

PUNKT



PREIS
CHF
9,50

PUNKTMAGAZIN.CH

JAHRGANG 09

#03
2014

DOSSIER
THEMA

LUXUS

DU BIST WIRTSCHAFT.

Ausgabe:

PRIORITÄTEN

Ich tu
dann
mal
nichts

Für das Gehirn ist Müssiggang die reinste Erholung. Es dankt mit frischen Ideen.

Die eigene Zukunft



RENÉ ALLEMANN

Täglich setzen wir Prioritäten. Stündlich, ja fast ständig. Joggen oder nochmals umdrehen und weiterdösen? Die Idee noch einen Tag reifen lassen oder gleich verkaufen? Salat oder Burger? Anrufen oder nicht? Partyhymne oder Nachtlektüre? Jeder Tag ist eine einzige Aneinanderreihung von Entscheidungen, die es zu treffen gilt. Die einen lieben es, den anderen graut vor jeder einzelnen.

Eine gar neuzeitliche Form zum Erlernen der schnellen Prioritätensetzung bietet Tinder. Bei der oberflächlichsten aller Dating-Apps, die derzeit riesige Erfolge feiert, muss man anhand von Äusserlichkeiten (und was man darin zu erkennen glaubt) innerhalb eines kurzen Augenblicks entschieden, ob man jemanden interessant findet oder nicht. Wenn nicht: wisch und weg. Es gibt nur Ja oder Nein, schwarz oder weiss. Keine Grautöne, kein Vielleicht. Swipe nach links bedeutet: next, please. Swipe nach rechts: gerne mehr davon. Lustig wird es dann, wenn die Trennwand zur echten Welt plötzlich und unverhofft verschwindet und eine bis anhin glücklich verheiratet geglaubte Kollegin auf dem Bildschirm erscheint. Ich mag es mir gar nicht vorstellen.

Das ist aber auch nicht nötig, denn ich setze ohnehin gern Prioritäten. Warum? Ich liebe es zu entscheiden. Lernhilfe via Tinder erübrigt sich deshalb, Gott sei gedankt. Entscheidungen zu treffen gehört zu meinem ganz persönlichen Lebenskonzept. Jede Entscheidung für etwas bedeutet aber immer auch eine Entscheidung gegen etwas. Priorisieren heisst darum auch, den Mut aufzubringen, auch mal einen Fehler zu machen.

Von der Sowohl-als-auch-Mentalität halte ich wenig. Von Menschen, die dreissig Projekte gleichzeitig starten – Gitarre spielen lernen, einen Spanischkurs besuchen und die neusten Sashimi-Kurse in der Globus-Kochschule belegen. Und all das nur, weil man im Job unglücklich ist. Warum nicht das Problem an der Wurzel packen und den Mut haben, alles hinzuschmeissen? Oder sich endlich einmal richtig Mühe geben bei dem, was man tut? Häufig wird frisch-fröhlich weiter kompensiert – statt für einmal die Prioritäten richtig zu setzen und sich nicht von der eigenen Zukunft abzuhalten.

Dies geht jedoch nur, wenn man eine Vision hat. Es ist wichtig, sich über seine Ziele im Klaren zu sein, sich Gedanken darüber zu machen, wo man in zehn Jahren stehen will, was einem wirklich wichtig ist. Man braucht eine Idee, wohin sich etwas, oder man sich, bewegen soll – das Wie ist dabei übrigens nicht zu unterschätzen. So würde ich persönlich ja überallhin lieber rudern, als mich auch nur einmal auf ein Stand-Up-Paddle-Brett zu stellen. Und lieber gelange ich in einem 911-Porsche, Baujahr 1969, ans Ziel als auf einem dieser vermaledeiten E-Bikes, mögen sie noch so beliebt sein. Und lieber reise ich einmal mehr nach New York, statt eine tadellose Ökobilanz vorweisen zu können.

Ganz ehrlich. Sie können jetzt die Nase rümpfen und den Kopf schütteln. Ich hätte mich auch entscheiden können, all dies nicht zu verraten, dann würden Sie mich nun vielleicht etwas besser leiden können. Dafür aber bestimmt schneller wieder vergessen. Das gilt im richtigen Leben wie auch im Branding. ■

René Allemann ist Gründer und CEO des Beratungsunternehmens Branders, das sich auf Markenberatung spezialisiert hat. Er ist zudem Herausgeber des Online-Magazins thebrander.com.