

## DAS ENDE DER KOMFORTZONE

Wir alle lieben Aufgaben, die wir kennen, weil wir sie routiniert-souverän abarbeiten können. Wer sich auf seinem Fachgebiet gut auskennt, neigt aber auch dazu, träge zu werden. Weil das Gehirn bestrebt ist, Aufwand und Energie zu sparen. Tolle Ausrede – schieben wir jetzt also alles erst mal auf das Gehirn. Das nämlich steht Unbekanntem oder Neuem skeptisch gegenüber, vermittelt uns ein Gefühl von Unbehagen und rät uns zur Zurückhaltung. Unser Wissen und unsere Erfahrungen sind wie ein Nest, indem wir es uns gemütlich gemacht haben – die Komfortzone.

**H**ier fühlen wir uns wohl und sicher. Alles, was wir noch nie zuvor gemacht haben, liegt ausserhalb dieser Zone, macht Angst und sorgt für Verunsicherung. Daher vermeiden wir Unbekanntes oder zögern Neues möglichst lange hinaus. Das Kuscheln in der Komfortzone kann deshalb auch gefährlich sein.

Denn wir werden permanent mit Neuem konfrontiert. Und das sind nicht nur neue Technologien oder Entwicklungen in unserer überschaubaren Branche. Gerade die letzten eineinhalb Jahre in der Pandemie haben deutlich gemacht, dass wir über unser nationales Umfeld grenzübergreifend, kollektiv und urplötzlich vor Veränderungen stehen und neue Aufgaben lösen müssen, an die zuvor kaum jemand ernsthaft gedacht hatte. Szenarien einer Pandemie hatten höchstens Zukunftsforscher vorgezeichnet. Dass dies auch einmal eintreten könnte, daran glaubte keiner.

Inzwischen haben wir Lockdowns erlebt, uns an die Maskenpflicht gewöhnt und ans Abstandhalten, während sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen komplett verändert haben. Wir können uns nicht mehr auf geübte Routinen verlassen, wir können auch keine verschiedenen Lösungen gegeneinander abwägen und die beste oder bequemste Option wählen. Es gibt nur eine Strategie: Die alten Verhaltensmuster abstreifen und Neues ausprobieren.

«Business as usual» geht nicht mehr. Das Verschanzen in der Komfortzone auch nicht. Um sich selbst und das eigene Unternehmen erfolgreich durch die Krise zu steuern, muss man sich mit Themen beschäftigen, die



in der Pandemie entstanden sind oder die sich beschleunigt haben. Zum Beispiel haben die Menschen die Vorteile der Digitalisierung kennen und schätzen gelernt. Also müssen auch die Geschäftsmodelle diesen Anforderungen angepasst werden. Ausreden wie «keine Zeit» oder «kein Geld» führen nur noch tiefer in den Schlamassel. Weil die Veränderungen nicht vorübergehend sind, sondern Bestand haben.

Natürlich muss man kein Freund von Sprüchen wie «Life begins at the end of your comfort zone» sein – schon gar nicht, wenn sie wie der Weisheit letzte Schluss über alles gestülpt werden. Es geht auch nicht um Nervenkitzel, Abenteuer oder heldenhafte Taten.

Es geht schlicht und einfach darum, sicher durch die unruhigen Zeiten zu navigieren. Das heisst nicht nur, neue Dinge anzupacken, sondern Dinge neu anzupacken, auch wenn man nicht weiss, ob es funktionieren wird. Bisher gewohnte Dinge schneller, anders oder besser zu machen ist ja schliesslich nichts Schlimmes. Und dazu muss man eben «Raus aus der Komfortzone».



Alles Gute und bleiben Sie gesund!

Klaus-Peter Nicolay  
Jean-Paul Thalmann



## Papier und Umwelt – Verantwortung wahrnehmen

Als erstes Papiergrosshandelsunternehmen in Europa wurde Papyrus 2003 mit dem FSC-Zertifikat ausgezeichnet. Heute sind über 60% des Gesamtsortiments mit dem FSC-Label versehen, und weit über 50% der Transporte werden auf dem Bahnweg abgewickelt. Die führende Position als ver-

antwortungsbewusstes Unternehmen hat Papyrus Schweiz mit einer klimaneutralen Logistik weiter ausgebaut und setzt damit den vor Jahren beschrittenen Weg konsequent fort. Auch in Zukunft gelten die Anstrengungen einer nachhaltigen Nutzung unserer wertvollen Umwelt.

**Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie gerne:** [nachhaltigkeit.ch@papyrus.com](mailto:nachhaltigkeit.ch@papyrus.com)

PAPYRUS 