

Bessere Entscheidungen treffen - MetaFokus

Version 1

Der Vorstandsvorsitzende fährt auf den Firmenparkplatz seines Unternehmens. Über hundert Autos stehen bereits da, doch zum Glück hat er einen persönlichen Parkplatz, gleich neben der Eingangstreppe. Er biegt in die Zufahrt zu seinem Parkplatz ein und erstarrt: genau auf seinem Parkplatz, der ganz eindeutig und auffällig mit seiner KFZ-Nummer gekennzeichnet ist, steht ein anderes Fahrzeug. Ein kleiner Renault Twingo, und nicht gerade der neueste. Seine Hände werden feucht und ihm schießt das Blut in den Kopf, doch der Vorstandsvorsitzende bemerkt es nicht.



„Welcher verdammte Idiot wagt es, sich auf meinen Parkplatz zu stellen?“ schießt es ihm unmittelbar durch den Kopf. Er schlägt mit der Hand auf das Lenkrad seines neuen Audi A7. *„Wie blind kann man denn sein? Es kann ja wohl jeder Narr sehen, dass dieser Parkplatz reserviert ist! Den kauf ich mir!“* Wutentbrannt parkt er sein Auto direkt vor der Eingangstreppe und läuft im Stehschritt zu seinem Büro. Er reißt die Tür seiner Sekretärin auf und betritt großlos deren Büro. *„Irgendein Idiot steht auf meinem Parkplatz! Schaffen Sie mir dieses Auto weg, wie ist mir egal! Hier ist mein Schlüssel, parken Sie dann meinen Audi darauf!“* „Aber Herr...“ „Hab keine Zeit, ich muss zur Vorstellung unseres neuen Werbespots...“

Immer noch wütend schreitet er durch den Gang zum Besprechungsraum. Er öffnet die Tür, alle sind schon da und warten auf ihn. „Guten Morgen zusammen! Lassen Sie uns keine Zeit verlieren und gleich beginnen! Wir wissen ja alle warum wir hier sind. Es geht bei unserem neuen Produkt um sehr viel für unser Unternehmen. Deshalb haben wir auch die absolute Top-Agentur für unseren Spot beauftragt. Ich bin sehr gespannt darauf, was Sie uns gleich präsentieren werden. Legen Sie los!“

Der Agentur-Mitarbeiter erklärt welche Botschaft sie mit dem Spot vermitteln möchten und startet dann das Video auf dem großen Bildschirm. Eine nette Familie packt ihren Picknick-Koffer und ganz oben auf auch das neue Produkt. Fröhlich gehen sie zu ihrem Auto, um ins Grüne zu fahren. Es ist ein kleiner roter Renault Twingo... Dann ist der Spot zu Ende.

Gespanntes Schweigen. Keiner wagt etwas zu sagen, bevor man an der Reaktion des Vorstandsvorsitzenden ablesen kann, wie der Spot bei ihm angekommen ist. Der Vorstandsvorsitzende atmet schwer. Er blickt einmal in die Runde und wartet. Keiner bewegt sich, alle starren ihn an. *Wie immer denkt er sich. Die haben alle keine Eier in der Hose. Warum sind eigentlich alle außer mir so angepasst? Na wartet...*

„Das war es also? Dafür haben Sie 4 Wochen gearbeitet? Für 30 Sekunden heile Welt wie ich es schon 20 Mal bei anderen Produkten gesehen habe? Und auch noch mit einem Renault Twingo?“

...

Version 2

Der Vorstandsvorsitzende fährt auf den Firmenparkplatz seines Unternehmens. Über hundert Autos stehen bereits da, doch zum Glück hat er einen persönlichen Parkplatz, gleich neben der Eingangstreppe. Er biegt in die Zufahrt zu seinem Parkplatz ein und erstarrt: genau auf seinem Parkplatz, der ganz eindeutig und auffällig mit seiner KFZ-Nummer gekennzeichnet ist, steht ein anderes Fahrzeug. Ein kleiner Renault Twingo, und nicht gerade der neueste. Der Vorstandsvorsitzende merkt, wie seine Hände feucht werden und ihm das Blut in den Kopf schießt.

Er denkt sich: „*Was soll das denn? Was will der auf meinem Parkplatz? Frechheit!*“

Als er gerade „so ein Idiot“ denken will bemerkt er die Wut in seinem Körper. Er stoppt seine inneren Flüche auf den Fahrer des fremden Autos und hält kurz inne. „*Ich spüre eine ziemliche Wut in mir aufsteigen*“, wird ihm bewusst, und dann: „*jemand steht auf meinem Parkplatz und sogleich werde ich wütend*.“ Pause. **Er bemerkt, dass er eine Wahl hat**, wie seine weitere Reaktion ablaufen wird. **Ein kleiner Spalt zwischen Reiz und Reaktion.** „*Interessant. So wenig genügt schon, um meinen Adrenalinpiegel ansteigen zu lassen. Und das nach Jahren des Führungstrainings. Okay, jetzt bewerte ich auch noch meine Reaktion. Ich könnte jetzt z.B. auch noch wütend werden auf mich selbst, weil ich meine eigenen Erwartungen nicht erfülle*.“ Pause. Er spürt in sich hinein. Es entspannt sich. Er bemerkt, dass jetzt Raum entsteht für Handlungsalternativen. Intuitiv spielt er mehrere Möglichkeiten durch. Leichte Freude kommt auf, als er etwas Spielerisches in sich entdeckt. Er parkt sein Auto direkt vor der Treppe zum Haupteingang und geht ins Gebäude.

Auf dem Weg zu seinem Büro sinnt er über die Situation soeben nach. Ein Auto auf seinem Parkplatz hat also ausgereicht, um ihn in Wut zu versetzen. War das angemessen? Sicher nicht, aber dennoch war es in diesem Moment seine innere Realität. Schön, dass er das Gefühl gleich spüren konnte und auch annehmen. Es gab einen kurzen Moment, da wollte er sich über seinen Ärger ärgern, aber auch das hatte er bemerkt und innerlich akzeptiert. Aber warum hatte ihn die Situation an sich überhaupt geärgert? Respektlosigkeit kommt ihm in den Sinn. Diese Spur verfolgt er weiter. Es hatte mit seinem Dominanzanspruch als Vorstandsvorsitzender zu tun. Er spürt, dass hier wohl noch etwas Unerkanntes verborgen lag. Mit einem Mal ist er tief dankbar dafür, dass dieses Auto auf seinem Parkplatz stand. So konnte er wieder mehr über sich erfahren.

In seinem Büro angekommen geht er sogleich ins Nebenzimmer zu seiner Assistentin. „Jemand steht auf meinem Parkplatz. Wissen Sie zufällig wer das ist?“ „Ja“, das sind die von der Werbeagentur, die gleich den neuen Spot präsentieren. Sie steckten im Stau fest und hatten Angst zu spät zu dem wichtigen Meeting zu kommen. Sie haben mir den Schlüssel da gelassen, ich wollte das Auto gerade wegfahren.“

„Ist schon in Ordnung, kann stehen bleiben. Es hat mir einen guten Dienst erwiesen.“

Er betritt den Besprechungsraum, begrüßt die Anwesenden herzlich, fragt dann: „Fährt jemand hier einen roten Renault Twingo!“ Einer der Agenturmitarbeiter steht auf, wird rot und antwortet: „Ja das ist meiner! Wir waren spät dran, wegen Stau, dabei sind wir früh losgefahren und wir wollten nicht zu spät ins Meeting kommen und da hab ich mich dorthin gestellt aber ich hab meinen Schlüssel...“

Der Vorstandsvorsitzende winkt ab „Ist schon gut. Ich wollte mich bei Ihnen bedanken. Habe heute schon wieder etwas über mich gelernt! Bevor wir beginnen schlage ich vor, dass wir uns alle für einen Moment fokussieren auf das, weswegen wir heute hier sind. Unser Marketingleiter wird uns dabei unterstützen.“

Alle gehen für etwa 5 Atemzüge in Stille und stimmen sich auf das Ziel des Meetings ein, dann beginnt der Marketingleiter: „Wir sind heute hier um den Werbespot für unser neues Produkt zu begutachten. Dieses Produkt bringt unseren Anspruch mehr zur Geltung als alle anderen zuvor, deshalb ist auch die Kampagne sehr wichtig. Wir wollen damit erfolgreich sein. Erfolg heißt für uns echte Wirkung zu erzielen, unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten und unserer Vision wieder einen Schritt näher zu kommen. Die Agentur haben wir auch deshalb beauftragt, weil sie eine große Übereinstimmung mit unseren Werten hat. Und jetzt fokussieren wir uns auf unser Ziel und trennen bei der Bewertung des Spots alle zwischenmenschlichen und hierarchischen Aspekte von der Sache, um die es gerade geht.“

...

Welche Entscheidung wird die Bessere sein...?

WAS IST METAFOCUS?

MetaFocus ist eine konzentrierte Aufmerksamkeit, die es uns ermöglicht, Impulse und Abläufe im eigenen Inneren wahrzunehmen. Sie macht uns die inneren Prozesse bewusst, ohne dass wir uns von ihnen mitreißen lassen. Vom alltäglichen Autopiloten mit all seinen Verhaltensweisen und gewohnheitsmäßigen Reaktionen gelangen wir zu mehr und mehr Fokussierung, Handlungsspielräumen, Klarheit und Freiheit.

Im Zeitalter der sogenannten Aufmerksamkeitsökonomie ist die Fähigkeit, Fokus und Konzentration aufrechtzuerhalten, mindestens so wichtig wie technische Kompetenz oder Management-Know-how. Deshalb ist MetaFocus eine Basiskompetenz des 21. Jahrhunderts.

MetaFocus ist in jedem Menschen bereits angelegt. Es ist die Fähigkeit, sich beim Denken selbst zu beobachten, Gefühle quasi „von außen“ wahrzunehmen, seine Intuition bewusst zum Wirken zu bringen. MetaFocus muss also nicht grundlegend erlernt werden, es geht vielmehr um Training und Verfeinerung dieser Kompetenz. Das Ziel ist, jeden Anwender zu mehr Klarheit und mehr Optionen zu führen und so letztlich größere Freiheit und Potenzialentfaltung zu ermöglichen.

Mehr: <https://www.thomas-eisinger.de>