



Foto: © contrastwerkstatt - stock.adobe.com

Individueller und betrieblicher Mehrwert

Gute Vorsätze verwirklichen

Was sich der Mensch zum Neujahr vornimmt, ist in der Regel positiv – nur leider auch schnell wieder vergessen und vergangen. Was bleibt, ist meist Enttäuschung. Wie wäre es, wenn Änderungswillige ihre guten Vorsätze wirklich umsetzen könnten? Und warum ist dies auch für Unternehmen interessant?

Foto: © Dominik Pfau



Andreas Müller
Sicherheitsingenieur und
Feel-Good-Manager
FireLife GmbH

Viele Menschen nehmen sich zum Jahresanfang vor, etwas in ihrem Leben zu verändern. Die populärsten Vorsätze aus den letzten Jahren drehen sich um Geld, Gesundheit und Gesellschaft – also

primär sparen, besser essen, mehr Sport treiben sowie mehr Zeit mit Freunden und Familie verbringen. Doch sind dies schon konkrete Ziele, die sich konsequent verfolgen lassen?

Die Grundregel „SMART“

In Zusammenhang mit Zielen kommt häufig der Begriff „SMART“ vor. Er hat nichts mit der Automarke zu tun, sondern ist vielmehr eine Eselsbrücke für die fünf Kriterien wirkungsvoller Zielsetzung. Diese Kriterien helfen, sein Ziel so zu formulieren und zu definieren, dass es tatsächlich umsetzbar ist. Dabei steht das S für spezifisch, das M für messbar, das A für attraktiv, das R für realistisch und das T für terminiert (siehe Abbildung).

Ein abgeleitetes Beispiel

Was bedeutet das konkret? Geht es zum Beispiel um den Vorsatz „gesündere Ernährung“, ist dieser zwar ausreichend spezifisch, aber nicht messbar. Der Vorsatz, 18 Kilogramm in drei Wochen abzunehmen, wäre zwar messbar und terminiert, aber nicht realistisch – jedenfalls nicht ohne operativen Eingriff. In Bezug auf das Ziel „Abnehmen“ könnte ein Vorsatz beziehungsweise Vorhaben nach den SMART-Kriterien folgendermaßen lauten: Um in sechs Monaten (T) zehn Kilogramm abzunehmen (M, A, R) werde ich zukünftig nur noch einmal wöchentlich süße Getränke zu mir nehmen und mindestens zweimal pro Woche (S, M, R) Sport machen. Nur sagt sich das nicht so einfach wie „ich werde mich

gesünder ernähren“. Ist der Vorsatz dennoch „attraktiv“? Nicht nur, weil zehn Kilogramm weniger in vielen Fällen auch auf das sogenannte Schönheitsideal einzahlen, sondern im Sinne von: Will ich das wirklich?

Eine Frage der Persönlichkeit

Die Krux mit den Vorsätzen liegt in der Persönlichkeit des Menschen. Manche brauchen das öffentliche Interesse und die Beobachtung der anderen, um ihre Vorhaben in die Tat umzusetzen. Andere wiederum möchten diesen Druck nicht. Dabei kommt es auch stark auf das eigene Umfeld an. Befinden sich dort Menschen, die einen bei den selbstgesteckten Zielen unterstützen, Mut machen und sich über die persönlichen Fortschritte freuen? Dann empfiehlt es sich, mit ihnen zu reden und sich aktive Unterstützung für sein Vorhaben zu suchen.

Es gibt aber auch Kreise, in denen man für die Idee, sein Verhalten im nächsten Jahr zu verändern, eher belächelt wird. Mit Aussagen wie „Ach das eine Bier, das macht dich auch nicht dick“ werden gute Vorsätze schnell beiseite gefegt, sodass alles wie gewohnt weiterlaufen kann. Schließlich führt ein ernstgemeinter Neujahrsvorsatz nicht nur zu einer persönlichen Verhaltensänderung, sondern mit der Änderung der eigenen Lebensweise verändern sich oft auch die bisherigen Vorlieben und Aktivitäten. Diejenigen, die sich dieser Herausforderung nicht stellen wollen, bleiben dann womöglich auf der Strecke. Hier gilt es zu überlegen, ob



Die fünf Kriterien der SMART-Methode

der Vorsatz auf die Gefahr hin, von den anderen ausbremsen zu werden, wirklich rausposaunt werden sollte – oder ob man besser seinen eigenen Weg geht und dabei nur nach sich selbst schaut. Manchmal ist so ein kleines Geheimnis auch nützlich für die eigene Motivation und unseren Antrieb.

Chance für Unternehmen

Warum ist dies auch für Unternehmen relevant? In der heutigen Arbeitswelt geht es für Arbeitgebende zunehmend auch darum, sich um Mitarbeitende zu kümmern, sie zu unterstützen und auf den eigenen Zielen und Wegen zu begleiten – auch außerhalb des Arbeitsplatzes. Manche Vorsätze können direkt unterstützt werden, zum Beispiel durch

Fitness-Benefits oder eine Rauchentwöhnung. Andere können zumindest in der Kommunikation und Planung Berücksichtigung finden, beispielsweise der Wunsch, mehr Zeit mit der Familie und Freunden zu verbringen. Wenn Unternehmen zum Unterstützer der Mitarbeitenden werden und dabei über den Tellerrand der Arbeit hinausschauen, steigert das unmittelbar ihre Attraktivität als Arbeitgeber.

Darüber hinaus fördert es eine positive Stimmung und Grundhaltung der Mitarbeitenden, wenn sie eigene Ziele erreichen und sich erfolgreich um sich selbst kümmern können. Das wiederum steigert die Leistungsfähigkeit und Leistungsbereitschaft im betrieblichen Kontext. Diese Form der Unterstützung im Unternehmen aktiv zu gestalten und zu etablieren, hängt stark von der bestehenden Kultur ab. Schließlich kann der Wunsch, sich privat mehr um die Familie kümmern zu können oder ausreichend Zeit für die Pflege von Angehörigen zu haben, sowohl negativ als auch positiv ausgelegt werden. Auch Wünsche nach Weiterbildung außerhalb der eigenen Arbeitskompetenz können als ein Signal dafür (miss)verstanden werden, nicht mehr lange im Unternehmen tätig sein zu wollen. Diese Bedenken sind von beiden Seiten zu berücksichtigen und zu thematisieren, um dann als Chance verstanden und genutzt zu werden. Von daher ist es sinn- und wirkungsvoll, die Thematik der Neujahrsvorsätze gezielt ins Unternehmen zu integrieren und in die Mitarbeitergespräche, egal in welcher Form, einzubinden.



Mehr Sport und eine gesunde Ernährung sind populäre Neujahrsvorsätze. Unternehmen können ihre Mitarbeitenden bei der Umsetzung unterstützen, wovon sie auch selbst etwas haben.