

Neue Kolumnistin Daniëlle Freude-Hellebrand

Nächsten Monat die erste Kolumne

Daniëlle Freude – Hellebrand

Geboren in Aachen. Wohnhaft in Vaals. Besuchte das Sophianum in Gulpen. Anschließend die Maastricht School of Management (FH) Maastricht. Spezialisierte sich in Konsumentenpsychologie. War im HR und Recruitment tätig. Hatte eine eigene Eventagentur. Studiert inzwischen seit sechs Jahren die Fachgebiete Psychologie, NLP, Traumatherapie, Interpersönliche Neurobiologie und in Köln außerdem Neurowissenschaftliches Bildungsmanagement.

Daniëlle: „Warum tun Menschen das, was sie tun? Das will ich wissen. Früher gelang es mir ab und zu, Menschen in einen Flow zu versetzen, manchmal aber auch nicht. Wie kommt es, dass manche Vorgesetzte mich zu Höchstleistungen gebracht haben, während andere mich völlig blockierten? Ich übersetze das Wissen der Neurowissenschaften in den praktischen Alltag im Betriebsleben. Zu dem Zweck gebe ich Präsentationen, Workshops und Coaching.“

‘Viele Unternehmen lassen einen Club Achtjährige Probleme lösen’

Daniëlle Freude – Hellebrand (49). Aus Vaals. In den Niederlanden unbekannt. In Deutschland seit kurzem eine gern gesehene Rednerin. Spricht fließend Deutsch. Jeder Vortrag zieht neue Einladungen mit sich. Nächsten Monat zu dem Unternehmertreffen in Dresden und danach geht es weiter zu einem großen HR-Kongress in Frankfurt. Der plötzliche Erfolg ist noch gewöhnungsbedürftig für sie.

Was sie zu erzählen hat ist hot, denn Neurowissenschaften sind hot. Daniëlle: „Dank der neuesten Erkenntnisse über das Gehirn wissen wir inzwischen, wie begrenzt die Denkkapazität unseres Hirns ist, während die sozialen Bedürfnisse des Gehirns dagegen riesig sind. Man will sich in einer Gruppe sicher fühlen, braucht psychologische Sicherheit, es besteht ein Bedürfnis nach Verbundenheit und Autonomie. Liegt das alles nicht vor, reduziert sich die Denkkraft in hohem Tempo.“

Man kann nicht mehr klar denken, nicht mehr kreativ sein und auch nicht gut zusammenarbeiten. Man wird geplagt vom Tunnelblick. Ethik entspringt unserem reflektierenden Gehirn, nicht dem Reflexhirn. “Wenn Vorgesetzte Menschen für höhere Leistungen unter Druck setzen, bewirkt das nur das Gegenteil. Mitarbeiter schalten dann auf Überlebensmechanismen um. Das Blut sackt in niedrigere Gehirnbereiche und im präfrontalen Cortex – dem Gebiet, das für unser Denken verantwortlich ist - läuft nicht mehr viel. Eine gewisse Dosis positiven Stress braucht man allerdings, um Spannung und Stärke fühlen zu können.“

Bei ihren Vorträgen überträgt die in Vaals lebende Daniëlle diese Erkenntnisse auf das Betriebsleben. “Wenn wir gestresst sind, wenn wir die sozialen Bedürfnisse unseres Gehirns nicht erfüllen, schrumpft unser Gehirn auf das Niveau eines Achtjährigen. Negativer Stress und ständiges Multitasking verringern den IQ dramatisch, sie sind schlecht für die intellektuelle Produktivität. Ein gespannter Bogen verleiht einem Pfeil die erforderliche Energie, um sein Ziel zu erreichen. Doch bei Überspannung verliert er seine Elastizität. Viele Unternehmen versuchen im Wesentlichen, mit einem Club Achtjähriger komplexe Probleme zu lösen.“

Wenn ich das bei Vorträgen sage, wird gekichert, denn man erkennt sich darin. Unser Erfolg hängt ab von unserem allerwichtigsten Werkzeug, der Qualität und Quantität unserer Hirnleistung. Es ist das komplizierteste, das die Menschheit kennt. Hin und wieder wundere ich mich über Menschen in

Unternehmen. Wie ist es möglich, dass bei der Arbeit so wenig Initiative und Engagement gezeigt wird, während es abends im Sportverein mühelos klappt, vierzig ehrenamtliche Helfer zu mobilisieren? Vielleicht nutzen wir die starken Seiten voneinander zu wenig. Konzentrieren uns zu sehr auf das, was schief geht, anstelle was gut läuft. Wenn man das als Unternehmen verändern kann, setzt man ein enormes Potenzial frei.“

Die große Frage lautet dann natürlich: Wie stellt man das an? Daniëlle: “Ich kann keine Standardlösung bieten. Es ist eine Frage des gemeinsamen Experimentierens. Immerhin wissen wir, dass eine Reihe von Dingen essentiell ist. Da kommen wir dann wieder auf das soziale Bedürfnis unseres Gehirns. Harvard und auch Google haben ausführlich untersucht, was notwendig ist. Zunächst müssen Mitarbeiter sich sicher fühlen. Die Arbeit muss bedeutungsvoll sein und jede einzelne Leistung muss Wertschätzung erfahren. Man kann beobachten, dass es erste Unternehmen gibt, die einen Chief Happiness Officer einstellen. Grundlegend sind auch wortwörtliche Ruhemomente für Mitarbeiter, um nachdenken zu können. Wir müssen offline gehen und unseren sprichwörtlichen Bogen ab und zu entspannen. Für intellektuelle Produktivität und Kreativität ist das lebenswichtig. So etwas muss man als Arbeitgeber organisieren. Wenn alle sich immer nur hektisch abhetzen, wird das Potenzial nie freigesetzt. Über 60% der Lösungen wird übrigens im Bett-Bad-Bus-Modus gefunden. Also in Ruhe.

Ich frage mich auch, ob der Begriff Human Resource Management den eigentlichen Ansprüchen noch gerecht wird. Vielleicht entwickeln wir uns hin zum Human Being Management, oder noch zum Human Potential Management.

Die Welt ist unglaublich komplex geworden, aber die letzte große Veränderung in unserem Gehirn fand vor 100.000 Jahren statt. Unser Gehirn will und kann nicht alles alleine schaffen. Ideen entspringen nie einem einzigen Gehirn. Man ist abhängig von den eigenen Impulsen und denen anderer. Alles baut aufeinander auf. Wir sind unglaublich soziale Wesen. Nicht nur jede einzelne Zelle unseres Körpers ist mit dem Gehirn verbunden. Mithilfe unserer Sinne existiert auch eine überraschende direkte und indirekte Verbindung mit den Gehirnen anderer Menschen. Letztendlich bewegt man als Unternehmen wirklich etwas im Menschlichen und in der Fähigkeit zu reflektieren. Nicht mit Robotern und ganz bestimmt nicht durch ergebnisorientiertes Steuern von oben. Ich prophezeie eine Rückkehr zu immerwährenden Werten, Sinnerfüllung an erster Stelle. Wir haben ein Bedürfnis nach Halt.

Doch woher kommen all die Unsicherheiten eigentlich? Wir werden gemeinsam im Brainstorming Antworten suchen müssen, um schließlich eine neue Welt und neue Energie zu erhalten. Meaning ist auch im geschäftlichen Sinn the new money.“