

Sven Brodmerkel

# Faktor A:

**Authentisch Karriere machen**

Erfolgsstrategien für alle, die mehr  
als nur einen Job wollen

Ellert & Richter Verlag

Der menschliche Geist  
hungert förmlich danach,  
auf eine Weise zu arbeiten,  
die seinem Bedürfnis  
nach mehr persönlicher  
Zielbewusstheit und  
Authentizität gerecht wird.

*W. Edwards Demming*

**Worum es geht:**

**Der Faktor-A-Einstiegstest**

**Die Ouvertüre:**

**Ein kurzer Überblick**

**Kapitel 1:**

**Die postheroische Wende**

**Kapitel 2:**

**Authentizität entmystifiziert**

**Kapitel 3:**

**Entdecken Sie Ihren Faktor-A**

**Kapitel 4:**

**Eine BRANDneue Karriere**

**Kapitel 5:**

**Der postheroische Routenplaner**

**Der Überblick:**

**Die 20 postheroischen Karriereeregeln**

**Inspirationsquellen**

**Ein letztes Wort**

## Worum es geht

Ganz einfach: Um Sie. Um Ihr Leben, Ihre Ideen und Ihre Karriere. Es geht um Ihr Recht auf eine erfüllende berufliche Tätigkeit.

Dieses Buch möchte Ihnen Mut machen, Ihren eigenen, ganz persönlichen Karriereweg zu gehen. In Übereinstimmung mit Ihren Zielen, Ihren Werten und Ihren Vorstellungen. Denn das ist nicht nur aus persönlicher Sicht wünschenswert, sondern auch aufgrund sich drastisch verändernder Rahmenbedingungen notwendig. Deshalb auch der Titel: **faktor a**. Zukünftig werden in hohem Maße Individualität, Kreativität und Authentizität entscheidende Faktoren für eine erfolgreiche, erfüllende Karriere sein. Und diese wird sich deutlich von dem unterscheiden, was bislang unter „Karriere“ verstanden wurde. Denn in Zukunft wird sie „postheroisch“ sein. Was darunter zu verstehen ist, ist Thema dieses Buches. Ich hoffe, Sie haben Spaß bei der Lektüre!

Aber vorher noch ein kleiner **Warnhinweis**:

**Achtung!** Dieses Buch ist nicht uneingeschränkt für jeden Leser geeignet.

Sollten Sie vorsichtig sein?

Zur Sicherheit beantworten Sie bitte die Fragen auf der gegenüberliegenden Seite.

## Der Faktor A-Einstiegstest

ja    nein

- |                          |                          |   |
|--------------------------|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Nichts geht über Kontinuität und Verlässlichkeit.   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Es ist vernünftig, den Weg des geringsten Widerstandes zu gehen.                                |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Hauptsache, die Rente ist sicher.   |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Leute mit Visionen gehören zum Arzt.  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Großmutter sagt „Schuster, bleib bei deinen Leisten“. Recht hat sie!                            |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Meine Devise: Nur nicht auffallen!  |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ich finde es vollkommen richtig, sich so weit wie möglich den gegebenen Bedingungen anzupassen. |

- 0 x Ja:** Glückwunsch! Dieses Buch könnte von Ihnen sein. Trotzdem viel Spaß bei der Lektüre.
- 1–2 x Ja:** Kein Problem! Kleine Ausrutscher können passieren! Lesen Sie einfach weiter ...
- 3–5 x Ja:** Da kommt Arbeit auf Sie zu. Machen Sie sich auf ein paar Überraschungen gefasst.
- 6–7 x Ja:** Vorsicht! Dieses Buch stellt eine Gefahr für Ihr Weltbild dar.

Arbeit ist \*

Karriere ist \*

\* bitte vervollständigen

**Willkommen im**

~~**Informationszeitalter**~~

**Inspirationszeitalter!**

## Kapitel 1: Die postheroische Wende

Was zeichnet für Sie Arbeit und Karriere aus? Ich vermute mal, Ihr Verständnis umfasst mehr als „Pflichterfüllung“ oder „Mittel zur Sicherung des Lebensunterhaltes“. Und das ist gut so. Weiterhin gehe ich davon aus, dass Sie in Ihrem Beruf als ganzer Mensch auftreten wollen, also nicht nur als „funktionsangepasste Rolle“. Und zwar ganztags. Auch das ist gut. Denn das Inspirationszeitalter erfordert es.

Was bitte ist das „Inspirationszeitalter“, fragen Sie sich nun sicher. Nun, fassen wir es in aller Kürze zusammen.<sup>2</sup>

Wir alle sind mit dem Begriff des „Informationszeitalters“ vertraut. Damit wurde die Arbeitswelt des 20. Jahrhunderts (als Gegensatz zum Industriezeitalter des 19. Jahrhunderts) treffend beschrieben. Was zählte, war nicht mehr Kraft und Ausdauer, sondern die Anwendung von erworbenem Wissen. Peter Drucker, der wohl renommierteste aller Management-Vordenker, sprach deshalb schon früh von den so genannten „Knowledge-Workern“, den „Wissensarbeitern“, die die „Handarbeiter“ des Industriezeitalters ablösen würden. Und diese Einschätzung war über lange Jahre hinweg richtig. Jeder, der eine gute Berufsausbildung hatte, konnte danach relativ sicher sein, sein erworbenes Wissen im Verlaufe seiner Karriere kontinuierlich anwenden zu können – egal, ob man Ingenieur, Rechtsanwalt oder Arzt war. Hinzu kam ein weiteres prägendes Merkmal des „Informationszeitalters“: Die Tendenz zur Bevorzugung eines formal-logischen gegenüber einem kreativ-holistischen Denken. Viele Berufe waren darauf ausgerichtet, Wissen formelhaft, analytisch anzuwenden. Das bezeichnendste Beispiel dafür sind wohl die Stars des ausgehenden 20. Jahrhunderts, die Programmierer. Aber auch in anderen Berufszweigen, beispielsweise bei den Wirtschaftswissenschaftlern, kam es in erster Linie auf Formeln und Kennzahlen an. Ärzte hielten sich an die vorgegebenen, ana-

lytischen Verfahren der Schulmedizin, Rechtsanwälte konnten sich auf formal-juristische Arbeit beschränken und davon ausgezeichnet leben. Und denken wir nur an Buchhalter oder Steuerberater. Kurz: Als „Knowledge-Worker“ war es ausreichend, sein analytisches Wissen anzuwenden und in regelmäßigen Abständen aufzufrischen. Was nicht so sehr gefragt war, war Kreativität, Empathie, Spontaneität, Emotionalität und Spiritualität. Doch das hat sich schlagartig geändert.

Eines der deutlichsten Kennzeichen dafür war wohl die Aufmerksamkeit, die Daniel Goleman mit seinem Buch „Emotionale Intelligenz“ erhielt. Seine These: Emotionale Intelligenz (unterteilt in die fünf Dimensionen „Selbstwahrnehmung“, „Selbstmanagement“, „Motivation“, „Empathie“ und „soziale Kompetenz/Beziehungsmanagement“) ist für den Berufserfolg entscheidender als die formal-logische Intelligenz. Mehr noch: Der so genannte EQ sei mehr als doppelt so wichtig wie der IQ und Fachwissen zusammen.<sup>3</sup>

Die öffentliche Reaktion auf seine These war bemerkenswert, was nicht allein eine verkaufte Auflage von über 5 Millionen Exemplaren verdeutlicht. Wie kommt es, dass so plötzlich Gefühle (oder, in der Sprache der Unternehmen: „Emotionsmanagement“) in den Mittelpunkt des Interesses rückten? Nun, der Grund dafür lässt sich in drei Worten zusammenfassen:

1. Globalisierung
2. Computerisierung
3. Marktsättigung

Betrachten wir diese drei Faktoren einmal genauer.

Die **Globalisierung** hat zwar manchmal den Charakter eines „Totschlag-Arguments“ angenommen, in unserem Fall allerdings dient sie wirklich als Erklärung. Denn eine der Auswirkungen von freien Märkten ist die so oft beklagte Verlagerung von Arbeitsplätzen in Länder mit niedrigerem Lohnniveau

oder Produktionskosten. Und welche Jobs lassen sich am einfachsten „outsourcen“? Genau, alle Tätigkeiten, die formalen Prozeduren folgen und die sich in klare und eindeutige Aufgabenbeschreibungen fassen lassen. Denken wir wieder an die Programmierer: Eben noch die Masters of the Universe, heute teilweise arbeitslos, weil die Kollegen in Indien die Standardprogrammierungen (und nicht nur die!) zu einem Viertel der Kosten leisten. Das gleiche gilt für Banker, Back-Office-Arbeiter, Facharbeiter, Ingenieure etc. Was bleibt also? In erster Linie Aufgaben, die Kreativität und Innovationsgeist erfordern.

Kommen wir zur **Computerisierung**: Dass Computer und Maschinen uns heutzutage viele (lästige und stupide) Arbeiten abnehmen, ist nicht neu. Dass dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (die eventuell an anderer Stelle neu entstehen) auch nicht. Und dieser Trend wird weitergehen. Als ich kürzlich in Australien war, konnte ich beispielsweise an einem Computer-Terminal am Flughafen einchecken. Ich gab einfach meinen Namen und die Buchungsnummer ein, und schon hatte ich meinen Boarding-Pass. Nur das Gepäck wurde noch von einem Menschen entgegengenommen. Die Fluggesellschaft ist so glücklich mit dem Service, dass sie ihn auch in großen Hotelketten anbieten wird. Die Gewerkschaften haben schon vor massiven Stellenabbau gewarnt. Oder denken wir an die neue RFID-Technologie. Der Metro-Konzern hat mittlerweile Modell-Supermärkte vorgestellt, in denen ein Computer automatisch die Waren im Einkaufskorb scannt und den Preis addiert. In der Computer-Animation des Konzerns waren zwar noch Kassiererinnen zu sehen, aber ehrlich: glauben Sie daran? Wird nicht eher am Ausgang ein „Bezahl-Terminal“ stehen?

Aber die Computerisierung trifft nicht nur die letzten noch verbliebenen „Handarbeiter“. Im Gegenteil. Viele „Wissensarbeiter“, die sich noch bis vor kurzem auf ein Wissensmonopol verlassen konnten, sehen sich dessen nun durch das

Internet beraubt. Mit weit reichenden Konsequenzen. Denken wir beispielsweise an Steuerberater. Wie viel ihres Wissens wird noch gebraucht in Zeiten immer leistungsfähigerer Steuerprogramme für den heimischen PC? Oder Rechtsanwälte: Viele Informationen, die einem früher nur durch Beratung oder die intensive (und quälende) Lektüre von trockenen Paragrafenwerken zugänglich waren, finden sich nun in Internet-Foren. Selbst Standardverträge für die unterschiedlichsten Themen sind nur noch eine Frage von einigen wenigen Mausclicks. Das soll jetzt nicht heißen, dass die Dienste solcher „Kopfarbeiter“ vollständig überflüssig geworden sind. Aber es bedeutet, dass viele Standarddienstleistungen, mit denen früher gutes Geld verdient werden konnte, heutzutage durch das Internet frei zugänglich und teilweise sogar kostenlos sind. Viele Kunden lassen sich beispielsweise Musterverträge nur noch auf Ihren individuellen Bedarf anpassen – was für den Anwalt nur noch halbe Arbeit bedeutet. Die Folge: Anbieter solcher Dienstleistungen müssen sich bemühen, darüber hinaus einen Mehrwert anzubieten, der nicht standardisiert werden kann. Und dazu gehören in erster Linie emotionale Kompetenz, beispielsweise für Mediation und Schlichtungsverfahren, begeisternde Plädoyers etc.

Und nun zum dritten Aspekt, der **Marktsättigung**: Es gibt mittlerweile kaum noch einen Bereich der Wirtschaft, in dem ein Anbieter ein konkretes Alleinstellungsmerkmal genießt. Betrachtet man Gebrauchsgüter (seien es nun Kochtöpfe oder Autos) aus einer rein funktionalen Perspektive, unterscheiden Sie sich kaum grundlegend. Im Gegenteil: Rund 90 Prozent aller von der Stiftung Warentest geprüften Artikel erhalten das Qualitätsurteil „gut“. Ein Audi A 4 bringt Sie vermutlich genauso schnell und sicher an Ihr Ziel wie ein 5er BMW oder ein C-Klasse Mercedes. Daraus folgt, dass der „emotionale Mehrwert“ zum eigentlichen Kriterium für den Erfolg eines Produktes wird. Also: Wieder geht es nicht um formal-logische Verkaufsargumente, sondern um Kommuni-

kation, Beziehung und Emotion. Und noch ein Effekt ist mit der Marktsättigung verbunden. Der überwiegende Teil der Gesellschaft in den westlichen Industrienationen kann sich in der heutigen Zeit einen Großteil seiner materiellen Wünsche erfüllen. In vielen Haushalten geht es eher um die Frage, welches Zweitauto gekauft werden soll, als um die Frage, ob man sich überhaupt ein Auto leisten kann. Die materielle Sättigung eines großen Teils der Bevölkerung lässt nun Zeit und (finanziellen) Raum, sich einer Frage zu stellen, die in früheren Notzeiten ziemlich weit unten auf der Agenda stand: Dabei geht es um die Frage nach dem SINN. Wir sehen es nicht nur in der Zunahme an Yoga- und Meditationskursen oder dem überwältigenden Zuspruch des letzten Weltjugendtages – die Suche nach übergeordnetem Sinn und Bedeutung ist nach einer Phase der naturwissenschaftlich-kausalen Aufgeklärtheit wieder in das gesellschaftliche Bewusstsein gerückt. Und damit ist nicht (ausschließlich) von Religiosität oder Esoterik die Rede, sondern von zunehmend postmaterialistischen Werthaltungen. Diese Entwicklung wird sich vermutlich noch verstärken, da aufgrund der Altersstruktur unserer Gesellschaft mittlerweile ein großer Teil der Bevölkerung jenseits der 40 ist – eine Lebensphase, in der häufig materielle Wünsche und ein rein am äußeren Erfolg ausgerichtetes Karrierestreben hinter eine an der individuellen Sinnerfüllung orientierten Lebensplanung zurücktreten. Und das hat natürlich Konsequenzen, die sich auch auf den Arbeitsmarkt auswirken werden.

Betrachten wir zur Stützung der These von der zunehmenden Bedeutung kreativer, kommunikativer Berufe einmal die Einschätzung von career planner, einem amerikanischen Karriereportal. Auch dort hat man sich natürlich mit der Frage beschäftigt, welche Kriterien eine zukunftssichere Karriere auszeichnen.<sup>4</sup>

Das Ergebnis: Berufe, die auch in Zukunft gefragt sind, kennzeichnet beispielsweise

- ein hoher Grad an Ambiguität (bspw. Management-Positionen; Berater; Coaches)
- die Notwendigkeit eines tiefen kulturellen Verständnisses (u. a. Autoren; Marketing und Werbung; Künstler)
- die Notwendigkeit zur Zusammenarbeit in Teams (u. a. Film- und Fernsehen)
- die Wichtigkeit der Nähe zum Kunden (medizinische Berufe; Handwerker)

Vom Aussterben bzw. der Verlagerung sind dagegen Berufe betroffen, die

- durch immer gleichbleibende Abläufe gekennzeichnet sind (bspw. Buchhaltung; Industrieproduktion)
- sich in klare und vorhersagbare Aufgaben untergliedern lassen (bspw. die Software-Entwicklung)
- für die die Nähe zum Kunden nicht entscheidend ist (bspw. telefonischer Kundenservice; Internet-Shopping)

Auch hier wird deutlich: Es sind nicht nur die „Handarbeiter“, deren Arbeitsplätze zur Disposition stehen, sondern auch und gerade die „Knowledge-Worker“. Die Zukunft liegt entweder in der direkten, persönlichen Dienstleistung – oder in der Inspiration.

Innerhalb der Wissensarbeiter entsteht eine neue Klasse: die kreative Klasse. Menschen mit großer Expertise und beträchtlichem Selbstinszenierungspotenzial. Sie verdienen Ihr Geld mit Erfinden, Gestalten, Coachen, Entwerfen, Beraten. Es geht Ihnen erst um die Herausforderung, dann um Bezahlung. Sie arbeiten eigenständig, kreativ, auch wenn Sie in 'festen' Beschäftigungsverhältnissen sind. Vor allem verstehen sie sich nicht als Weisungsempfänger, sondern als Partner bei Problemlösungen. Die kreative Klasse gestaltet Arbeitsort, Arbeitszeit und Arbeitsbedingungen weitgehend selbst nach ihren hohen Ansprüchen.

*Imke Keicher, Zukunftsinstitut GmbH,  
in einem Vortrag über „Zukunftswissen in der Arbeitswelt“*

**Fassen wir zusammen:** Aufgrund dieser drei Entwicklungen erlebt der „Faktor Mensch“ eine Renaissance. Gefragt ist nicht mehr nur das formal-logische Anwenden von Wissen, sondern ein holistisches Denken, in dem Emotionen, Kreativität, Kommunikation und Individualität eine entscheidende Rolle spielen. In dem aus vielen einzelnen Informationen ein neues, innovatives Gesamtbild entsteht. Oder, anders ausgedrückt: Der rationale Wissensverwalter macht Platz für den kommunikativen Künstler. Das Inspirations- folgt auf das Informationszeitalter.

Das hat auch die Wirtschaft erkannt. Und obwohl es manchmal, gerade in Zeiten von Entlassungswellen, wie ein Lippenbekenntnis klingt: Es wird immer deutlicher, dass die Menschen zum entscheidenden Erfolgsfaktor von Unternehmen werden. Prognosen sprechen davon, dass zukünftig nur noch 20 Prozent des Geschäftserfolges auf der Kapitalkraft des Unternehmens beruhen, die fehlenden 80 Prozent aber durch die Ideen und die Kreativität der Mitarbeiter generiert werden. Und das hat einschneidende Auswirkungen auf die Organisationsform, vor allem aber auf die Personalpolitik von Unternehmen. Der jüngst verstorbene Management-Vordenker Sumantra Ghoshal<sup>6</sup> sprach beispielsweise von einer „Abkehr vom Primat der drei S“ (Strategie, Struktur, System) hin zu den „drei Ps“ (Purpose/Zweck, Prozess, People/Mitarbeiter). Für ihn sind Mitarbeiter nicht nur intellektuelles, sondern auch soziales und emotionales Kapital. Gerade im Management würde Rationalität über-, Emotionalität dagegen unterschätzt. Ähnlich argumentiert das laut der Financial Times beste Business-Buch des Jahres 2002, Rolf W. Habbels „Faktor Menschlichkeit“.<sup>7</sup>

Und noch eine Entwicklung wird von diesen Beobachtern (und vielen anderen mehr) identifiziert: Die Mitarbeiter des 21. Jahrhunderts sind nicht mehr passiver Aufgabenerfüller mit Angestelltenmentalität, sondern ein freiwilliger Investor mit Individualität und hohen Ansprüchen. Und damit wären wir jetzt schlussendlich auch bei dem Begriff „**postheroisch**“.



## Kapitel 3: Entdecken Sie Ihren Faktor-A!

Willkommen im Praxisteil dieses Buches. Hier können Sie anhand einer Fülle von Übungen und Tests Ihren postheroischen Karriereweg definieren. Entweder von Grund auf, wenn Sie als Berufseinsteiger das ideale Betätigungsfeld suchen oder wenn Sie einen radikalen Karrierewechsel anstreben. Aber natürlich können Sie auch jede Übung unter der Perspektive machen, inwieweit Ihr derzeitiger Beruf zu Ihnen passt und in welchen Bereichen Sie sich weiterentwickeln möchten.

Viele dieser Übungen erscheinen vielleicht zunächst etwas ungewöhnlich. Das kann daran liegen, dass sie vor allem Ihr rechtsseitig-orientiertes Denken in den Prozess involvieren sollen. Deshalb bitte nicht erschrecken, wenn es plötzlich um das Zeichnen von Bildern oder das Schreiben kurzer Reportagen geht. Gerade diese „kreativen“ Aufgaben führen oft zu Einsichten und Ideen, die linear-logisches Denken (wie beispielsweise das Aufstellen von Listen) nicht ermöglicht.

Damit Sie an den jeweiligen Stellen sofort zur Tat schreiten können, finden Sie alle Übungen auch im beiliegenden Arbeitsbuch.

Gemäß unserer Definition führen Sie die Übungen natürlich durch alle vier Quadranten der Authentizität.

Viel Spaß und spannende Erkenntnisse!

**It's not the power, but the passion.**

*Tom Peters*

Q I

Q II

**Individuelle Sicht – Innen**

= individuelles inneres Erleben (Wahrhaftigkeit/Aufrichtigkeit)

- Was ist mir wichtig?
- Welchen Sinn hat es für mich?
- Was wollte/möchte ich verwirklichen?
- Wie macht meine Individualität aus?

Q III

Q IV

**Quadrant I: Authentizität reflektieren**

Es ist nicht die Macht. Nicht die Kraft, sei es körperlich oder finanziell. Es ist die Leidenschaft. Dieses Zitat des führenden amerikanischen „Management-Gurus“ Tom Peters bringt auf den Punkt, worum es im ersten der vier Quadranten geht. Und warum der erste Quadrant für die Gestaltung einer post-heroischen Karriere entscheidend ist.

- Was verleiht Ihnen das Gefühl von Sinn?
- Was möchten Sie verwirklichen?
- Was ist Ihnen wichtig?
- Was glauben Sie, wo Ihre Stärken liegen?

Kurz: Was ist Ihre wahre *Leidenschaft*?

Die Erfahrung zeigt, dass es für viele kaum eine Frage gibt, die schwieriger zu beantworten ist. Oft liegt das „ich möchte“ unter diversen Schichten aus „ich muss“, „ich sollte“ und „ich darf nicht“ verborgen. Das „ich möchte“ ist manchmal wie ein Grassamen unter einer Betondecke: Nicht zu sehen und äußerst zart. Aber von allergrößter Kraft, wenn seine Zeit gekommen ist.

Machen wir uns also auf die Suche nach diesem Grassamen.

## Und jetzt – die vier Millionen Euro-Frage:

### Wofür schlägt Ihr Herz?

### Was tun Sie wirklich leidenschaftlich gern?

Stellen Sie sich vor, ein unbekannter Gönner vererbt Ihnen 4 Millionen Euro. Also definitiv genug, um sich keine finanziellen Sorgen mehr machen zu müssen. Die einzige Auflage: Sie müssen weiterhin arbeiten. Was, ist egal. Ich nehme mal an, Sie würden etwas tun, für das Sie eine tiefe Leidenschaft empfinden. Was wäre es?

### Übung 2:

---

---

---

---

Ich vermute, Sie haben sich bei der Beantwortung dieser Frage keine allzu großen Gedanken gemacht, ob Ihre Leidenschaft ein regulärer Beruf ist. Verständlich, denn das Einkommen stellt ja kein Problem dar. Die Frage, ob aus dieser Leidenschaft eine Karriere werden kann, ist an dieser Stelle also irrelevant. Und das ist es an dieser Stelle auch, wenn Sie keine 4 Millionen Euro geerbt haben und sich trotzdem auf den Weg Ihrer postheroischen Karriere begeben. Warum? Erstens: Sie würde Ihre Kreativität hemmen. Zweitens: Aus nahezu jeder Leidenschaft lässt sich eine Karriere machen. Glauben Sie nicht? Okay, hier ein hypothetisches und ein reales Beispiel:

A: Nehmen wir an, Ihre Antwort ist ein selbstkritisches *Ich glaube, das Einzige, was ich wirklich gerne mache, ist, in der Gegend rumzusitzen und Leute beobachten.*

Gut. Betrachten wir das Beobachten von Leuten einfach einmal als Leidenschaft ... könnten Sie dann nicht Bodyguard werden? Nun, vielleicht fehlen Ihnen hierzu gewisse physische Voraussetzungen oder Sie möchten mit Waffen nichts zu tun haben. Wie wäre es dann mit Kaufhaus-Detektiv? Noch immer zu nah an dem Thema Kriminalität/Gewalt? Wie wäre es dann mit Trendscout? Oder ...

B: Nehmen wir an, Sie antworten: *Zeitung lesen!*

Letztens stieß ich beim Lesen der Zeitung (!) auf einen Artikel über eine ganz erstaunliche Frau. Hier ein Ausschnitt:

„Das wichtigste Zeitungshaus Englands steht in Nordlondon. Ohne Edda Tasiemkas Schnipselarchiv würde die britische Schreiberelite verzweifeln. Edda Tasiemkas pflegt das wohl umfangreichste Privatarchiv an Zeitungs- und Magazinausschnitten Englands. 1949 gründete sie es gemeinsam mit ihrem Mann. Heute verstaut die 83-jährige in ihrem Wohnhaus im Londoner Norden mehrere Millionen Ausschnitte zu allen Themen, die die Welt bewegen. (...) Zeitungsartikel aus fast drei Jahrhunderten haben sich auf drei Etagen in jedem Winkel eingerichtet, das ganze Haus ist ein einziges großes Archiv. Zwar dauert ein Suchbegriff länger als bei Google. Doch Englands Schreiberelite schwört auf Eddas Dienste. (...) Von allen Lobeshymnen auf die 83-jährige formuliert Ciar Byrne, Medienkorrespondentin des 'Independent', die schönste: „Im Gegensatz zur digitalen Konkurrenz hat Eddas Archiv menschliche Intelligenz im Herzen.“ (FTD 26/08/2005)

Halten wir fest: Hier lebt jemand von (und für) das Lesen und Archivieren von Zeitungen. Und ist damit auch noch überaus erfolgreich. Die größten britischen Zeitungen bevorzugen ihre Dienstleitung sogar gegenüber einer viel schnelleren und billigeren Suche im Internet.

**Erst kommt die Leidenschaft. Dann die konkrete Jobdefinition. Können Sie sich jetzt vorstellen, was ich meine?**

So, was tun Sie leidenschaftlich gern? Die Fragen auf der folgenden Seite (bzw. **Übung 3** im Arbeitsbuch) können Ihnen vielleicht zusätzliche Hinweise geben ...

Übrigens: Es ist kein Problem, wenn Sie mehr als eine Leidenschaft finden. Beschränken Sie sich nicht – denn vielleicht ist Ihre postheroische Karriere gerade eine Kombination dieser Leidenschaften. Mehr dazu in Kürze.

Wenn ich für EINE BESTIMMTE Tätigkeit auf dieser Welt geschaffen bin, dann ist das ...

---

Wenn ich könnte, wie ich wollte, würde ich ...

---

Wenn ich sicher wäre, dass nichts schief gehen könnte, würde ich ...

---

Wenn Geld kein Problem wäre, könnte ich endlich ...

---

Wenn ich nur noch 10 Jahre leben würde, würde ich noch ...

---

In den Momenten, in denen ich absolut eins mit mir selbst bin, beschäftige ich mich mit ...

---

Wenn ich mir vorstelle, dass ich auf ein erfülltes Leben zurückblicke, dann sehe ich ...

---

In den besten Momenten meiner bisherigen Karriere beschäftigte ich mich mit ...

---

*Pause zum genießen*

# Du bist, der du sein willst!

Freunde der Philosophie fühlen sich jetzt vielleicht an Friedrich Nietzsche erinnert. Der forderte einstmal: „Werde, der du bist!“ Die Feststellung nebenan führt diesen Gedanken einfach fort. Und enthält neben einer psychologischen Wahrheit auch gleich eine nette Übung, um sich mit seinen eigenen Werten und einigen seiner Persönlichkeitsmerkmale bekannt zu machen.

**Übung 4:** Probieren wir es am Beispiel der „Authentizität“<sup>28</sup>. Bitte spielen Sie doch mal mit folgenden Fragen:

1. Welche Menschen kenne ich persönlich, die ich für außergewöhnlich authentisch halte?  
Was denke ich über diese Personen?  
Was irritiert mich?  
Welche weiteren Eigenschaften beeindrucken mich?
2. Welche Menschen aus Büchern, Filmen oder Erzählungen verkörpern für mich ein hohes Maß an Authentizität?  
Was zeichnet diese Menschen aus?

Wenn Sie die Fragen ehrlich beantworten, erhalten Sie ein schon ziemlich genaues Abbild von Ihrem Vorbild. Und das Schöne: Es ist nur deshalb Ihr Vorbild, weil Sie selber schon größtenteils über die Werte und Potenziale verfügen, die Sie an ihm so attraktiv finden. Wenn nicht schon in der Praxis, dann zumindest als versteckte „Wert-Anlage“. Wäre es nicht so, würden Ihnen die besagten Eigenschaften kaum als so erstrebenswert auffallen. Denn: Sie können nur wahrnehmen und einordnen, was Sie schon kennen. In der Psychologie nennt man dieses Phänomen „Projektion“. Wie sollten Sie beispielsweise den Mut eines anderen bewundern, wenn Sie nicht selber schon eine Vorstellung davon haben, was diesen Mut ausmacht. Und über das, was Sie kennen, können Sie auch verfügen.

# Was sind Sie denn für ein Jeck?

Falls Sie mit den Sitten und Gebräuchen des Rheinlandes nicht vertraut sein sollten ... das ist keine Beleidigung, sondern ein rheinisch-herzliches Kompliment. Die Rheinländer, so wie ich sie in den insgesamt rund 15 Jahren meines Lebens in Bonn genießen konnte, verfügen über eine Sammlung ausgeklügelter und äußerst zweckmäßiger Lebensweisheiten. Hier – zur Einstimmung – zwei der wichtigsten:

1. „Et kütt wie et kütt.“ (Es kommt wie es kommt.)
2. „Et hätt noch immer jotjejang.“ (Es ist noch immer gutgegangen.)

Bestechend, oder? Aber mir geht es an dieser Stelle um noch eine andere sympathische Regel, und zwar: „Jeder Jeck is anders.“ Dieser Grundsatz veranschaulicht die berühmte rheinische Toleranz, die besonders im jährlichen Karneval ihren Ausdruck findet. Der überzeugte Karnevalist ist der regionaltypischen Terminologie nach ein „Jeck“ ... und damit wären wir schlussendlich beim Thema und bei Ihnen:

Was für ein Jeck wären Sie?

Welches wäre Ihre Lieblingsverkleidung?

Und jetzt überlegen Sie bitte einmal, warum es gerade diese Verkleidung ist. Welche Eigenschaften und Merkmale faszinieren oder inspirieren Sie an dem Charakter (Mensch/Tier/Gegenstand), den Sie verkörpern würden? Worin unterscheidet er sich von Ihnen? Was von diesem Charakter würden Sie gerne in Ihren Alltag transferieren?

Sie merken schon: Auch der Karneval bietet spannende Einsichten.