

Kishor Sridhar

# **Hätte, würde, könnte, machen!**

**Welche Hürden Sie überwinden müssen,  
um Ihre Ideen garantiert umzusetzen**

**REDLINE | VERLAG**

© des Titels »Hätte, würde, können, machen« (978-3-86881-649-5)  
2016 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München  
Nähere Informationen unter <http://www.redline-verlag.de>

# Das Ziel dieses Buchs

Dies ist kein Motivationsbuch, denn motiviert sind Sie schon. Sie haben eine Idee, ein Vorhaben, das Sie gerne umsetzen möchten, einen Traum, den Sie verwirklichen möchten, und dazu gratuliere ich Ihnen ganz herzlich! Sie unterscheiden sich dadurch bereits von einem Großteil Ihrer Mitmenschen, die zwar eine wundervolle Idee haben, aber oft nicht einmal zum ersten Schritt der Umsetzung kommen.

Wer eine Idee erfolgreich umsetzen will, bricht auf zu neuen Ufern – und auf dieser Reise braucht man hin und wieder einen Ratgeber für alle Lebenslagen. *Hätte, könnte, würde, machen!* ist Ihr Ratgeber auf dieser Abenteuerreise zum Erfolg, egal ob Sie im Team unterwegs sind oder alleine die Segel setzen. Es kann dabei durchaus mal stürmisch zugehen und Sie laufen Gefahr, die Orientierung und damit Ihr Ziel aus den Augen zu verlieren oder in einer überraschend aufziehenden Nebelbank auf ein Riff aufzulaufen. In diesen Momenten ist dieses Buch besonders wertvoll. Es hält für die verschiedensten kniffligen Situationen klare Tipps aus der Verhaltenspsychologie und Praxis bereit, die Sie sofort anwenden können, um wieder auf Kurs zu kommen, volle Fahrt aufzunehmen und Ihre Ideen zu verwirklichen.

Zweifellos brennen Sie für Ihre Idee und wollen sofort loslegen! Deswegen ist dieses Buch so konzipiert, dass Sie es entweder in einem Schwung durchlesen oder sich die Rosinen herauspicken können, die Sie in Ihrer aktuellen Situation brauchen. Wählen Sie den Weg durch diese Seiten, der am besten zu Ihnen passt. Es wird Ihr persönlicher Pfad sein, genauso wie es Ihre persönliche Idee ist, die Sie umsetzen wollen. Das Ziel dieses Buchs ist, dass Sie Ihr Ziel erreichen.

Viel Spaß und vor allem viel Erfolg!

Ihr

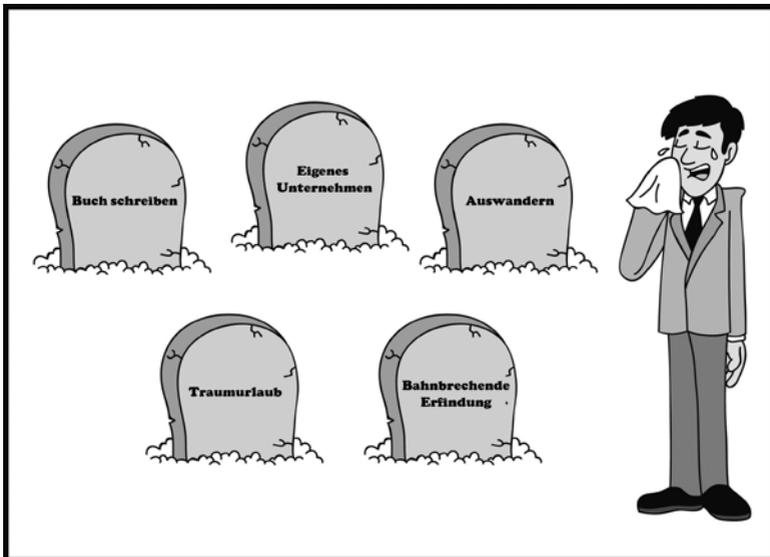
Kishor Sridhar

© des Titels »Hätte, würde, können, machen« (978-3-86881-649-5)  
2016 by Redline Verlag, Münchner Verlagsgruppe GmbH, München  
Nähere Informationen unter <http://www.redline-verlag.de>

# 1. Die Idee

## Wo die meisten Ideen landen

Es gibt so viele große Ideen, so tolle Pläne. Doch viel zu viele Menschen starten erst gar nicht mit der Umsetzung, und selbst wenn sie mal loslegen, begegnen ihnen schnell die ersten Hürden, oder sie werden von den Tücken des Alltags eingeholt. Viel zu früh landet die wundervolle Idee dort, wo die meisten landen: auf dem Friedhof der guten Ideen.



Schade drum! Denn eine Idee ist mehr als ein profaner, unbedeutender Einfall. Es steckt soviel mehr darin. Eine Idee ist die Heimat von Träumen und Sehnsüchten, sie kann der Ausgangspunkt für et-

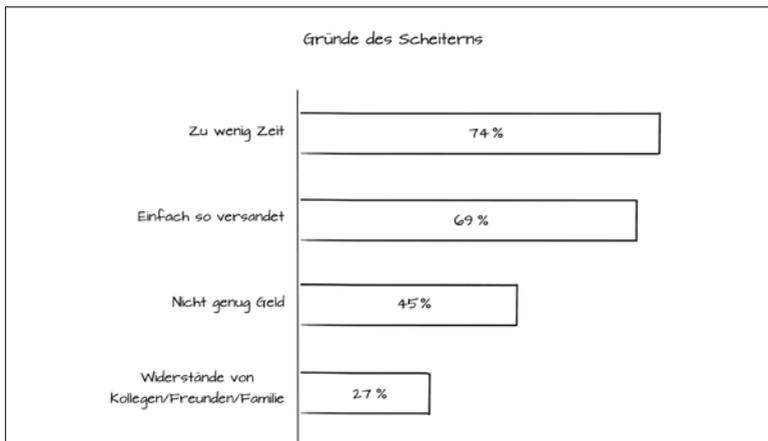
was ganz Großes sein. Sie kann Ihr Leben – und vielleicht sogar das Leben vieler anderer Menschen – positiv verändern. Deswegen wäre es bedauerlich, wenn Ihre gute Idee, die so viel Positives bewirken könnte, auf dem Friedhof der guten Ideen endete.

Um das zu verhindern, schauen wir uns als Erstes an, wieso selbst die besten Ideen scheitern. Nur so können wir den größten Umsetzungskillern rechtzeitig aus dem Weg gehen oder sie, besser noch, beseitigen.

*Der Friedhof der guten Ideen ist bereits überfüllt.  
Ihre Idee ist mehr wert, als dort zu landen.*

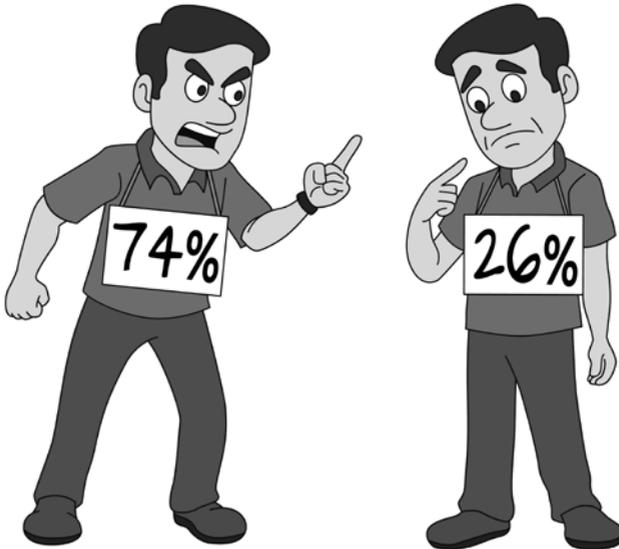
## Warum gute Ideen scheitern

In einer Online-Umfrage unter 1.200 Personen in Deutschland im Jahr 2015 untersuchten wir im Rahmen einer selbstdurchgeführten Grundlagenstudie, wieso Menschen ihre Ideen nicht verwirklichten beziehungsweise nicht verwirklichen konnten. Hier die vier am häufigsten genannten Gründe:



Werfen wir einen prüfenden Blick auf die Ergebnisse: Zugegeben, mangelnde Ressourcen wie Geld oder Zeit können durchaus ernst zu nehmende Hindernisse sein – aber noch lange kein Grund, Ihr Vorhaben frustriert zu begraben (mehr dazu im Kapitel Ressourcenmangel). Überraschend und zugleich irritierend ist die vierthäufigste Nennung: Wer aufgrund von Widerständen seitens der Kollegen, der Freunde oder der Familie seine Idee und damit seinen großen Traum begräbt, sollte womöglich sein Verhältnis zu seinen Vertrauenspersonen kritisch hinterfragen. Noch schlimmer ist in meinen Augen aber die Begründung, dass die Idee »einfach so versandet« sei. Wenn das nicht traurig ist! Ein wundervoller Plan, ein Traum, in den man so viel Hoffnung und Herzblut gesteckt hat, ist *einfach so* auf der Strecke geblieben? Das Tragische ist, dass es nicht wenige Menschen gibt, deren Biografien genau daraus bestehen: aus einer Aneinanderreihung versandeter Ideen und nie umgesetzter großer Pläne.

Doch wer trägt die Verantwortung für das Scheitern der Ideen? Um eine Antwort auf diese Frage zu finden, suchten wir in derselben Online-Studie rund 500 Personen, die bereits mit einer hervorragenden Idee gescheitert waren. Es war gar nicht so einfach, diese Leute aufzuspüren! Nicht weil es kaum Menschen gibt, die schon einmal mit einem Projekt so richtig baden gegangen sind, sondern weil es schlichtweg nur wenige offen zugeben. Letzlich fanden wir diese Personen aber doch und wollten wissen: »Ihrer Einschätzung nach, wer trägt die Hauptverantwortung für das Scheitern Ihres Plans?« Hier das spannende Ergebnis: 26 Prozent sahen die Verantwortung für das Scheitern bei sich selbst, 74 Prozent sahen die Schuld bei anderen oder bei äußeren Umständen.



74% machen andere für das Scheitern ihrer Idee verantwortlich.

Wir hakteten nach und fragten dieselben Personen, ob sie an irgendeinem Punkt hätten einschreiten und damit das Scheitern verhindern können. Das bejahten satte 67 Prozent! Aber wieso haben sie nichts unternommen? Die Gründe hierfür sind simpel:

1. Weil wir uns zu oft auf andere verlassen.
2. Weil wir manchmal einfach zu träge sind.
3. Weil wir gerne das Prinzip Hoffnung regieren lassen (»Da wird schon nichts schiefgehen«).

Mein dringender Appell an Sie: Verbauen Sie sich nicht durch diese drei Kardinalsfehler Ihren Traum!

*Sie allein tragen die Verantwortung für das Gelingen oder das Scheitern Ihres Traums!*

## Wieso Ideen unser Jungbrunnen sind

Unser Verhältnis zu Ideen ändert sich, je älter wir werden. Kinder haben eine spontane Eingebung und machen einfach. Aus Erwachsenensicht mag es nicht unbedingt sinnvoll erscheinen, aber aus Kindersicht ist Klebstoff in die Haare schmieren oder die Wände mit Wasserfarbe verschönern in dem Moment die absolut beste Idee der Welt. Kinder denken spontan und handeln noch spontaner.

Diese Spontaneität geht uns mit zunehmendem Alter leider immer mehr verloren. Als Teenager und junge Erwachsene stecken wir in der Sturm-und-Drang-Phase. Wir wollen die Welt erobern und schmieden die abenteuerlichsten Pläne. Manches davon klappt hervorragend, aber oftmals scheitern wir krachend. Dummerweise merkt sich unser Gehirn eher das Scheitern als das Gewinnen – und so werden wir mit zunehmendem Alter immer vorsichtiger. Im Rückblick sehen wir durchaus unsere Erfolgsmomente, aber die schmerzhaften Niederlagen überdecken vieles. So kommt es, dass die Skepsis zunehmend überwiegt, was die Erfolgsaussichten von Plänen und Ideen angeht. Wir bauen vermehrt auf Sicherheit und setzen immer seltener und zögerlicher Ideen um, weil wir damit ja »mal wieder« scheitern könnten. Dadurch kommen wir aus der Übung, Neues zu denken und zu entwickeln, geschweige denn in die Tat umzusetzen. Schade, oder?

Douglas Adams, hat in seinem Buch *Lachs im Zweifel – Per Anhalter durch die Galaxis* folgende Kategorisierung für die Akzeptanz neuer Technologien – die im Grunde nichts Anderes als neue Ideen sind – aufgestellt:

1. Alles, was es schon gibt, wenn du auf die Welt kommst, ist normal und üblich und gehört zum selbstverständlichen Funktionieren der Welt dazu.
2. Alles, was zwischen deinem 15. und 35. Lebensjahr erfunden wird, ist neu, aufregend und revolutionär und kann dir vielleicht zu einer beruflichen Laufbahn verhelfen.

3. Alles, was nach deinem 35. Lebensjahr erfunden wird, richtet sich gegen die natürliche Ordnung der Dinge.\*

Ordnen Sie sich und Ihre Mitmenschen mal vom Alter her ein und reflektieren Sie dann Ihre und deren Reaktion auf neue Ideen.

Wenn ich dieses Zitat lese, wird mir bange, wenn ich an die steigende Lebenserwartung von uns Menschen denke. Im schlimmsten Fall wird unsere Gesellschaft mental immer verkorkster. Einzige Abhilfe: Wir schieben die Altersbarriere, ab der wir nichts Neues mehr annehmen können oder wollen, aktiv ganz deutlich nach oben. Nehmen wir uns die mittlere Gruppe aus Adams' Kategorisierung zum Vorbild!

Menschen, die ständig neue Ideen haben und diese mal mehr, mal weniger erfolgreich umsetzen, werden oft als unverbesserliche Kindsköpfe angesehen. Dabei sind sie einfach jung geblieben. Einer, der diesen Jungbrunnen Zeit seines Lebens ausgeschöpft hat, ist Heinz Hankammer. Er machte sich bereits früh selbstständig, jedoch nur mit mäßigem Erfolg. Erst vertrieb er PEZ-Pfefferminzbonbons an Automaten, ab Anfang der 1960er Jahre dann das »Ersatzrad in der Dose« – eine Lizenz aus den USA. Das flüssige Gummi aus der Spraydose spritzte man auf einen platten Autoreifen, um es so noch bis zur nächsten Werkstatt zu schaffen. An sich ein gutes Produkt, nur flog seinen Kunden die Sache im wahrsten Sinne des Wortes um die Ohren. Denn in einem warmen Sommer explodierten rund 36.000 Dosen in den Autos der Kunden und die klebrige, schwarze Gummimasse verteilte sich im ganzen Innenraum.

Für den Schaden musste Heinz Hankammer persönlich haften und er stand vor einem Schuldenberg von einer Millionen D-Mark. Obendrein wurde er wegen Betrugs auf Bewährung verurteilt. Spätestens jetzt hätten die meisten aufgegeben und sich einfach eine

\* Douglas Adams, Lachs im Zweifel – Per Anhalter durch die Galaxis, Heyne Verlag 2003, S. 134

Feststellung gesucht. Nicht aber Hankammer. In einem Labor sah er zufällig einen Filter, mit dem Wasser demineralisiert wurde. Dieses Verfahren war deutlich günstiger, als destilliertes Wasser zu kaufen, was man damals regelmäßig zum Nachfüllen der Autobatterien benötigte. Also entwickelte Heinz Hankammer seine eigenen Filter und gründete 1966 ein neues Unternehmen, benannt nach seiner Tochter.

Daraus wurde eine sagenhafte Erfolgsgeschichte und Hankammer im Umkreis von Wiesbaden und Taunus bekannt wie ein bunter Hund. Bis ins hohe Alter ist der mehrfache Millionär, Mäzen und Förderer des Fußballvereins SV Wehen Wiesbaden quirlich, innovativ und geistig jung geblieben. Es war nicht sein erster Versuch, mit dem er durchstartete: Hankammer war fast 40 Jahre alt, als er seine bahnbrechende Idee hatte.

*Ideen sind der beste Jungbrunnen!*

Geistig jung bleiben kann so einfach sein. Wir müssen nur unsere Begeisterungsfähigkeit für neue Ideen wiederentdecken. Schon Platon hat vor rund 2000 Jahren angemerkt, dass die ältere Generation immer über den Verfall der Jugend gemeckert hat. Dennoch hat jede Generation Fortschritte erzielt. Falls Sie darüber grübeln, ob Sie womöglich zu viele Ideen haben und ob Sie sie überhaupt umsetzen sollen, dann kann ich Ihnen nur enthusiastisch zurufen: Ja, unbedingt, denn das hält jung und fit! Da kommt keine Beautyfarm und kein Yoga-Marathon mit.

## 2. Die innere Einstellung

### Die Legende von der Motivation

»Du musst groß denken, dann wirst du alles erreichen, was du willst!« Dieser und ähnliche Sprüche von Motivationstrainern sind zwar toll, um uns so richtig zu begeistern, und sie sorgen oftmals dafür, dass wir sofort jubelnd loslaufen. Mit Vollgas. Hochmotiviert. Doch schon beim ersten Rückschlag geht uns die Puste aus und Selbstzweifel machen sich breit. Daher rennen wir nach wenigen Monaten wieder zum Motivationstrainer für den nächsten Schuss kurzlebigen Glücksgefühl. Falls der Motivationsguru gerade keine Show in der Stadt anbietet – kein Problem! Es gibt glücklicherweise genügend Bücher, DVDs und Onlinekurse, die dieser in seiner unendlichen Weisheit und Güte produziert hat und verkauft. So kriegen wir zwar unsere regelmäßige Dosis Motivation, kommen aber trotzdem irgendwie nicht vom Fleck.

*Wer erfolgreich sein will, braucht keine Sprint-,  
sondern Marathonqualitäten!*

Die nüchterne Wahrheit ist, dass Sie definitiv Rückschläge erleiden werden. Und dennoch marschieren wir voller Begeisterung los in dem festen Glauben, dass uns nicht passieren kann. Und wenn uns dann doch etwas passiert, sind wir todunglücklich und geben bitter enttäuscht auf. Menschen, die die innere Einstellung haben, dass sie sich höchstwahrscheinlich eine blutige Nase holen werden, sind unter dem Strich erfolgreicher.

Denken Sie immer daran: Sie allein tragen die Verantwortung für das Gelingen oder Scheitern Ihrer Idee. Dementsprechend sind Sie auch für Ihre innere Einstellung zuständig.

*Seien Sie nicht blauäugig!  
Planen Sie nicht nur ein blaues Auge,  
sondern gleich mehrere ein!*

Am Anfang Ihrer Idee werden Sie vielleicht bereits das eine oder andere Mal zweifeln, weil Ihnen plötzlich Ihre Erfolgchancen äußerst gering erscheinen. Jemand anders kann das bestimmt besser. Vielleicht braucht die Idee kein Mensch, oder Sie sind einfach doch ungeeignet. Der Zweifel ist ein lästiger Kobold. Plötzlich, wenn man ihn am wenigsten erwartet klopft er an Ihre Tür. Sie haben alles durchgeplant, Sie wissen, dass es klappen müsste und plötzlich hämmert er an der Tür und will rein. Und dieser Zweifel wird eifrig genährt durch Hindernisse, Rückschläge und natürlich auch durch andere Personen, die nicht müde sind, Ihnen besserwisserisch zu erklären, wieso das sowieso alles nicht funktionieren kann. Und so wächst dieser Zweifel, bis er einen komplett lähmt. Und man die Niederlagen geradezu innerlich herbeisehnt, weil Sie den Zweifel bestätigen.

In einer Kneipe im Ruhrgebiet traf ich auf einer meiner Reisen einen Mann an der Bar, dem man seinen Lebensfrust nicht nur ansah, sondern aufgrund seiner Alkoholfahne schon von Weitem riechen konnte. Mit schwerer Zunge erklärte er mir, dass er Kopierer verkaufe und diesen Beruf hasse. Also fragte ich ihn, was sein Traum sei.

»*War!* Nicht ist!« betonte er. »Was mein Traum *war!* Mein Traum war es, ein Steakrestaurant zu betreiben.«

»Wieso haben Sie es dann nicht gemacht?«, hakte ich nach.

»Weil mir nie einer eine Chance gegeben hat«, war seine selbstmitleidige Antwort.

Na, mit der inneren Einstellung konnte das ja nichts werden. Wem keine Chance gegeben wird, der muss sich eben seine Chance holen!

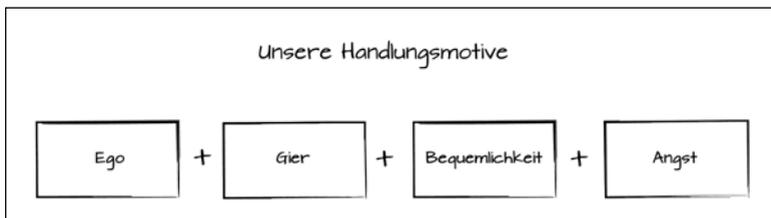
Wir müssen uns unsere Chancen erkämpfen. Ich nehme hierfür gerne das Beispiel des Jagdglücks. Ist ein Jäger, der ein großes Stück Wild erlegt hat, wirklich ein Glückspilz? Hat ihm die Natur eine Chance geschenkt? Auf den ersten Blick scheint es so. Aber er hat sich viele Fähigkeiten mühsam angeeignet. Er kennt sich im Wald aus. Er studierte die Fluchtbewegungen des Wilds. Perfekionierte über lange Zeit seine Schießfertigkeiten – die vielen Fehlschüsse der letzten Jahre lässt er lieber unerwähnt. Geduldig harrete er stundenlang bei frostigen Temperaturen auf dem Hochsitz aus. Dann endlich spielte ihm ein klein wenig das Glück in die Hände und er spürte einen großen Hirsch auf, den er mit einem gezielten Schuss zur Strecke brachte. Erfolgreich war er aber wegen seiner Fähigkeiten, nicht wegen seines Jagdglücks. Denn ich, der Nicht-Jäger, hätte weder die notwendige Geduld noch Ausdauer oder Witterungsfestigkeit gehabt und selbst wenn ich geschossen hätte, hätte ich wahrscheinlich die Baumkrone getroffen und wäre vom Rückstoß der Flinte hintenüber vom Hochsitz gestürzt.

Worauf ich hinaus will ist: Wenn manchmal an Ihnen die Zweifel nageln und Sie das Gefühl haben, dass man ihnen keine Chance gibt, denken Sie daran: Die Chancen können Sie sich holen und mit jedem Fehlschuss werden Sie besser und steigern damit Ihre Chancen, irgendwann erfolgreich zu sein.

## Die vier Handlungsmotive

Motivation selbst ist keine Legende, kein Mythos, sondern nur das, was daraus gemacht wird. Motivation ist weitaus komplexer. All unser Handeln besteht aus vier Motiven, von denen je nach Situation zwei besonders stark ausgeprägt sind. Bevor Sie mit der Umsetzung Ihrer Idee starten, ist es wichtig, dass Sie sich diese Motive genauer anschauen. Warum? Weil es verdeckte Motive gibt. Wenn Sie diese nicht kennen und rechtzeitig identifizieren, könnte Ihre Umsetzung ins Stocken geraten oder gar zum Stillstand kommen. Dann lassen Sie alles schleifen oder schieben »zu wenig Zeit«, »zu wenig Geld« oder sonstige Gründe vor, warum Sie Ihr Vorhaben nicht umsetzen. Dabei liegt das Scheitern an einem verdeckten Motiv.

Diese vier Motive nutze ich in vielen meiner Arbeiten, von der Kundengewinnung, über Teambuilding und Mitarbeitermotivation. Wenn Sie also diesem Thema in einem meiner anderen Bücher begegnet sind, bitte ich dies zu entschuldigen. Es ist entscheidend dieses Prinzip der vier Kernmotive auch auf unser tägliches Handeln zu übertragen:



Beim **Ego** handelt es sich um unser Selbstwertgefühl. Wieso wir neue Ideen haben, ist schwer zu erklären, wieso wir diese aber umsetzen wollen, ist umso einfacher. Vielleicht wollen wir uns etwas beweisen, oder wir sehnen uns nach Anerkennung. Vielleicht wollen wir es auch anderen zeigen, die an uns gezweifelt haben. Es kann auch sein, dass wir einfach nach Ruhm und Ehre streben. Es gilt vielleicht nicht als schicklich dies zuzugeben, aber wenn wir mal ehrlich sind

und unter unsere emotionale Motorhaube schauen, dann ist Ego ein sehr wichtiger Antrieb.

**Gier** ist ebenfalls eher negativ besetzt und wir beziehen es meist auf Geld. Das Gefühl der Gier ist aber mehr: Es ist dieses Gefühl etwas haben zu wollen. Man kann gierig nach Liebe oder Sex sein, genauso nach mehr Freizeit oder einen Firmenwagen. Manche sind gierig nach Gegenständen und werden Sammler. Wir können auch gierig nach allgemeiner Anerkennung sein. Und diese Anerkennung macht wiederum unser Ego glücklich. Und hier sehen wir bereits das Zusammenspiel von zwei Motiven, nämlich von Gier und Ego.

Wenn auch Gier und Ego sehr starke Motive sein können, dann können diese doch durch das dritte Motiv plötzlich gestoppt werden, der **Bequemlichkeit**. Wir streben nach etwas Großem und plötzlich lassen wir es doch wieder schleifen. Wir hatten vorhin die Motive zu wenig Zeit oder zu wenig Geld. Wie wir später noch sehen werden, steckt da meist das Motiv der Bequemlichkeit dahinter. Unser Antrieb kann noch so groß sein, aber dann flüstert uns unsere Bequemlichkeit zu, dass es vielleicht doch ein Fehler war, diesen Weg zu beschreiten. Was ja auch stimmt – jedenfalls aus Sicht der Bequemlichkeit. Nun kommt es darauf an, welches Motiv überwiegt. Wenn Sie also mal zweifeln, sollten Sie überlegen, wer da wirklich zweifelt. Sind Sie es oder der kleine faule Sack, der einem etwas einflüstert? Übrigens muss Bequemlichkeit gar nicht schlecht sein, sondern kann sogar sehr produktive Formen annehmen. Ich bin überzeugt, dass die größten Erfindungen aus Bequemlichkeit entstanden sind. Schauen Sie sich einfach mal in Ihrem Haushalt um. Sie werden unzählige Gegenstände entdecken, die aus diesem Grund entwickelt wurden, so zum Beispiel der Kaffeefilter. Um den Kaffeesatz zu vermeiden wurden zum Beispiel Anfang des 20. Jahrhunderts noch Stoffe genutzt, die dann mühsam gereinigt werden musste. Das war Melitta Bentz zu mühselig. Aus Bequemlichkeit stanzt sie ein paar Löcher in eine Blechdose und nutzte von da an immer diese Do-

se und das Löschpapier ihrer Kinder. So war der Melitta-Kaffeefilter geboren worden.

Auch **Angst** mag auf den ersten Blick etwas überspitzt klingen. Tatsächlich äußert sich Angst nicht immer so deutlich. Man muss nicht schwitzend und zitternd in der Ecke sitzen oder innere Panik schieben. Angst äußert sich oft in einer diffusen Unsicherheit. Und auch Angst kommt nicht alleine daher, sondern immer in Kombinationen mit mindestens einem anderen Motiv. Die Angst etwas zu verlieren (was ja die Umkehrung der Gier ist), die Angst sich zu blamieren (angekratztes Ego) oder die Angst etwas mehr arbeiten zu müssen (Bequemlichkeit). Die Angst ist oft das stärkste Motiv. Zumindest ist es aber ein Motiv, das uns bei der Umsetzung einer Idee bereits von Anfang an bis zum Ende immer wieder begegnen wird. Wir müssen die Angst nicht bekämpfen. Es reicht bereits, wenn wir sie erkennen und mit ihr umgehen können.

Nun sind zwar immer zwei der oben genannten Motive federführend, im Verlaufe eines Vorhabens ändert sich jedoch, welche Motive dominant sind. Der Klassiker ist, das zu Beginn eines Vorhabens die Hauptmotive unseres Handelns Ego oder Gier sind, weil wir uns vielleicht insgeheim mehr Geld und Anerkennung erhoffen. Dann kann es aber nach einiger Zeit kippen und es dominieren Bequemlichkeit und Angst, und in der Folge lassen wir unser Projekt versanden. Diese vier Motive werden uns im Laufe dieses Buchs immer wieder begegnen. Mein Tipp für Sie: Wann immer Sie etwas tun, oder auch nicht tun, horchen Sie in sich hinein. Welche Motive spielen gerade die größte Rolle und wieso? Vor allem fragen Sie sich, ob es sinnvoll ist, dass gerade diese Motive dominant sind und ob es nicht vielleicht besser wäre, in diesem Moment andere Motive zu stärken, da diese Sie voranbringen könnten. Wenn Sie zum Beispiel zögern und nach einem Hineinhorchen spüren, dass Sie eigentlich unsicher sind, ob dieser Weg erfolgreich ist, sollten Sie Ego oder Gier aktivieren, indem Sie sich Ihr Ziel noch mal visualisieren und

mental in allen Farben ausmalen. Dies kann schnell die Motivstärken verändern und Sie wieder in Bewegung bringen.

*Wenn Sie etwas tun (oder bewusst nicht tun), horchen Sie in sich hinein, welche beiden Motive gerade dominieren. Es ist spannend, seine wahren Motive zu entschlüsseln!*

## Realistischer Optimismus

Menschen, die ihre Ziele erreichen, werden gerne als »Macher« bezeichnet. Ich würde sagen, sie sind Optimisten, sonst würden sie nicht loslegen. Sie sind aber bis zu einem gewissen Grad auch Realisten. Selbst wenn unzählige Facebooksprüche es behaupten und unsere Freunde sie fleißig teilen: Nein, es ist *nicht alles* möglich! Zweifellos ermutigen derartige Slogans, wieso hacke ich trotzdem darauf herum? Ganz einfach: Solche Sprüche sind gefährlich!

Zahlreiche Untersuchungen zur Resilienz, also zu den Fähigkeiten von Menschen, sich von einem Rückschlag zu erholen und sogar gestärkt daraus hervorzugehen, haben immer wieder folgende Zusammenhänge gezeigt:

- Wer davon überzeugt ist, dass alles möglich ist, wenn man nur wirklich will, neigt dazu, schneller und motivierter durchzustarten. Die Wahrscheinlichkeit, dass diese Menschen loslegten, war größer als bei denjenigen, die daran zweifelten, dass alles möglich ist. Aber: sobald diese Hochmotivierten einen Rückschlag erlitten, zweifelten sie deutlich stärker an sich selbst und ihrer Willensstärke. Sie gaben sich selbst die Schuld für das Scheitern. Wenn nämlich alles möglich war, musste es schließlich an ihnen liegen, wenn etwas nicht funktionierte. Ihr Unterbewusstsein suggerierte ihnen, dass sie Versager seien.

- Diejenigen, die nicht davon überzeugt waren, dass alles möglich ist, legten nicht so schnell los. Aber wenn sie dann in die Gänge kamen, waren sie umso erfolgreicher. Sie zweifelten nicht an sich selbst, wenn etwas nicht so lief wie erwartet. Sie änderten lieber die Bedingungen, schlugen andere Wege ein oder passten ihr Ziel den Gegebenheiten an. So gelangten sie vielleicht nicht genau dorthin, wo sie ursprünglich hinwollten, aber zumindest in die Nähe.

Untersuchungen zur Widerstandsfähigkeit von Menschen haben ferner gezeigt, dass diejenigen am erfolgreichsten sind, die zwar groß träumen, aber auch regelmäßig ihre Träume der Realität anpassen. Durch die großen Träume erweitern sie einerseits ihre Möglichkeiten, durch regelmäßige Realitätschecks sorgen sie andererseits dafür, dass sie ihre Wünsche zumindest teilweise verwirklichen können. Wer zum Jupiter fliegen wollte und es nicht geschafft hat, ist wenigstens bis zum Mars gekommen und das ist schon eine Sensation.

### **Realistischer Überflieger**

Der Flugpionier und Erfinder Otto Lilienthal träumte davon, wie ein Vogel zu fliegen. Konsequenterweise lautete der Titel seiner ersten, 1889 erschienenen Arbeit *Der Vogelflug als Grundlage der Fliegekunst*. Er studierte den Vogelflug und konstruierte Vogelflügel für Menschen. Leider hob er damit nicht ab. Immer wieder tüftelte er. 17 verschiedene Fluggeräte entwickelte und testete er – natürlich immer selbst und unter höchstem Risiko. Das waren rund 2000 Flugversuche innerhalb von sieben Jahren, inklusiver diverser schwerwiegender Verletzungen. Sukzessive hatte er aber seine Vorgehensweise geändert. Vogelfeder und Flügel waren längst aufgegeben und richtig erfolgreich wurde er erst, als er Fluggleiter baute – ein komplett anderer Ansatz, als Vogelfedern an Menschen zu kleben.

Otto Lilienthal wollte fliegen wie ein Vogel, passte dann aber seinen Traum an und glitt stattdessen durch die Luft. Aber er hob ab

und war somit einer der ersten Menschen, die mit einem Gerät flogen, das schwerer war, als sie selbst.

Daraus ergeben sich drei wichtige Erkenntnisse, die Sie unbedingt beherzigen sollten:

1. Nicht alles ist möglich, aber Sie besitzen die Fähigkeit, neue Wege zu finden, um die Wahrscheinlichkeit zu steigern, dass die Umsetzung Ihrer Ideen gelingt.
2. Damit Ihr Traum in Erfüllung geht, sollten Sie ihn gelegentlich der Realität anpassen.
3. Manchmal ergeben sich ungeahnte neue Wege und völlig neue Nebenprodukte Ihrer Idee, von denen Sie eigentlich gar nicht geträumt hatten, die sich aber als Hauptgewinn herausstellen. Wenn Sie diese erkennen und umsetzen, wird vielleicht ein ganz anderer Traum wahr, den Sie noch gar nicht geträumt hatten.