Doch ich kann nicht einsteigen, weil ich mit beiden Händen mein überquellendes digitales Aktentäschchen festhalte, das mich schwer von Routine und voll mit Kontrolle an Ort und Stelle fesselt. Jeder Tag im Büro ist einer, an dem die Welt den nächsten Schritt macht und ich mich frage, wie ich jemals den Anschluss finden soll.

#### Hast du dich schon mal im Schatten verloren? <sup>1</sup>



<sup>1</sup> Das HX von Herbert Pietschmann (oder Wertequadrat von Schulz von Thun) ist ein Werkzeug, das das eigene Verhalten herausfordert und durch drei Entwicklungsschritte dazu führt, das Verhaltens-Portfolio zu erweitern.



## Der Mythos: Wir alle können Wandel gleich gut

### Jede:r hat seine ganz persönlichen Hürden

Stell dir vor, du hast eine richtig coole neue App entdeckt, und du willst, dass deine Freunde sie auch nutzen. Aber nicht jeder ist sofort dabei, oder? Einige deiner Freunde springen gleich auf den Zug auf, weil sie immer das Neueste ausprobieren mögen, während andere zögern oder sogar skeptisch sind, bis sie sehen, wie viele andere es benutzen.

Das ist im Grunde, was Everett Rogers mit seiner Diffusionstheorie meint: Es geht darum, wie neue Ideen und Technologien sich durch verschiedene Gruppen von Menschen verbreiten.



Die entscheidende Frage ist doch: Wie kriegen wir alle an Bord der Zukunft? Was fokussiert die eiligen Technik-Nerds und was überzeugt die zögernden Skeptiker?

### Die Fakten sind eindeutig

Aus der Diffusionstheorie<sup>2</sup> wissen wir, dass Menschen unterschiedlich auf Neues reagieren und verschiedene Knackpunkte haben, wann sie sich einem Wandel anschließen.

Ganz vorne sind die „Kreierer“ oder "Erneuerer", die Neues lieben und Risiken eingehen. Sie sind aber nur 2 von 100. Dann kommen die „Transformierer“ oder "Verwandler", die auch ziemlich schnell sind, aber schon etwas vorsichtiger. Sie sind immerhin 13 von 100. Diese beiden Gruppen agieren und experimentieren, ohne Beweise zu haben, dass das Neue besser als das Alte ist oder einen konkreten Nutzen hat. Sie wollen wissen, was es kann.

Die „Innovierer“ (oder "Veränderer") und „Optimierer“ (oder "Verbesserer") zögern länger und wollen erst sicher sein, dass etwas funktioniert, bevor sie es ausprobieren. Aber sie sind die Mehrheit mit zusammen 70 von 100. Das Problem ist aber, dass es eine Lücke ("Gap") zwischen ihnen und den ersten beiden Gruppen gibt: Sie sprechen eine andere Sprache und haben einen völlig anderen Blick auf die Welt. Deshalb fällt es immens schwer, die positiven Erfahrungen, die die Kreierer und Transformierer machen, für die Innovierer und Optimierer zu nutzen. Denn deren Argumente sind keine, die für sie wesentlich sind.

Und schließlich gibt es die „Nachzügler“ oder "Bewahrer" (auch "Tradierer"), die erst mitmachen, wenn sie wirklich müssen (wiederum 13 von 100). Und schließlich die "Verweigerer" oder "Eliminierer", die 2 von 100 sind, und konsequent dagegen bleiben und sich dem Wandel entziehen.

Siehst du, nicht jeder geht gleich mit Wandel um – manche sind begeistert dabei, andere brauchen mehr Zeit und Beweise, dass die Sache sicher und wertvoll ist.

<sup>2</sup> Die Diffusionstheorie von Everett Rogers erklärt, wie sich Innovationen in verschiedenen Gruppen verbreiten, von den ersten Innovatoren bis zu den späteren Nachzüglern. Zum Beispiel hier schön erklärt: <https://blog.hubspot.de/marketing/diffusionstheorie> (April 2024)

## Die Unterschiede als Stärke nutzen

Das versteckte Problem ist, dass wir einfach erwarten, dass alle neue Ideen oder Technologien annehmen sollten. Aber die Realität ist anders. Menschen haben unterschiedliche Bedürfnisse, Überzeugungen und Erfahrungen, die beeinflussen, wie offen sie für Neues sind.

Die Diffusionstheorie hilft uns, ein Verständnis dafür zu entwickeln, und als Faktum anzuerkennen, dass verschiedene Strategien notwendig sind, um verschiedene Gruppen zu erreichen. Wir können nicht dasselbe Vorgehen für alle verwenden und erwarten, dass es funktioniert.

Stattdessen müssen wir unsere Ansätze anpassen:

- Kreierer und Transformierer können helfen, eine Idee anzukurbeln und voranzutreiben.
- Während bei Innovierern und Optimierern mehr Überzeugungsarbeit und Beweise erforderlich sind.
- Und für die Nachzügler? Nun, manchmal braucht es zusätzliche Anreize oder sogar ein bisschen Druck.



### Kurz gesagt:

Indem wir die Unterschiede in der Art und Weise anerkennen, wie Menschen auf Wandel reagieren, und unsere Strategien entsprechend anpassen, können wir die Verbreitung neuer Ideen effektiver gestalten und mehr Menschen erreichen. Das macht die Diffusionstheorie so wertvoll – sie gibt uns einen Fahrplan, wie man Veränderungen erfolgreich in einer vielfältigen Welt vorantreiben kann.

## Neugier schüren als Lösung: Wie dem Grau der Routine entkommen?

Tief verankert ist der Glaube, dass echte Arbeit ernst und grau sein muss. Spaß und Neugierde im Job? Klingt verdächtig nach Freizeit – und das kann ja nichts Ernsthaftes sein. An diesen und ähnlichen Glaubenssätzen kann nur langfristig gearbeitet werden.

Wir alle reden von Innovation, aber wenn's drauf ankommt, ducken wir uns hinter "das haben wir schon immer so gemacht". Aber ohne frische Ideen trocknen Unternehmen aus wie ein Flussbett in der Dürre. Talente wandern ab, zu Orten, wo ihre Neugier nicht nur erlaubt, sondern erwartet wird. Was bleibt, sind die Fossilien vergangener Erfolge.

Hier sitzen wir nun, festgezurt in den Bürosesseln der Gewohnheit. Die Welt da draußen rennt einem Technologie-Marathon, während wir noch die Schuhbänder unserer Diskettenlaufwerke binden. Warum? Weil der Akku unserer Innovationskraft immer wieder aufgeladen werden muss!

Was können wir tun? Sofort-Tipps: Geh es spielerisch an!

### 'Was-wäre-wenn'-Mittwoch

Mittwochs keine Tagesordnung, nur wilde, ungezügeltere Spekulationen über alles, was möglich wäre.

### Lern-Lunches

Einmal die Woche tauschen wir unser Mittagessen gegen neue Horizonte: Jede:r bringt frische Inspirationsquellen mit – Ted Talks, Podcasts, Artikel. Diskutiert, was ihr daraus lernen könnt.

### Innovationszeit einplanen

Bekannt durch Google, können Mitarbeiter einen Teil ihrer Arbeitszeit (z.B. 20%) für eigene Projekte verwenden, die nicht unmittelbar mit den Zielen zusammenhängen.

## Performance Challenge: Allen einen guten Grund geben

Die Prinzipien der Diffusionstheorie praktisch umsetzen und die Neugierde innerhalb eines Teams stärken, ist eine umfangreiche Aufgabe. Jeder Schritt muss darauf ausgelegt werden, unterschiedliche Erfahrung mit der eigenen Neugierde zu machen und sicherstellen, dass alle Vorlieben – von den Kreierern bis zu den Tradierern – die Möglichkeit haben, sich zu beteiligen.

Und genau hier setzt unsere 12-Schritte-Performance-Challenge an: Gemeinsam unternehmen wir eine Entdeckungsreise durch zwölf verschiedene Optionen, wie die Lösung integriert werden kann.

Als Appetizer findest du hier zwei Schritte als Beispiel:

### Schritt 1: Verrückte-Welt-Party werfen

**Ziel:** Sichtbarkeit und Akzeptanz der Kreierer fördern

**Warum:** Um das Interesse und die Begeisterung für neue Ideen zu wecken

**Aufgabe:** Ladet die mutigsten Seelen in eurer Organisation zu einer Party ein. Lass die Ideen erzählen, die am weitesten weg sind von der Realität. Zum Beispiel könnten die Entwickler ihre schrägste App-Idee vorstellen. Wer einen verrückten Hut trägt, bekommt einen Bonuspunkt für die Kantine!

**Kritischer Erfolgsfaktor:** Die Kreierer müssen frei erzählen können, warum sie selbst von ihrer Idee fasziniert sind. Frage nicht, ob es realistisch ist oder nicht.

### Schritt 8: Neugierde-Budget

**Ziel:** Experimentierfreudigkeit unterstützen

**Warum:** Um individuelles Engagement nach den ganz individuellen Vorlieben zu fördern

**Aufgabe:** Jeder Mitarbeiter erhält ein kleines Budget, um in etwas Neues zu investieren – ob Bücher, Kurse oder Gadgets, Hauptsache neu und spannend!

**Kritischer Erfolgsfaktor:** Einfache und transparente Verfahren zur Beantragung und Verwendung der Mittel. Lebendige Verrückte-Welt-Parties, Innovierer-Kaffeeklatsche oder Communities of Practice, in denen die Mittel aktiv geteilt werden.

## Auf die Plätze, fertig: Los!

Beginne deine Jagd nach der Produktivität jetzt und hier

Starte deine ganz persönliche Neugier-Challenge im Do-It-Yourself-Modus.

Frage gerne bei uns nach und fordere die Unterlagen dazu an:

<https://www.mayermayer.at/top-ten-platz6>

Ja, aber ... reden wir über deine Zweifel

Wenn du jetzt Sorge hast, dass dann nur mehr Blödsinn gemacht wird, wenn mehr Kreativität in die Prozesse Einzug hält, dann lass uns darüber reden. Zum Beispiel werden uns zu diesem Thema häufig folgende Fragen gestellt:

**F. Werden wir durch zu viel Neugier nicht von unserer eigentlichen Arbeit abgelenkt und verlieren den Fokus auf das, was wirklich zählt?**

A. Das Einbeziehen von Neuerungen steigert die Wettbewerbsfähigkeit, und es schafft auch neue Möglichkeiten für Wachstum und Verbesserung, die letztendlich allen Beteiligten zugutekommen. Wandel braucht das richtige Tempo, dann bringt er mehr als er verursacht.

**F. Gibt es überhaupt einen echten Mehrwert durch ständige Neuerungen, oder reicht es nicht, einfach unsere bestehenden Aufgaben gut zu erledigen?**

A. Diese Möglichkeit gab es in den letzten Jahrzehnten. Aber die Welt verändert sich und damit auch die Ansprüche der Kund:innen. Es gibt keine Branche, die noch so funktioniert, wie vor 10 Jahren ... und wir gehen davon aus, dass das in den nächsten 5-10 Jahren auch so bleiben wird.

Die gute Nachricht ist: Wir haben über Jahrtausende gelernt, uns an Veränderungen anzupassen – wir müssen dem Wandel nur das Drama nehmen.

In einem ganz konkreten Joker:in-Gespräch findest du heraus, welche Optionen dein Arbeitsalltag möglich macht: [www.mayermayer.at/die-jokerin](http://www.mayermayer.at/die-jokerin)

## Top-Job Förderung trägt 70% der Kosten

Damit du die Neugierde für deine Produktivität einspannst, gibt es die Top Job Förderung der SFG für steirische Unternehmen. Schauen wir uns gemeinsam an, wie du deine Community of Curiosity erweitern kannst ...

Erfahre mehr, wie du mit unserer Begleitung entscheidende Challenges in Angriff nehmen kannst:

[Mehr zur Top Job Förderung](#)

