

## DEM KREATIVITÄT SVAMPIR KONKURRENZDENKEN ABSCHWÖREN

Annette Blumenschein, Ingrid Ute Ehlers am 08. August 2016 um 07:00 Uhr

Kreativität svampire sind die Störfaktoren und Ideenkiller, die „kreative Energie“ absaugen. In dieser Ausgabe lernen Sie den Kreativität svampir „Konkurrenzdenken“ kennen.



Bild: © wenchiaawang - Fotolia.com

*„Kreativität svampir“ ist der Sammelbegriff für kreativitätshemmende Faktoren, die so manches schwungvolle Vorhaben zum Scheitern bringen. Dabei sind Kreativität svampire im Sinne von Ideenkillern allerdings nicht gleichzusetzen mit Personen, die sich negativ auf Kreativität auswirken, sondern es handelt sich um einflussnehmende Größen, die sich im eigenen Verhalten manifestieren.*

### PROFIL DES KREATIVITÄT SVAMPIRS KONKURRENZDENKEN

Auf den ersten Blick erscheint Konkurrenzdenken als eine gut nachvollziehbare und weitverbreitete Haltung, die darauf abzielt, die eigenen Interessen zu wahren. Die Unternehmenswelt ist grundlegend geprägt von Wettbewerbs- und Konkurrenzdenken. Erfolgreich ist nur der, der einen Wissensvorsprung vor anderen hat, der besser oder und günstiger ist – und heutzutage auch vor allem schneller.

Wissen und Ressourcenbesitz sind somit kostbar und die Wirtschaftswissenschaften suggerieren, man solle seinen Vorteil nutzen, am besten also nicht im Wettbewerb zu viel Preis geben. Denn schließlich könnte dieses Wissen von anderen ausgenutzt und man selbst übervorteilt werden. Insgesamt wird Konkurrenzdenken also in der postmodernen Gesellschaft mit globalem Wettbewerb und immer schnelllebigeren Produktentwicklungszyklen zum überlebensnotwendigen Erfolgsprinzip erhoben.

Genauso findet sich Konkurrenzdenken auch innerhalb von Organisationen, bei denen die einzelnen Abteilungen/Bereiche dann miteinander konkurrieren. Auch dies wird dann als positiv ausgelegt im Sinne von „Konkurrenz belebt das Geschäft und mehrt den Unternehmenserfolg insgesamt“. Dies trifft auch zu, zumindest solange der Wettbewerb sportlich bleibt. Doch dabei darf man nicht aus dem Blick verlieren, dass Konkurrenzdruck nicht nur von außen geschürt wird, sondern dass er dann auch im eigenen Kopf entstehen kann und die Wahrnehmung des eigenen Lebens verändern kann.

Man achtet nicht nur auf die „externe Konkurrenz“, also die Mitbewerber in der jeweiligen Branchen, sondern auch die Personen im direkten Unternehmensumfeld und sogar im gleichen Büro. Dies führt dazu,

- dass man die anderen Personen in der Abteilung misstrauisch beobachtet.
- dass man vergleicht, wer wo im internen „Ranking“ steht.
- dass man sich freut, wenn einem anderen ein Vorhaben misslingt.

Die Folge sind Neid und Missgunst, im schlimmsten Fall macht Konkurrenzdenken im Job einsam. Denn wer sich permanent vergleicht, verliert den Fokus auf seine eigenen Stärken und seinen Selbstwert, man schwächt sich damit und entmutigt sich, indem man sich immer mehr unter Druck setzt und inneren Stress erzeugt. Insofern kann der Kreativitätsvampir Konkurrenzdenken erheblichen Schaden anrichten, daher sind Schutzmaßnahmen erforderlich.

## **Präventivmaßnahmen**

Überprüfen Sie Ihre Einstellung zum Phänomen Konkurrenz. Sind auch Sie schon einmal der Gedankenfalle unterlegen „Ohne Konkurrenz geht es nicht?“ Ähnlich wie Stress wird Konkurrenz dann als Antriebsmoment definiert, mit dem man die letzten Kraftreserven aus sich selbst (und anderen) noch heraus peitschen kann.

Umgekehrt lohnt es sich, die Frage zu stellen, ob es sich in bestimmten Konstellationen überhaupt um Konkurrenz handelt. Möglichweise besteht der Konkurrenzzusammenhang nur in der eigenen Gedankenwelt, und man kann die Situation mit Mut und Experimentierfreudigkeit in eine Kooperation verwandeln.

Stoppen Sie das ständige Vergleichen mit anderen. Denn dies kostet Energie und Lebensfreude. Konzentrieren Sie sich auf Ihre eigenen Stärken, Leistungen und Erfolge. Speisen Sie Ihre Zufriedenheit nicht nur aus dem Lob von außen und der Anerkennung durch andere, sondern genauso mit der Anerkennung, die Sie sich selbst aussprechen.

Wenn Sie dennoch vergleichen, dann achten Sie darauf, dass Sie nicht „Äpfel mit Birnen vergleichen“, beispielsweise nicht die eigenen Leistungen im Gebiet Fluidforschung vergleichen mit den Leistungen einer anderen Person, die einige Jahre mehr Erfahrung hat.

Nutzen Sie Prinzipien, die das menschliche Miteinander schon immer und immer noch auf

ganz natürliche Weise prägen: Kooperation und Kollaboration. Moderne Organisationsformen verflachen Hierarchien, bauen Begrenzungen auch zwischen Bereichen und Abteilungen und sogar entlang einer Wertschöpfungskette zunehmend ab, Open Innovation und Co-Creation sind Management-Ansätze, die eine kooperierende, partnerschaftliche Verhaltensweise auf Augenhöhe kultivieren. Wissen ist schließlich eine kostbare Ressource, die dadurch wächst, dass man sie miteinander teilt.

Beschäftigen Sie sich mit dem Ansatz der vier C-Strategie, die durch die Communication, Collaboration, Critical Thinking und Creativity einen Weg jenseits des permanenten Konkurrenzdenkens weist.

Engagieren Sie sich innerhalb von Opensource Communities, denn hier hat sich ein positives, konkurrenzarmes Klima entwickelt. Obwohl die Mitglieder zumeist den gleichen Beruf ausüben, gibt es einen lebhaften Austausch, bei dem ohne Rücksicht auf mögliche Wettbewerbsnachteile eigene Lösungen vorgestellt und fremde Ideen kommentiert werden.

Kultivieren Sie einen elastischen Umgang mit Niederlagen, das heißt relativieren Sie die Prämisse, IMMER gewinnen zu müssen. Auch ein nicht erfolgreich abgeschlossener Vorgang bietet neue Erkenntnisse. Ein Misserfolg bedeutet nicht, dass man versagt hat, sondern dass man mit dem, was und wie man etwas getan hat, noch keinen Erfolg hatte. Es kommt darauf an, dass man etwas gelernt hat und dass man den Mut aufgebracht hatte, etwas zu unternehmen.

Implementieren Sie im Rahmen von Strategiemeetings und Innovations-Sessions entsprechende Kommunikationsregeln zur produktiven und konstruktiven Zusammenarbeit. Diese Regeln schaffen Raum für ein Miteinander, für das Aufgreifen und Teilen der Gedanken und Lösungsansätze.

Speziell im Rahmen der Ideengenerierung ist dringend darauf zu achten, dass in einer kritikfreien Zone – ohne jeglichen Wettbewerb - neue Lösungen entstehen können. Es ist die vordringliche Aufgabe des Moderators, dieses kreative Klima ohne Konkurrenzdenken zu schaffen.

## BUCHTIPP



Noch mehr über Kreativitätsvampire können Sie nachlesen im Fachbuch „**Ideen managen - eine verlässliche Navigation im kreativen Problemlösungsprozess**“ von Annette Blumenschein und Ingrid Ute Ehlers, erschienen im Springer Gabler Verlag Wiesbaden 2016.

## ÜBER DIE AUTORINNEN



**Annette Blumenschein** ist als Management-Beraterin und Trainerin für Kreativ-Kompetenz, Innovation und Führung deutschlandweit tätig. Als Moderatorin ist sie auch aktiv tätig für das Netzwerk „Querdenker International“.



**Ingrid Ute Ehlers** ist Management-Beraterin mit internationaler Projekterfahrung. Als Trainerin und Moderatorin ist sie tätig in der Vermittlung von Kreativ-Kompetenz, im Projektmanagement und in Veränderungsprozessen.