

Angelika Höcker



BUSINESS HERO

EINE
HELDENREISE
IN 7 ETAPPEN

GABAL

Angelika Höcker
Business Hero

*Dieses Buch hat kein anderes Ziel, als denen, die ich liebe, Mut zu machen,
ihre Grenzen zu überschreiten, und zwar nicht mehr auf der Erde,
im Wasser und in der Luft, sondern in ihrem eigenen Inneren,
um dort den Mittelpunkt des Kreises ihrer eigenen Existenz zu finden.
Wenn ich dieses Ziel tatsächlich erreiche,
werde ich mich auf meiner Suche weniger alleine fühlen ...*

BERTRAND PICCARD

Angelika Höcker

Business Hero

Eine Heldenreise in 7 Etappen

GABAL

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

ISBN 978-3-86200-440-9

Umschlaggestaltung: Martin Zech Design, Bremen | www.martinzech.de

Umschlagillustration: A-Digit/iStockphoto

Satz und Layout: Das Herstellungsbüro, Hamburg | www.buch-herstellungsbuero.de

Druck und Bindung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2010 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages.

www.gabal-verlag.de

Inhalt

Vorwort 9

1. Reisevorbereitungen 11

Die Helden unserer Kindheit 12

Wir brauchen neue Helden 12

Die innere Reise zur Kreativität 16

Achtsamkeit 18

Erzählen können 21

Die eigene Erfolgsstory schreiben 22

Für wen kommt die Heldenreise infrage? 23

Erste Reflexion: Die Spur der inneren Stimme aufnehmen 27

Die sieben Etappen der Heldenreise 29

2. Im Alltäglichen – zum Außergewöhnlichen 37

Es war einmal ein Elefant ... 37

Mein Aufbruch zu mir selbst 39

Reiseunternehmen 42

Die Reise beginnt im Alltag 46

Zweite Reflexion: Wie sieht es im Moment in Ihrem Leben aus? 48

»Schöner Scheitern« 50

Veränderungsimpulse 52

3. Das Abenteuer lockt – können Sie den Ruf hören? 56

Ein Wispern, ein Flüstern – ein Ruf, ein Schrei 56

Verpasstes Leben 57

Dritte Reflexion: Lernen, den Ruf zu hören 58

Alles Zufall? Alles Zufall! 60

Körperliche Zweifel 63

Unverstandene Impulse 65

Das Leben ruft 66

Nur Mut! Nur Angst! 70
Noch einmal: Was ist ein Ruf? 73

4. »Das geht doch auf gar keinen Fall ...« – die Verweigerung 76

Erster Gegenwind 77
Der innere Kritiker 82
Nur Fliegen ist schöner 85
Und Sie? 87
Veränderung und Akzeptanz 89
Vierte Reflexion: Akzeptanz lernen 91

5. Ja zum Leben, ja zu mir – die Entscheidung 95

Fünfte Reflexion: Entscheidungen vergegenwärtigen 99
Das Leben – ein fortwährender Marshmallow-Test 103
Wille ist nicht gleich Wille 105
Muskeltraining für den Willen 107
Sechste Reflexion: Lernen, bewusst zu entscheiden 110
Nach der Geschichte: das Prinzip Menschlichkeit 110

6. Exkurs – Mentoren und innere Kinder 115

Entscheidungen setzen Energien frei 118
Siebte Reflexion: Wer sind Ihre Mentoren? 121
Mentor jr. – das »innere Kind« 121
Achte Reflexion: Den Kontakt zu Ihrem »inneren Kind« vertiefen 126
Zwölf Mentoren und ein Kind 127

7. Kampf an der Schwelle 129

Das große Hindernis 129
Über die Schwelle 130
Daimon und Dämon 135
Den Dämon füttern 137
Die Nachtmeerfahrt 138
Ins Labyrinth finden 142
Neunte Reflexion: Über die Schwelle gehen – Widerstände überwinden 144

8. Neuland – das neue Land 147

Change – das essenzielle Geschenk 147
Neuland 150
Zehnte Reflexion: Mutig das neue Land erobern 154

Neues sein, neues Sein 154

Ein dramatisches Ritual 158

9. Die Belohnung 164

Die Schatzinsel 164

Geschenke auspacken 166

Jenseits des Lavafelds 169

Geschenke zum Weiterschicken 171

Potlatch 172

Das Geschenk ist eine Antwort 174

Elfte Reflexion: Das Geschenk erkennen, die Belohnung annehmen 178

10. Die Rückkehr 181

Neustart 181

Der Wiedereintritt in die Alltagsatmosphäre 182

Der Weg aus dem Labyrinth 184

Die Rückkehr ist eine Zwischenstation 188

Zwölfte Reflexion: Ein Fazit ziehen – die Heldenreise im Rückspiegel 189

Pleite ist nicht gleich Pleite 190

Epilog 196

Danksagung 203

Literaturverzeichnis 205

Stichwortverzeichnis 211

Über die Autorin 215

Vorwort

Das chinesische Zeichen für Krise *Wei-Ji* bedeutet zugleich Chance – was sich in dem oft zitierten Satz niedergeschlagen hat: Krisen sind Chancen. In der Tat birgt jede Krise die Chance auf Veränderung und einen Neuanfang.

Allerdings sind diese Prozesse bei uns Menschen oft mit tief greifenden Ängsten und Selbstüberwindung verbunden. »*Vor jeden Neubeginn stellen die Götter die Wächter der Angst*«, heißt eine berühmte Figurengruppe der Künstlerin Karen Müller. Es geht darum, loszulassen und Abschied zu nehmen, Neuland zu betreten, sich Unbekanntem und vor allem den inneren Schattenseiten zu stellen. Dies sind durch alle Zeiten und Kulturen die Themen von Märchen und Heldensagen. Gerade in den Heldenreisen verdichten sich archetypische Grundmuster von Reifung und Persönlichkeitsentwicklung. Mag sich die Welt um uns herum auch immer schneller verändern, die Entwicklung der menschlichen Psyche folgt seit Jahrtausenden den gleichen Prinzipien. Indem wir die alten Weisheiten der Heldenreisen verdichten und sie auf die individuellen und organisatorischen Veränderungsprozesse in der heutigen Zeit übertragen, schöpfen wir aus einer wertvollen Ressource, um die komplexen Herausforderungen der Gegenwart besser zu meistern.

Dies ist das Anliegen von Angelika Höcker, die Sie mit diesem Buch schon beim Lesen in der einen oder anderen Weise zu Ihrer persönlichen Heldenreise mitnehmen wird.

Dieses Buch fordert uns heraus, unsere eigenen Paradigmen zu verändern, alte Muster aufzugeben und vor allem der Versuchung zu widerstehen, alles planen und kontrollieren zu können.

* Zitiert nach:
Siegfried Gohr:
*Ich suche nicht,
ich finde. Pablo
Picasso. Leben
und Werk.* Köln:
Dumont, 2006

Die neue Haltung, zu der es uns führen kann, mag sich auch in folgendem Notizbucheintrag* von Pablo Picasso finden:

Ich suche nicht – ich finde

*Suchen – das ist Ausgehen von alten Beständen
und ein Finden-Wollen
von bereits Bekanntem im Neuem.*

Finden – das ist das völlig Neue!

Das Neue auch in der Bewegung.

*Alle Wege sind offen
und was gefunden wird,
ist unbekannt.*

Es ist ein Wagnis, ein heiliges Abenteuer!

*Die Ungewißheit solcher Wagnisse
können eigentlich nur jene auf sich nehmen,
die sich im Ungeborgenen geborgen wissen,
die in die Ungewißheit,*

*in die Führerlosigkeit geführt werden,
die sich im Dunkeln einem unsichtbaren Stern überlassen,
die sich vom Ziele ziehen lassen und nicht
– menschlich beschränkt und eingeengt –
das Ziel bestimmen.*

*Dieses Offensein für jede neue Erkenntnis
im Außen und Innen:*

*Das ist das Wesenhafte des modernen Menschen,
der in aller Angst des Loslassens
doch die Gnade des Gehaltenseins
im Offenwerden neuer Möglichkeiten erfährt.*

Lassen Sie sich zu einer ganz besonderen Reise einladen.

Florenz, im Juli 2010

Marco von Münchhausen

Dr. Marco Freiherr von Münchhausen ist Bestsellerautor
(u. a. »So zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund!«) sowie international
anerkannter Key-Note-Speaker und Coach.

1. Reisevorbereitungen

Diejenigen Unternehmen werden Erfolg haben, denen es gelingt, ... den ... Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Chance zur inneren Transformation zu bieten. Und diejenigen wird man Helden nennen können, die diese Entwicklung anführen und meistern können.

DONA WITTEN / AKONG RINPOCHE

Die indo-europäische Wurzel des englischen Wortes leadership und des deutschen Wortes Leitung ist »leith« und bedeutet wörtlich »nach vorne gehen«, »über die Schwelle gehen« oder »sterben«.
Die tiefere Erfahrungsschicht von Führung in Veränderungsprozessen zeigt eine spürbare Resonanz von dieser ursprünglichen Bedeutung der Wortwurzel, die in der existenziellen Erfahrungsdimension in transformationalen Veränderungsprozessen sichtbar wird:
im Loslassen und Sterben-lassen des Alten
und im In-die-Welt-bringen des Neuen
und in dem Mysterium und dem Nichts,
das zwischen diesen beiden Bewegungen liegt.

C. OTTO SCHARMER

Die Helden unserer Kindheit

Wenn wir von Helden sprechen, dann meinen wir gemeinhin jene strahlenden Gestalten aus den Büchern, die wir in unserer Kindheit und Jugend verschlungen haben, und den Filmen, die uns in ihren Bann gezogen haben. Von den jahrhundertealten Märchen und Mythen bis hin zu den Hollywood-Filmen und Superhelden-Comics haben sie unsere Träume erfüllt und unsere Fantasie beflügelt. Unendlich viele glückliche Stunden verdanken wir ihren Abenteuern, von denen wir nicht satt wurden, immer wieder überlisteten wir die Realität, um in das Reich der Fantasie eintauchen zu können. In unseren Träumen waren wir selbst unbesiegbar und haben die Welt gerettet. Aber man kann nicht ewig Kind bleiben, und je erwachsener wir werden, desto mehr verblassen die Erinnerungen an jene glücklichen Tage der fliegenden Teppiche, feuerspeienden Drachen und magischen Amulette.

Das Reich der Fantasie im Arbeitsleben

Und im Arbeitsleben? Dort ist erst recht kein Platz für Abenteuer, Magie und Helden – zumindest scheint es so zu sein, denn wenn vom *Business Hero* gesprochen wird, wissen die meisten erst mal nicht, wovon die Rede ist. Magische Kräfte, märchenhafte Züge und mythische Aufträge sind in tristen Büros und im trüben Alltag nicht vorgesehen. Loseblattsammlungen, Dienstvorschriften und Verfahrensanweisungen, Controlling-Instrumente und Corporate-Identity-Vorgaben erzeugen ein Klima, in dem Zauberer und Elfen schlecht gedeihen, eine Luft, in der Zwerge und Prinzessinnen nur schlecht atmen können. Das heißt aber nicht, dass in der ökonomischen Welt nicht regelmäßig und vorhersehbar der Ruf nach dem Helden laut wird.

Wir brauchen neue Helden

Sobald eine Krise an der Tür klopft, werden Helden mit übernatürlichen Kräften unüberhörbar gefordert. Der Drachentöter hat genau dann Hochkonjunktur, wenn die Wirtschaft am Boden ist. Er soll das Ruder an sich reißen und das Schiff durch Unwetter und die tosende See navigieren. Er allein soll bestim-

men, was auf der Kommandobrücke geschieht. Wer außerdem mit an Bord ist, hat sich seinen kurzen, knappen Befehlen ohne Widerworte zu unterwerfen. Er hat sein Mandat in der Krise erhalten, seine Lizenzen sind aus der Not geboren. Im Ausnahmezustand werden Netzwerke, Organisationseinheiten, Systeme und rationale Prozesse gesprengt – und der heroische Diktator, dieser sehr alte Typus des Helden, betritt die Bühne.

Wenn alle anderen Stimmen verstummen, steht das Spiel auf Messers Schneide. Der alleinherrschende Krisenheld bestimmt allein kraft seines Charismas, wo es langgeht. Er kann alles gewinnen – aber auch alles verlieren.

Großformatige Führungshelden richten auch Katastrophen von großem Format an. Wenn auf Netz und doppelten Boden verzichtet wird, um kurzfristig handlungsfähig zu werden, dann ist auch die Zeit der tragischen Helden und der strauchelnden Schurken gekommen. Längst ist deswegen die Epoche des »postheroischen Managements« ausgerufen worden (Dirk Baecker, *Postheroisches Management*, 1994; Brigitte Witzer, *Die Zeit der Helden ist vorbei*, 2005). Man ist des Helden älterer Prägung überdrüssig und besser noch, man verabschiedet die Idee gleich ganz.

**Der Held von
großem Format
war gestern**

Der Abgesang auf den ökonomischen Helden ist aber vielleicht etwas verfrüht. Nur brauchen wir eben keine Helden von vorgestern, sondern von heute und morgen. Ich möchte mit dem *Business Hero* einen dritten Weg vorschlagen, auf dem der Held weder vergöttert noch verdammt werden muss. Ich möchte die Frage neu stellen, was der Held für uns *heute* sein kann. Ich denke an einen Typus des Helden, der nicht in den Krieg zieht, um Schlachten zu gewinnen, sondern in die Welt, um sie zu einem besseren Platz nicht nur für sich, sondern für uns alle zu machen. Ich denke an einen Helden, nach dem nicht bloß gerufen wird, wenn die Schiffe bereits sinken. Mein Held lehnt dankend ab, wenn ihm die Stelle als Alleinherrscher unterschriftsreif vorgelegt wird. Er arbeitet für sein eigenes Wohl, denn er ist ehrgeizig und hat Ambitionen, aber eben auch für das seiner Mitarbeiter, ohne die er keine solchen Erfolge verbuchen könnte. Seine Sor-

**Der Held von
heute ist
ein Weltbürger**

ge gilt zudem seiner Gesellschaft und ihrer Ökonomie. Und er begreift sich als verantwortungsvoller Weltbürger des einzigen bewohnbaren Planeten, den die Menschen kennen. Der *Business Hero* sieht also nicht nur sich selbst, sondern hat auch seine engeren und weiteren Umwelten immer im Blick.

**Wir sollten
demokratische
Helden werden**

Ich spreche also von einem *demokratischen Helden*, der nicht heroisch gegen seine Rivalen in den Krieg zieht, sondern eine Heldenallianz initiiert, die bei allem notwendigen Egoismus nicht diejenigen vergisst, die keine Helden sein können, dürfen oder wollen. Wir sollten unser Bild vom Helden demokratisieren und daran mitarbeiten, demokratischen Helden gute Arbeitsbedingungen zu bereiten. Und *last, but not least*: Wir sollten selbst demokratische Helden werden.

Der Held von gestern ist laut und neigt zu übertriebenen Gesten. Jeder soll schon von Weitem und mit einem Blick sehen, wer das Sagen hat. Im Getümmel der Schlacht, die er angezettelt hat, steht er immer im Mittelpunkt. Theatralischer als die Ritter seiner Tafelrunde lässt er seine Klinge auf den gegnerischen Rüstungen tanzen.

Wir sollten lernen, dass das Spektakel nur Oberfläche ist, nur blendender Schein. Der moderne Held verzichtet auf lautes Gepolter. Er definiert sich nicht durch Schall und Rauch, vielmehr ist es eine *innere Entwicklung*, durch die er gegangen ist, die ihn auszeichnet. Er hat seine Fähigkeit, laut werden zu können, keineswegs verloren, er hat aber gelernt, Dezibel homöopathisch zu dosieren. Seine Autorität bedarf keiner falschen dramatischen Inszenierung, sie ist natürlich und verdankt sich vielmehr einer inneren Gelassenheit und Ruhe, mit der er ohne Hektik, dafür aber entschlossen und mit Bestimmtheit die Dinge anpackt.

**Die Helden
von gestern und
heute reisen
unterschiedlich**

Älterer und neuerer Held unterscheiden sich deutlich – und zwar besonders deutlich hinsichtlich ihrer Reisevorlieben. Der ältere Held zieht sofort, ohne zu zögern und viel zu überlegen, in die Welt, die voller Feinde und potenzieller Schlachtgegner ist. Er wird nicht ruhen, bis er der Letzte ist, der noch steht,

umkränzt von gefällten Rüstungen. Er ist bereit und begierig, bis zur letzten Entscheidung zu kämpfen, und sollte er es nicht schaffen, dann ist er wild entschlossen, das Schlachtfeld mit seinem eigenen Blut zu tränken. Mit anderen Worten: Er ist ein kopfloser, ein notorischer Aktivist. Nur wenn er handelt, meint er, gesehen zu werden. Und nur, wenn er gesehen wird, meint er, zu sein.

Der neuere Held ist auch entschlossen, aber er kann Zweifel zulassen. Er zieht nicht gleich los und wirft sich ins Kampfgetümmel gegen beinahe beliebige Gegner. Auch er tritt eine Reise an, die ihn aber nach innen führt. Sein Heldentum beginnt mit einem Umweg. Er weiß, dass er nicht alle Gegner niederringen kann – und er weiß vor allem, dass er nichts davon hätte, jeden und alle zu besiegen. Ein *Business Hero*, der alle als Gegner sieht und alle zu Boden schickt, hätte schließlich keine Kunden mehr, er hätte niemanden, mit dem er einen Vertrag abschließen könnte, niemanden, mit dem er kooperieren könnte, niemanden, mit dem er zusammenarbeiten könnte. Der moderne Held bricht zu sich selbst auf, nicht gegen andere. Seine Expedition ist zuerst Introspektion. Er besinnt sich auf sich und die Fähigkeiten, die er in sich trägt. Er weiß, dass er davon mehr hat, dass dies der größte Sieg ist, dass Erfolg haben und die Fähigkeit, »Ich« sagen zu können, sich keineswegs widersprechen – übrigens entgegen anders lautender Gerüchte. Die Eroberung von Ich-Anteilen *und* Marktanteilen, das sind die Ziele des modernen Helden. Dafür muss man andere Reisen machen und anders reisen. Vielleicht werden Dritte diese verschlungenen Wege nicht sofort verstehen, und es kann immer wieder zu Irritationen und Konflikten kommen, wenn man diesen Pfad aber konsequent und überzeugt einschlägt, wird man den doppelten Erfolg ernten können, sich sowohl glücklicher in seiner Haut fühlen als auch gerüstet sein für die ökonomischen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft.

Ziele des modernen Helden sind, innen und außen neue Felder zu erobern

Und natürlich ist der Held, der auch heute noch Held sein kann, nicht zwangsläufig ein Mann. Die Heroen der Geschichte waren Männer, abgesehen von wenigen Ausnahmen wie Jeanne d'Arc. Wenn die tapferen Ritter in die Welt zogen, um die

Äventiure, die Bewährungsproben und Abenteuer, zu bestehen, blieben die Hoffräulein einsam im Turm der Burg zurück, um vielleicht für fahrende Minnesänger ihr Haar herunterzulassen. Ein *Business Hero* dagegen kann Frau oder Mann sein. Die Heldenreise kennt keine Frauenquote, auf den Weg zu sich selbst und zum Erfolg kann jede(r) aufbrechen.

Wir sind nicht alle Helden. Aber jeder von uns trägt das Potenzial in sich, ein Held werden zu können. Auf der Heldenreise, die ich mit Ihnen unternehme, kann jeder den verborgenen Schatz heben und ein *Business Hero* werden. Hat Sie das Reiseieber auch schon gepackt? Überlegen Sie schon, was Sie auf jeden Fall mit auf den Weg nehmen wollen? Fragen Sie sich bereits, wohin der Weg Sie führen wird?

Machen wir uns gemeinsam auf die Reise!

Die innere Reise zur Kreativität

Reisen bildet und längst wissen wir, dass Bildung unser wertvollstes Gut ist. Aber allzu oft gehen wir geradezu fahrlässig mit unserem Potenzial um. Wir sollten mehr reisen. Machen wir uns auf den Weg! Aber nein, nein, nur keine Hektik. Sie können diese Reise nicht buchen und kein Ticket in der Hand halten, Sie müssen sich nicht einmal vom Fleck weg bewegen. Bleiben Sie ruhig sitzen und entspannen Sie sich. Diese Reise ist eine innere Reise.

Der moderne Held reist auf dem Weg zur Selbsterfahrung ...

Eine der schönsten Definitionen des Helden stammt von Paul Rebillot und Melissa Kay: »Ein Held, ob im Mythos oder in der heutigen Welt, ist jemand, der einen Ruf hört und ihm folgt« (Paul Rebillot und Melissa Kay, *Die Heldenreise*, 1997, S. 26). Der Held macht sich auf den Weg und stürzt sich in die »Abenteuer der kreativen Selbsterfahrung«. Er verlässt den Raum der Gewissheit und begibt sich frohen Mutes in die Gefahr. Er geht auf die *Heldenreise* zu den Quellen des eigenen Selbst und seiner Kreativität.

Rebillot und Kay haben ihre therapeutische Methode zwischen modernem Theater und urzeitlichem Ritual angesiedelt. Sie ist ein wilder Mix aus Narren- und Dämonentänzen, Meditationen, Körpererfahrungen und Atemübungen, Reisen durch den Wahnsinn und in das Land der Wunder. Diese verrückte Heldenreise steuert mit hohem Tempo und großem Charme aufs Ziel zu: dem, der sich auf die Reise begeben hat, einen möglichst intensiven Selbsterfahrungsprozess zu ermöglichen.

Die Methode basiert auf einer kulturgeschichtlichen Untersuchung Joseph Campbells. Schon 1949 beschrieb der US-amerikanische Mythenforscher die Reise des Helden. Er zeigt, dass die großen Märchen, Volkssagen, Mythen und Religionserzählungen im Wesentlichen aus denselben Elementen bestehen. Vom alten Griechenland bis ins neue Hollywood wird immer wieder der gleiche »Monomythos« (J. Joyce) erzählt, der aus den immer gleichen »Archetypen« (C. G. Jung) besteht. Der Held hört den Ruf, zögert, bricht auf, wird geprüft, erhält übernatürliche Hilfe, übersteht zahlreiche Abenteuer, gewinnt den Schatz, kehrt, wiederum zögernd, zurück und schenkt der Welt seinen Gewinn.

**... vom kultur-
geschichtlichen
Ursprung ...**

Das kostbare Geschenk, das der Held gewonnen hat und mit den Seinen teilt, ist vielleicht ein Stein, dem magische Kräfte nachgesagt werden, oder ein wertvolles Elixier, das ewiges Leben verspricht. In turbulenten Abenteuern ist er mehrfach nah dran, den »verlorenen Schatz« oder den »heiligen Gral« zu erobern. Nach dem entscheidenden letzten Abenteuer hält er das kostbare Gut dann in Händen und bringt es sicher in die Welt, aus der er einst aufgebrochen war. Zu den zentralen Motiven dieser Eroberung gehört es, dass das, worum es die ganze Zeit ging, mit einem Mal nicht mehr so wichtig ist. Am Ende erkennt der Held oftmals, dass er gar nicht auf der Suche nach unermesslichem Reichtum gewesen ist. Zu Staub zerbröseln ihm all die Dukaten und Taler zwischen den Fingern – aber das macht nichts. Denn der zurückgekehrte Held hat inzwischen begriffen, dass er auf einer ganz anderen Suche war, ohne es zu wissen. Parallel zur *äußeren Reise* vollzieht der Held eine *innere Entwicklung* – und das wird ihm meistens erst am vorläufigen Ende

**... bis zur
inneren Ankunft**

seines Weges bewusst. Er musste erst die Welt erobern, um sich selbst zu finden. Seine abenteuerliche Reise in die Ferne war ein Umweg – ein kraftraubender Umweg, der ihn an seine Grenzen geführt hat, aber allemal ein lohnender. Der Gewinn ist wertvoller als alle materiellen Schätze: »Der Held ist ... der Mensch, ob Mann oder Frau, der fähig war, sich über seine persönlichen und örtlich-historischen Grenzen hinauszukämpfen zu den allgemein gültigen, eigentlich menschlichen Formen. Seine Visionen, Ideen und Eingebungen kommen unverdorben von den Urquellen menschlichen Lebens und Denkens.« (Joseph Campbell, *Der Heros in tausend Gestalten*, 1999, S. 26)

Achtsamkeit

Kaum ein Wissenschaftszweig hat in den letzten Jahren so viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen wie die Neurowissenschaften. In weiten Teilen sind die altehrwürdigen Geisteswissenschaften zugunsten der neueren Kognitionswissenschaften in den Hintergrund getreten. Während die Erforschung des Ich früher ganz klar auf dem Hoheitsgebiet der Philosophie stattfand, sind die Zuständigkeiten inzwischen neu verteilt.

Ich möchte aus der Vielzahl der Veröffentlichungen, die in diesem Zusammenhang von Interesse wären, nur einen Text – oder genauer: nur einen Begriff auswählen, jenen der Achtsamkeit. Der Neurobiologe und Psychologe Daniel J. Siegel stellt ihn in seinem Buch *Das achtsame Gehirn* in den Mittelpunkt seiner Überlegungen. Achtsamkeit, das ist auf der einen Seite Gewahr- oder Gegenwärtigsein, die Lenkung der Aufmerksamkeit auf das Hier und Jetzt, eine Art der bewussten Steuerung unserer Wahrnehmung. Auf der anderen Seite klingt in dem Begriff auch die Achtung (vor den anderen) an. Wer »Achtung!« sagt, kann damit sowohl alarmieren, man solle nun aufpassen, als auch ausdrücken, er empfinde Respekt gegenüber jemandem.

Der Held kennt seine Aufgaben

Genau diese Doppelbedeutung ist auch für die Heldenreise von essenzieller Bedeutung. Ich beginne mit der zweiten Bedeutung:

Achtung vor anderen zu haben, ist genau das, was ich meine, wenn ich vom Ideal des demokratischen Helden spreche. Man könnte auch sagen, er ist ein achtender Held, während ältere Heroen oft verachtende Helden waren. Es ist kein Wunder, dass Siegel seine Wissenschaft *Interpersonelle Neurobiologie* nennt. Dort wie hier geht es nicht um das Fitmachen von verhärteten Einzelkämpfern für ihren Showdown gegen die ganze Welt, sondern um ein zukunftsstiftendes Heldentum, um einen Helden, der nicht von Feinden und Gegnern umzingelt ist, sondern Aufgaben sieht, die er zusammen mit anderen anpacken und bewältigen möchte. Und er wählt Arten und Weisen des Handelns, die keine Opfer hinterlassen. Er will keine Schandtaten begehen, sondern Gutes bewirken. Er will nicht von den Menschen getrennt, sondern mit ihnen sein.

Nun zur ersten Bedeutung der Achtsamkeit als Fokussierung der Aufmerksamkeit. Wenn wir unser Leben gewissermaßen »einfach so« leben, unsere Alltagsroutinen immer weiter laufen lassen und auch alles andere »irgendwie« geschieht, dann verstreicht die Zeit formlos. Wenn wir aber bewusst und zielgerichtet unsere Aufmerksamkeit lenken, wenn wir achtsam gegenüber uns selbst sind, dann formen wir uns selbst, unser Erleben, unseren Alltag, unser ganzes Dasein. Wir lenken den Fluss der Zeit, wir sind den »Naturgewalten« dann nicht mehr wehrlos ausgeliefert, sondern bestimmen mehr und mehr selbst, wo und wie es langgeht. Achtsamkeit für sich selbst, für die eigenen Bedürfnisse genauso wie für die eigenen Fähigkeiten – das sind keineswegs irgendwelche »Luxusartikel«, die niemand wirklich braucht, vielmehr gelangen wir so zu uns selbst, an die Quellen unseres Menschseins: »Die Fähigkeit, seine eigenen Potenziale zu erkennen und zu entwickeln, ist das herausragende Merkmal des Menschen. Diese Selbstreflexionsfähigkeit braucht unsere Spezies überlebensnotwendig, um dem Chaos und der Starre gleichermaßen zu entgehen.« (Daniel J. Siegel, *The Mindful Brain – das achtsame Gehirn*. In: Hüther/Roth/von Brück, 2008, S. 38–55, hier S. 55)

**Aufmerksamkeit
im Alltag
nutzt die Zeit**

Jeder Mensch hat diese Fähigkeit. Siegel verortet sie im »präfrontalen Kortex«, dem Bezirk des Gehirns direkt hinter der

**Die
Selbstreflexions-
fähigkeit ist
Voraussetzung für
Achtsamkeit**

Stirn. Wie dem auch sei, genau diese Fähigkeit (bzw. dieses Hirnareal) lassen wir Menschen allzu oft verkümmern. Wir gehen nicht sorgsam mit den Potenzialen um, die uns mitgegeben wurden. Die Nachlässigkeiten schleichen sich ein, verstärken sich im Wechselspiel mit den »Notwendigkeiten«, die wir so gerne beschwören, um eine Ausrede zu haben, weil wir die Dinge nicht anpacken. Die Spirale beginnt abwärts zu drehen, erst leicht, dann immer heftiger und unaufhaltsamer. Das Ende ist die Verödung ehemals fruchtbaren Bodens, auf dem nun nichts, aber auch gar nichts mehr wächst.

Die Heldenreise ist Dünger für die Achtsamkeit. Tritt man sie an, dann lernt man, was man früher vielleicht besser gekonnt hat – man lernt wieder, auf sich selbst zu hören, das zu hören, was im Alltagslärm die Stimme verloren hat. Man lernt wieder zu sehen, was aus dem Blickfeld geraten ist. Man lernt wieder, sich auf die wirklich wichtigen Dinge zu fokussieren, statt im Ver- und Zerstreuten alles als gleich wichtig oder unwichtig wahrzunehmen, alles gleichgültig als gleich gültig zu werten.

Die Heldenreise ist ein Trainingslager für Achtsamkeit, aber auch in der anderen angesprochenen Hinsicht. Wer sich selbst achtet und auf sich selbst achtet, wird letzten Endes auch den oder die anderen achten. Wer heute, hier und jetzt, ein wirklicher Held ist, hat verstanden, dass der Weg zum Heroe nur über die Achtung der Mithelden führen kann. Insofern sind das Konzept Achtsamkeit und die Heldenreise Anleitungen, sowohl sich selbst als auch die anderen mehr zu schätzen, mehr Aufmerksamkeit in beide Richtungen zu investieren, die Sorge um sich und den Respekt gegenüber den anderen auf einem hohen Niveau auszutarieren.

Ob Sie sich nun sich selbst zuwenden oder nicht, ob Sie auf die Heldenreise gehen oder so weitermachen wie bisher: Auf einer Reise sind Sie sowieso – es stellt sich allenfalls die Frage, auf welcher. Man kann mit Autopilot fliegen oder das Steuer selbst in die Hand nehmen. Man kann die Reise, auf der man sich befindet, dafür nutzen, zu sich selbst zu finden, oder ziellos den Schlingerkurs der automatischen Steuerung über sich ergehen

lassen. Mein Rat in dieser Angelegenheit: Nutzen Sie Ihren Flug. Spannen Sie die beiden Flügel der Achtsamkeit auf. Und gehen Sie nicht auf die erstbeste All-Inclusive-Bequemlichkeitsreise, sondern machen Sie den einzig wirklichen Abenteuerurlaub: die Heldenreise.

Erzählen können

Das Modell der Heldenreise, wie es Campbell anhand von Geschichten aus mehreren Jahrtausenden entwickelt und das Rebillot und Kay zur spirituellen Methode der Selbsterfahrung ausgebaut haben, ist seither von zahlreichen Psychologen, Gestalt- und Psychotherapeuten adaptiert worden. Von fragwürdiger Esoterik bis zu ernsthaften Therapieformen reicht das Spektrum, in dem man sich auf die Reise begeben kann. Mit meinen Coachings und diesem Buch möchte ich die Methode nicht nur für den Einzelnen, sondern auch und vor allem für Teams und Organisationen, in Mitarbeiterseminaren, Teamentwicklungsprozessen und Change-Kontexten fruchtbar machen, sind doch die Helden unserer Tage vielfach ökonomische Akteure.

Aber auch auf einem ganz anderen Gebiet ist das Modell längst extrem wichtig geworden. Die Heldenreise, die zuerst in Mythen, Märchen und Sagen entdeckt wurde, findet heute in den Kinosälen rund um den Globus statt. In den Traumfabriken Hollywoods, Bollywoods und der ganzen cineastischen Welt werden Heldenreisen am laufenden Band produziert.

**Die Heldenreise
gibt es als Dreh-
buch im Kino**

Christopher Vogler, der für Walt Disney, Warner Bros., 20th Century Fox und andere große Studios mehrere Tausend Drehbücher gelesen und bewertet hat, erkundete mit *Die Odyssee des Drehbuchschreibers* als Erster das archetypische Muster des modernen Films. Von A wie *Auf der Suche nach dem grünen Diamanten* bis Z wie *Zwölf Uhr mittags* basiert das große Kino auf dem Skript der Heldenreise. Ob *Titanic*, *Indiana Jones*, *Krieg der Sterne* oder *Pulp Fiction* – immer bedienen sich die Drehbuchautoren bei dem uralten Muster, das die Fantasie der Menschen seit den Anfängen der Geschichte wieder und wie-