

„Wir müssen unser Gehirn neu trainieren“

Interview. Karrierecoach Jens Wolff über einen besseren Umgang mit der Digitalisierung

Es ist die pausenlose Erreichbarkeit, die Jens Wolffs Klienten zu schaffen macht. Es ist die Zeit, die fehlt, um tief in Aufgaben einzutauchen. Es sind die vielen E-Mails, die bei Managern Druck erzeugen. Jens Wolff ist Karrierecoach und berät unter anderem auch Führungskräfte, die sich am Ende des Tages fragen: „Was habe ich heute gemacht, außer zu telefonieren und hunderte E-Mails zu beantworten?“ Im Interview verrät der Experte, wie sich die Digitalisierung auf unser Verhalten auswirkt und wie wir lernen müssen, mit ihr besser umzugehen.

KURIER: Corona hat die Digitalisierung weiter vorangetrieben. Arbeiten, wo und wann man möchte, ständige Erreichbarkeit, häufige Unterbrechungen durch E-Mails und Co. Was macht die Digitalisierung mit uns Menschen?

Jens Wolff: Im guten Sinne macht sie uns effizienter und nimmt uns Aufgaben ab. Im schlechten Sinne verlieren wir den Bezug zum echten Leben, zu Menschen und zu uns selbst. Sie nimmt uns die Erdung. Wir sind mehr auf das virtuelle Außen konzentriert als auf das reale Leben, das sich gerade in uns und um uns abspielt. Studien zeigen zum Beispiel, dass das ständige in den Bildschirm schauen unseren Hormonhaushalt durcheinander bringt und sich dadurch negativ auf unser Sexualleben auswirkt.

Was ist das Hauptproblem?

Die ständigen Unterbrechungen. Es gibt Studien, die zeigen, dass wir alle drei Minuten von einer E-Mail, einer SMS, einer Push-Nachricht oder einem Anruf unterbrochen werden. Die Folge davon ist, dass unsere Aufmerksamkeit dauernd hin und her springt und dass wir bei unseren Aufgaben nicht mehr in die Tiefe gehen können. Da-

bei passiert in den meisten Jobs ja nichts, wenn wir für zwei Stunden einmal nicht erreichbar sind – weder per E-Mail noch per Handy. Es ist nur das Gefühl, wir müssen erreichbar sein und wollen nichts verpassen, das zu Stress und innerer Unruhe führt.

Was macht die ständige, springende Aufmerksamkeit mit uns?

Man weiß, ebenfalls aus Studien, dass wir etwa 20 Minuten benötigen, um in einem Thema oder einer Aufgabe zu versinken. Jetzt springt unsere Aufmerksamkeit aber ständig von einem Thema zum anderen und das ist irrsinnig anstrengend einerseits. Andererseits machen wir alles nur schnell und oberflächlich und am Ende des Tages haben wir das Gefühl, lauter Kleinigkeiten gemacht oder überhaupt nur E-Mails und Anrufe beantwortet zu haben anstatt bei einer Sache einen großen Schritt weitergekommen zu sein. Das ist wahnsinnig unbefriedigend.

Wie wirkt sich das auf unser Gehirn aus?

Wir trainieren es regelrecht dazu, sich nicht lange auf eine Sache zu konzentrieren und fangen ohne Trigger von außen sogar an, uns selbst bei Aufgaben zu unterbrechen. Kennen Sie das? Sie suchen gerade ein Produkt online, das Sie kaufen wollen. Plötzlich fällt Ihnen etwas anderes

ein und Sie landen auf einer Nachrichtenseite. Sie unterbrechen den Vorgang mit dem Onlinekauf und checken die Nachrichten, anstatt zuerst die eine Aufgabe und dann die andere zu erledigen.

Was können wir tun, damit wir uns wieder länger und vertieft auf eine Sache konzentrieren können?

Man muss zunächst dazu sagen, dass es den meisten Menschen gar nicht bewusst ist, dass sie ständig in ihren Gedanken und Aufgaben unterbrochen werden. Sie fühlen sich einfach nur gehetzt und gestresst bzw. überfordert und müde. Der erste Schritt ist, seine Gedanken zu beobachten und zu bemerken, wann die Gedanken abdriften. Nur so wird einem das Verhalten bewusst. Im zweiten Schritt geht es darum, dranzubleiben und sich zu konzentrieren. Im Falle der Onlinesuche, nicht dem Verlangen nachgeben, plötzlich eine andere Handlung zu tun, sondern zuerst den einen Vorgang abzuschließen. Im Endeffekt müssen wir unser Gehirn wieder neu trainieren.

Und bei der Arbeit?

Da empfehle ich, sich für den Tag ein bis maximal zwei größere Themen he-

rauszugreifen und dann an einem Thema 2-3 Stunden zu arbeiten und dabei E-Mails und Handy abzudrehen. Und sich nur auf das eine zu konzentrieren. Das kann sehr befriedigend sein.

Aber macht man die Dinge bewusster, konzentrierter, dann macht man sie auch langsamer und erledigt im Endeffekt den Tag über weniger.

Das ist ein Irrglaube. Wir glauben, wir sind schneller,

wenn wir schnell viel tun. Aber wir machen mehr Fehler, nehmen das gleiche Ding hundert Mal in die Hand und das Hin und Her braucht viel mehr Energie. In Italien gab es einmal eine Studie, wo das anhand von Richtern untersucht wurde, die man in zwei Gruppen teilte. Die eine Gruppe hat Akt nach Akt abgearbeitet, die andere viele Akten parallel. Das Resultat war: Die, die es hintereinander machten, waren um 30 Prozent schneller.

Aber es ist eine Tatsache, dass die Welt um uns herum schnellebig ist.

Ja, teilweise viel zu schnell. Wir sind dazu gemacht, im Rhythmus der Natur zu leben und nun müssen wir uns an ein unnatürliches Tempo gewöhnen. Man kann auch sagen, die Welt um uns herum ändert sich schneller als wir uns selbst. Wir müssen wieder mehr zurückkehren zu einem natürlichen Rhythmus. Das gelingt durch Meditation, Konzentrationsübungen oder indem wir in die Natur gehen und das

mentale Tempo runterschrauben. So simpel es klingt, aber Atemübungen und Meditieren sind das effizienteste Gegengewicht zur Schnellebigkeit und helfen ungemein.

Das heißt also, wir müssen erst lernen, wie wir mit der Digitalisierung langfristig umzugehen haben?

Auf jeden Fall! Ich denke, wir sollten es so sehen, dass die Digitalisierung uns Tools bietet, um unseren Alltag und unser Leben zu vereinfachen, wie online einen Flug zu buchen zum Beispiel. Aber sie ist nicht dazu da, uns ständig zu unterhalten und zu beschäftigen. Es gibt Menschen, die, sobald sie fünf Minuten frei haben, auf Instagram sind. Man muss sich bewusst sein, dass die Stunden, die man in sozialen Netzwerken oder auf Youtube ist, Lebenszeit ist. Das ist Zeit und Geld, das man Herrn Zuckerberg und/oder Influencer*innen schenkt. Die verdienen an dir. Wollen wir diese Zeit nicht für unser eigenes Leben nutzen? Unser eigenes Leben bereichern anstatt es stundenlang in einem Leben eines anderen zu verbringen, wo auch noch ein großer Konzern dahinter Geld verdient? Wie willst du deine Zeit investieren? Das sollte man sich fragen. Wir leben in einem Zeitalter mit vielen Chancen und Möglichkeiten. Wir müssen aber erst lernen, uns in dieser Zeit zurechtzufinden und das geht am besten indem man sich fragt: Wer will ich sein? Wie will ich leben? Und womit will ich meine Zeit verbringen? Wenn man gut leben will, erfordert das Regeln und Disziplin und das kann anstrengend sein. Klare Grenzen setzen zu digitalen Angeboten zum Beispiel. Dafür hat man dann aber ein selbstbestimmtes Leben und kein Leben, wo wir von der Technik getrieben sind und beherrscht werden.



MAG. PAUL SZIMAK

Zur Person

Jens Wolff ist Karrierecoach, Jurist, psychologischer Lebens- und Sozialberater, zertifizierter Coach und Trainer sowie zweifacher Vater. Nach seiner Zertifizierung wurde er drei Jahre von Steve Gill, Headcoach von Tony Robbins, gecoacht. In den letzten zwölf Jahren durfte er über 1.000 Klienten bei beruflichen und privaten Themen begleiten. www.healingspace.at

Eine europäische Erfolgsgeschichte aus dem Silicon Valley

Daten. Mit Hilfe der Data Cloud können Unternehmen sämtliche Daten an einem zentralen Ort speichern

Eine Milliarde Euro Umsatz: Diese magische Zahl konnte das Unternehmen Douglas mit seinem Onlinegeschäft im vergangenen Jahr erstmals knacken. Dieser Erfolg verdeutlicht, wie gut Douglas die Transformation vom Händler mit Online-shop zu Europas führender Digital-Beauty-Plattform gelungen ist. Um aber auch in Zukunft den sich wandelnden Ansprüchen gerecht werden zu können, hat Douglas schon jetzt den notwendigen technologischen Grundstein gelegt und setzt hierfür auf die Data Cloud von Snowflake.

Zentrale Schnittstelle

Die Data Cloud ermöglicht es, die Mauern zwischen den über die Jahre gewachsenen Datensilos einzureißen. Snowflake bildet stattdessen eine zentrale Schnittstelle, in der Informationen aus allen

möglichen Quellen – von Social Media über den Online-shop bis hin zu Daten aus der Filiale – zusammenfließen können. Das erlaubt auch global agierenden Unternehmen wie Douglas, ihre Firmendaten nahezu in Echtzeit zu integrieren. Je nach Bedarf lassen sich die verfügbaren Rechenkapazitäten flexibel hoch- und runterskalieren. So kann die technologische Infrastruktur sich nicht nur den Lastspitzen bestimmter Tages- oder Jahreszeiten anpassen, sondern auch agil mit den Bedürfnissen eines jeden Unternehmens mitwachsen. Mithilfe der Data Cloud können Unternehmen so ihre Geschäftsprozesse nach und nach automatisieren und auch auf aktuelle Trends wie Künstliche Intelligenz aufspringen.

Eine Vision wird wahr

Dass ihre Data Cloud eines



Thierry Cruanes und Benoit Dageville gründeten Snowflake im Jahr 2012



Tages auf so vielfältige Weise zum Einsatz kommen, und Unternehmen auf der ganzen Welt dabei helfen würde, ihre Digitalisierungsstrategie von der Theorie in die Praxis umzusetzen, hätten Benoit Dageville und Thierry Cruanes, die Snowflake im Jahr 2012 gründeten, sich wahrscheinlich selbst nicht einmal träumen lassen.

Anwender im Mittelpunkt

Nachdem die beiden französischen IT-Experten ihre Jobs beim Unternehmen Oracle gekündigt hatten, um mit einer Startfinanzierung von einer Million Dollar im Silicon Valley selbst ein Software-Unternehmen auf die Beine zu stellen, war ihre erste Anschaffung nicht mehr als ein einfaches Whiteboard. Doch ihre Vision war umso größer: Sie wollten die Datenbank neu erfinden – und

zwar für die Cloud. Das System musste alle Arten von Daten verarbeiten können und dabei die Anwender – und nicht die Daten – in den Mittelpunkt stellen. Die Anwender sollten lediglich ihre Daten eingeben und Abfragen ausführen, um einen Nutzen daraus zu ziehen; das System würde den Rest erledigen und dafür sorgen, dass dies wirklich schnell geschieht.

Heute sind bereits 212 der Fortune-500-Unternehmen Kunde von Snowflake. Weltweit sind es insgesamt fast 5.000 – in Österreich zählen dazu unter anderem SIG-NA CRM Solutions und willhaben. Tech-Giganten wie Amazon oder Microsoft sind dabei Partner und Wettbewerber zugleich, vor denen sich Snowflake, dessen Grundstein auf europäischem Unternehmertegeist fußt, aber keinesfalls verstecken muss. www.snowflake.com