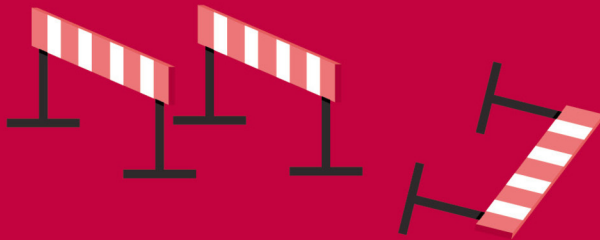


HÄTTE, WÜRDE, KÖNNTE, MACHEN!



Welche Hürden Sie überwinden müssen,
um Ihre Ideen garantiert umzusetzen

Kishor Sridhar

Hätte, würde, könnte, machen!

*Für Anait, Kalyan und Alyosha
Ich wünsche Euch, dass Ihr im Leben eure Herzensziele
erreicht!*

Kishor Sridhar

Hätte, würde, könnte, machen!

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

REDLINE | VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://d-nb.de> abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:

lektorat@redline-verlag.de

1. Auflage 2016

© 2016 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Desirée Šimeg, Stadtbergen
Umschlaggestaltung: Kristin Hoffmann, München
Umschlagabbildung: cmgirl/shutterstock.com
Satz: Daniela Haberlandt, Erding
Druck: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany

ISBN Print 978-3-86881-649-5
ISBN E-Book (PDF) 978-3-86414-923-8
ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-86414-922-1

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

www.redline-verlag.de

Inhalt

Das Ziel des Buches	7
1. Die Idee	9
Wo die meisten Ideen landen	9
Warum gute Ideen scheitern	10
Wieso Ideen unser Jungbrunnen sind	13
2. Die innere Einstellung	17
Die Legende von der Motivation	17
Die vier Handlungsmotive	20
Realistischer Optimismus.....	23
3. Der Plan	27
Was Pläne wirklich bringen	27
Die Fähigkeit der Feinjustierung	31
Vorsicht vor Denkschablonen.....	33
Der richtige Zeitpunkt.....	34
Ressourcenmangel: zu wenig Geld, zu wenig Zeit.....	36
Der Rat der anderen.....	41
4. Der Start.....	49
Der Mythos der Komfortzone	49
Noch mehr Gründe, wieso wir nicht loslassen können	53
Wie Sie (etwas) Kontrollverlust zulassen	58
Ihre persönlichen Stärken.....	62
Umsetzung statt Ankündigungsmanagement.....	65
Kreativität und neue Ideen auf Knopfdruck	69
Die Sache mit dem Tropfen und dem Stein	74
Im Fluss bleiben.....	78

5. Ihre Mitstreiter	81
Der Irrtum vom gemeinsamen Ziel	81
Ihre Mannschaft: eine bunte Truppe.....	84
Unterschiedliche Stärken, gleiche Einstellung	95
Wie Sie mit dem Herdentrieb Bewegung in die Sache bekommen	96
 6. Die größten Umsetzungskiller	 99
Aufschieberitis	99
Mangelnde Klarheit	106
Selbstüberschätzung	109
Das soziale Faulenzen	114
Perfektionismusfalle und Trial-and-Error-Wahn	115
Zu wenig auf uns selbst fokussiert.....	123
Versenkte Kosten und Irrwege.....	124
Die Angststarre	131
Die Scheu vor dem Risiko.....	137
 7. Die Effizienzsteigerung	 141
Die großen Zeitkiller.....	141
Serieller Fokus.....	145
Fokussieren trotz Alltag.....	147
Entscheidungsblockade.....	151
Turbo für die Arbeitsgeschwindigkeit.....	166
 8. Der Rückschlag.....	 173
Der Rückschlag durch uns selbst.....	177
Wann die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns am größten ist	178
Schneller wieder aufstehen.....	181
Ein wichtiger Tipp zum Schluss	186
 Danksagung	 189
Literaturverzeichnis	191
Über den Autor	195
Stichwortverzeichnis.....	197

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!

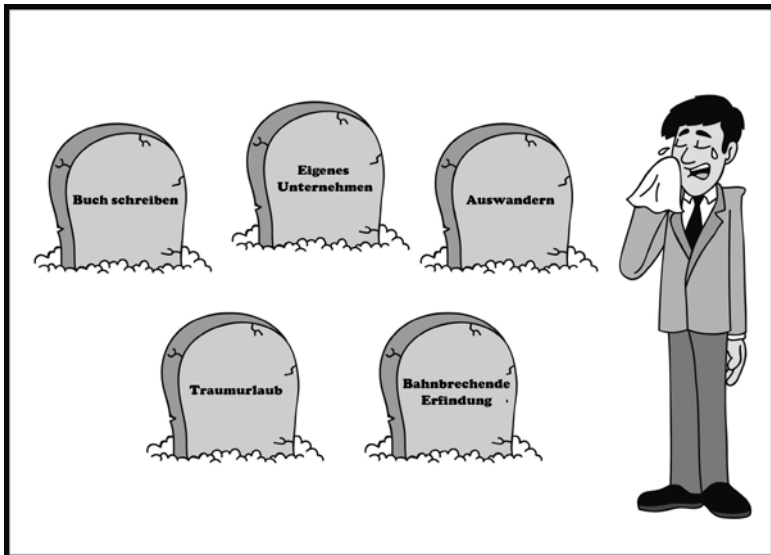
Ihr

Kishor Sridhar

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-

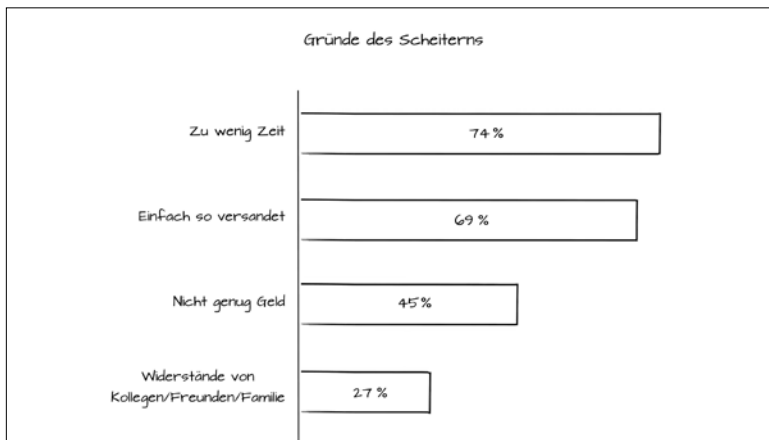
was ganz Großes sein. Sie kann Ihr Leben – und vielleicht sogar das Leben vieler anderer Menschen – positiv verändern. Deswegen wäre es bedauerlich, wenn Ihre gute Idee, die so viel Positives bewirken könnte, auf dem Friedhof der guten Ideen endete.

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.*

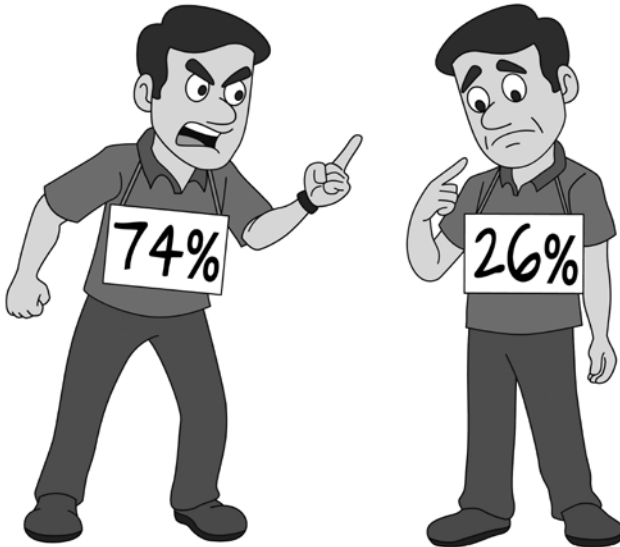
Warum gute Ideen scheitern

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

Festanstellung 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!

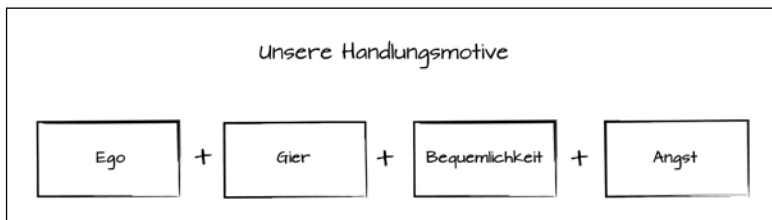
Wir müssen uns unsere Chancen erkämpfen. Ich nehme hierfür gerne das Beispiel des Jagdglücks. Ist ein Jäger, der ein großes Stück Wild erlegt hat, wirklich ein Glückspilz? Hat ihm die Natur eine Chance geschenkt? Auf den ersten Blick scheint es so. Aber er hat sich viele Fähigkeiten mühsam angeeignet. 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 nagten 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