

## Zehn Thesen zur AusZeit

- 1) Viele Leistungsträger (= Menschen in der Verantwortung mit zu ihren Aufgaben passender Qualifikation und Motivation) stehen unter einem solchen Druck, dass sie in den nächsten Jahren nicht mehr gut, gerne und gesund arbeiten und leben können.
- 2) Leistungsdruck kostet Lebensqualität auf der individuellen Ebene und hat gesellschaftliche, wie ökonomisch hohe direkte und indirekte Kosten: geringere Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit, höhere Gesundheitskosten, Auswirkungen auf Familien, ...
- 3) Als Gegenmaßnahme bleiben über 90 Prozent der Investitionen in Seminare wirkungslos, weil (i) bisherigen Methoden nicht regelmäßig-nachhaltig sind, (ii) nicht im ausreichenden Maße vielfältige Impulse einbeziehen und (iii) zuwenig transferorientiert sind.
- 4) Angesichts der demografischen Entwicklung werden auch Unternehmen und Organisationen im nächsten Jahrzehnt ernsthafte Probleme mit quantitativem und qualitativem Fach- und Führungskräftemangel bekommen, deren Fassade heute noch gut dasteht.
- 5) Schleichend und daher wenig spürbar ist die Entwicklung, weil sich qualifizierte und motivierte Leistungsträger aus für sie unpassenden Organisationen verabschieden, um ihre Arbeitskraft auf gesündere und effizientere Weise zu verwerten: Arbeit im Ausland, in der Selbstständigkeit, ...
- 6) Weil Komplexität und Dynamik durch globale Vernetzung höher sind als noch einigen Jahrzehnten, bietet die Arbeits-/Freizeit-Kultur des Industriezeitalters keine ausreichenden Lösungen mehr für erfolgreiche und sinnhafte Lebensgestaltung: Es entsteht derzeit eine Kultur von Auszeiten, innerhalb derer Menschen in vorübergehender Distanz zum Alltag neue Klarheit gewinnen und entscheidende Schritte weiterkommen möchten.
- 7) Verschiedene Auszeit-Methoden – vom Sabbatical bis zum power napping – werden als neue „Seminar“-angebote miteinander konkurrieren, einerseits um Angebote zu verbessern, andererseits weil Menschen unterschied-

liche Formate nachfragen. Der Trend nach oberflächlicher Wellness wird abnehmen; echte Tiefe wird nachgefragt.

- 8) Gute Auszeit-Methoden sind mindestens von folgenden drei Aspekten geprägt: (i) Das Angebot findet regelmäßig statt; (ii) die Methode nutzt die Vielfalt der Teilnehmer; (iii) der Transfer von der Auszeit ins „wahre Leben“ wird unterstützt.
- 9) Auszeit-Angebote werden bisher aus drei Gründen wenig nachgefragt: (a) Menschen spüren nicht, dass sie eine Auszeit brauchen; (b) potentielle Nachfrager kennen entsprechende Angebote noch nicht; (c) Interessierte bringen entscheiden sich noch nicht für eine Investition von Geld, Zeit und Mut zur Reflektion.
- 10) Der Engpassfaktor auf dem Weg zu einer Kultur der Auszeit, die Sinn und Erfolg verbindet, liegt darin, dass sich Anbieter ihren potentiellen Kunden verständlich machen.

*Jens Flammann, 11.05.2009*