

zeitsprung

Erfolgsfaktor Neugier

Praxisbox für
Unternehmer und Führungskräfte



Zu den Autoren



Kathrin Scheel

Kathrin Scheel ist geschäftsführende Partnerin von zeitsprung. Sie arbeitet als Management Executive Coach (ECA), Lehrcoach und Lehrtrainerin (ECA) sowie als Trainerin für Führung & Entwicklung und blickt auf 30 Jahre Berufserfahrung, insb. in verschiedenen HR-Funktionen, zurück. Zu ihren Kunden gehören namhafte mittelständische Unternehmen und Konzerne. Seit 2009 ist sie zudem Dozentin an mehreren deutschen Hochschulen und Universitäten.



Dominic Böhmer

Gemeinsam mit Kathrin Scheel hat Dominic Böhmer zeitsprung gegründet und ist hier ebenfalls geschäftsführender Partner. Er ist Managementberater und Business Coach (ECA) und hat mehr als 15 Jahre Projekt- und Interim Management-Erfahrung bei mittelständischen Unternehmen und Finanzdienstleistern mit den Schwerpunkten Vertrieboptimierung, Unternehmensentwicklung sowie Prozessoptimierung.



Caroline Trautvetter

Seit Anfang Dezember ist Caroline Trautvetter Mitglied im Team von zeitsprung. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin verstärkt sie zeitsprung insbesondere in den Themenfeldern Personalentwicklung, Führung und Innovation. Parallel hierzu studiert Caroline Trautvetter derzeit Psychologie an der Freien Universität Berlin.



Stefanie Witt

Als Diplom-Kommunikationsdesignerin ist Stefanie Witt bei zeitsprung für die visuelle Kommunikation verantwortlich. Sie hat in führenden Werbeagenturen wie DDB und Jung von Matt ihr Know-How erlangt und arbeitet seit 8 Jahren als freiberufliche Kommunikationsdesignerin.

Inhalt

5 Vorwort

7 Neugier - von der Wissenschaft zur Praxis

9 Was ist Neugier?

13 Welchen neurobiologischen Hintergrund hat Neugier?

17 Welche Eigenschaften stehen im Zusammenhang mit Neugier?

21 Welche Bedingungen machen das Auftreten von Neugier wahrscheinlicher?

27 Welche Faktoren hemmen Neugier?

31 Neugier konkret

33 Das Netz der Neugier

35 Neugier und Unternehmenskultur

45 Neugier in Meetings

53 Neugier in Projekten

61 Neugier und Innovation

67 Neugier und Weiterbildung

75 Neugier und Employer Branding

83 Neugier im Einstellungsgespräch

89 Neugier in Krisensituationen

97 10 Tipps gegen Neugier

101 Anleitungen für Neugier-Workshops

103 Einleitung: Workshops - mit Neugier mehr erreichen!

105 Workshop „Produktive Paranoia“

109 Workshop „Stakeholder-Konferenz“

115 Workshop „Best-Practice-Forschung“

119 Workshop „Der virtuelle Berater“

123 Kreativitätsübungen für den Einsatz in Workshops

127 Literaturverzeichnis

128 Impressum

Die Themen dieses Karten-Sets setzen sich in der Regel aus den folgenden vier Inhaltsbausteinen zusammen:

WISSEN

Hier finden Sie eine kurze Einleitung in das Thema - mit wissenschaftlichen Hintergründen, nützlichen Modellen und vielem mehr.

WISSEN

PRAXIS

Das Karten-Set soll Ihnen konkrete Unterstützung für Ihre eigene Arbeit bieten. Deshalb erhalten Sie hier viele praktische Anregungen und Anleitungen.

PRAXIS

BEISPIEL

Zu einigen Themen gibt es bereits hilfreiche Anwendungsbeispiele aus Unternehmen. Lassen Sie sich inspirieren.

BEISPIEL

TIPPS

Worauf kommt es an, was gilt es zu beachten? Das finden Sie unter „Tipps“.

TIPPS



Das Info-Icon verweist Sie auf weiterführende Neugier-Karten aus diesem Set.

Vorwort

Seit 1,6 Millionen Jahren begleitet das Thema Neugier die Menschen. Neugierige Menschen haben seit jeher die Welt verändert. **Es war die Neugier, die ganz wesentlich zur Evolution beigetragen hat.**

Seit den 60er Jahren ist die Neugierforschung auch in den wissenschaftlichen Fokus gerückt und hat sich seitdem von zum Teil negativen Assoziationen befreit.

Neugierige Mitarbeiter geben Ihrem Unternehmen Impulse und schaffen mit Tatendrang Neues. In der Neugier steckt die Kraft, Ihrem Unternehmen durch **Innovation und Weiterentwicklung** den notwendigen Vorsprung zu sichern sowie das Potenzial, Krisen zu überwinden.

Dem Ansatz von zeitsprung folgend liegt das Hauptaugenmerk des Karten-Sets auf der praktischen Anwendung des Themas Neugier im Unternehmensalltag:

Sie finden Fragebögen, Workshop-Ideen, Praxistipps sowie eine Vielzahl von Beispielen gelebter Neugier in Unternehmen.

Entwickeln auch Sie eine **Neugier-Kultur** in Ihrem Unternehmen und nutzen Sie das reiche Potenzial Ihrer Mitarbeiter.

Wir wünschen Ihnen viel Freude dabei, die Dinge auszuprobieren!

Kathrin Scheel und Dominic Böhmer
von zeitsprung



zeitsprung - Management Consulting & Coaching

Mit zeitsprung werden Wachstums- und Veränderungsprozesse erfolgreicher. Weil wir einen Rahmen schaffen, in dem Unternehmen und Mitarbeiter ihre eigenen Lösungen entwickeln und umsetzen können.

Unser Ziel dabei:

Uns so schnell wie möglich wieder entbehrlich zu machen.

Wir bieten Ihnen neben klassischem Projektmanagement und systemischer Organisationsberatung auch Coaching und Trainings für Führungskräfte und Mitarbeiter - denn sie sind es, die erfolgreiche Wachstums- und Veränderungsprozesse vorantreiben.

Weitere Informationen finden Sie auf www.zeitsprung-c2.de.

KAPITEL 1

Neugier - von der Wissenschaft zur Praxis

„Wie süß ist alles erste Kennenlernen.
Du lebst so lange nur, als Du entdeckst.“

Christian Morgenstern

Agenda

- Was ist Neugier?
- Welchen neurobiologischen Hintergrund hat Neugier?
- Welche Eigenschaften stehen im Zusammenhang mit Neugier?
- Welche Bedingungen machen das Auftreten von Neugier wahrscheinlicher?
- Welche Faktoren hemmen Neugier?





Was ist Neugier?

„Der Urquell aller technischen Errungenschaften ist die göttliche Neugier und der Spieltrieb des bastelnden und grübelnden Forschers und nicht minder die konstruktive Phantasie des technischen Erfinders.“

Albert Einstein



Was ist Neugier?

Neugier ist „... ein Verhaltenssystem (...), das Mensch und Tier veranlasst, sich neuen, unbekanntem und unvertrauten Reizen und Sachverhalten zuzuwenden, ihre Aufmerksamkeit auf sie zu richten und sie durch Inspektion und Manipulation zu erkunden.“¹

Neugier ist die **Antriebskraft** für die Eigenständigkeit des Kindes und ist individuell unterschiedlich ausgeprägt. Diese Ausprägung ist bedingt durch

- genetische Komponenten und
- Umwelteinflüsse.

Neugier ist eine **angeborene Eigenschaft**, die im Kleinkindalter, aber auch im gesamten Lauf des Lebens, Voraussetzung für den Wissens- und Fähigkeits-erwerb ist.²

Das bedeutet:

Jeder Mensch ist von Natur aus neugierig.

¹Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik (2012)

²Mackowiak, K., Lengning, A., Trudewind, C. (2014)

Neugier im Unternehmen integrieren

Sie wollen, dass Ihre Mitarbeiter **neugierig an die Arbeit** gehen? Dann finden Sie heraus, was sie interessiert, was sie gerne Neues ausprobieren und was sie gerne lernen würden!

Stellen Sie Fragen - zum Beispiel im nächsten Meeting, per E-Mail oder in einem kurzen Interviewbogen:

Welche Interessen haben Sie und wie könnten wir diese im Unternehmen nutzen? (z.B. Kunst-Interesse: regelmäßige Ausstellungen junger Künstler/ Vernissages)

Wenn das Unternehmen Ihnen einen Kurs Ihrer Wahl - auch ohne direkten Bezug zu Ihrer Tätigkeit - bezahlen würde, für welchen würden Sie sich entscheiden?

Wenn Sie noch eine Sache lernen könnten, welche wäre das?

Wenn Sie sich aussuchen könnten, eine neue Aufgabe, einen neuen Aufgabenbereich zu übernehmen, welcher wäre das?

Wenn Sie die Aufgabe bekommen würden, ein neues Projekt zur Verbesserung des Unternehmensimages zu starten, welches wäre das?

Stellen Sie sich vor, Sie hätten x Euro zur Verfügung, um ein Projekt an Ihrem Arbeitsplatz durchzuführen, welches wäre das?

Tragen Sie dann alle Antworten zusammen und **stellen Sie die besten Projekte vor**.

Versuchen Sie, die persönlichen Interessen im Berufsalltag einzubeziehen (Sprachkurse, Weihnachtsfeier, Betriebsausflug...)

i Siehe auch Karten:
Neugier im Einstellungsgespräch (S. 83)

Tipps für mehr Neugier am Arbeitsplatz:

Möchten Sie in Ihrem Arbeitsumfeld **neugierige Mitarbeiter**, dann geht es nicht darum, sie neugierig zu MACHEN, sondern Bedingungen zu schaffen, die ihre Neugier **AUFRECHTERHALTEN** oder, sollte die Neugier bereits „eingeschlafen“ sein, diese wieder zu WECKEN.

Lenken Sie Ihre Aufmerksamkeit darauf herauszufinden, **was den einzelnen Mitarbeiter interessiert und neugierig macht**. Gehen Sie individuell auf Ihre Mitarbeiter und deren Wünsche ein.

Merzen Sie alle Faktoren aus, die Neugier schon im Keim ersticken lassen, und Sie werden sehen, die Neugier kommt von ganz allein.



Siehe auch Karten:

Welche Faktoren hemmen Neugier? (S. 27)

10 Tipps gegen Neugier (S. 97)