



Immer auf den letzten Drücker?



Andreas Erbenich,
Personalberater

Aufschieben unangenehmer Aufgaben — ein Phänomen, das fast jeder kennt. Wer kennt Gedanken wie diesen nicht: „Bevor ich gleich meine Steuererklärung mache, räume ich noch schnell auf und dann setze ich mich ganz bestimmt dran.“ Das Phänomen der Aufschieberitis bezeichnen Psychologen mit dem Begriff Prokrastination, auf Lateinisch „vertagen“. „Jeder schiebt Sachen auf. Das ist auch der Grund, warum kurz vor Weihnachten die Fußgängerzonen überquellen“, so Ralf Schwarzer, Professor für Gesundheitspsychologie an der Freien Universität Berlin. Problematisch wird es erst, wenn der Betroffene selbst Leidensdruck verspürt. Extreme Aufschieber kommen häufig zu spät, sind unvorbereitet und schlecht organisiert. Sie haben schlechte Beziehungen zu ihren Arbeitskollegen und verbringen viel Zeit mit Projekten, an denen sie letztendlich scheitern. Insbesondere bei unstrukturierten oder komplexen Aufgabenstellungen muss man sich selbst organisieren. Vielen fällt das schwer oder ist ihnen schlicht unmöglich. Man benötigt hier die Fähigkeit sich abschirmen zu können. Ein einfaches Beispiel: Das Wetter ist zwar schön, aber eine Stunde am Schreibtisch schaffe ich noch. Was Du heute kannst besorgen, dass verschiebe nicht auf morgen, heißt es. Ein Problem, unter dem jeder fünfte Erwachsene leidet, so der

Psychologe Joseph Ferrari. Menschen lassen Dinge, die sie selbst als wichtig, aber unangenehm ansehen, so lange unerledigt, bis die letzte Frist verstrichen ist. Oder sie stürzen sich kurz vor knapp in die Arbeit, verzichten auf Essen und Schlaf, um in letzter Sekunde fertig zu werden.

Nicht faul, sondern schlecht organisiert

Wer faul ist, nimmt sich gar nicht erst vor zu arbeiten und tut konsequenterweise auch nichts. Prokrastinierer dagegen wissen, dass sie etwas tun und wie sie es angehen müssten — nur an der Selbstorganisation und der Umsetzung ihrer Entscheidung hapert es. Statt sich der eigentlichen Aufgabe anzunehmen, räumen sie auf, telefonieren oder schreiben E-Mails. Mehr als ein Drittel ihrer gesamten Tagesaktivitäten werden dann im Schnitt auf solche Ausweichaktivitäten verwendet. Aufschieben ist das Natürlichste der Welt. In prähistorischen Zeiten war es überlebenswichtig, alle Kraft auf den Moment zu richten. Es ging um das Bestehen im Hier und Jetzt. Ob es eine Zukunft überhaupt geben würde, war in einer Zeit ohne Supermärkte und medizinische Versorgung äußerst fraglich. Harte Arbeit, die sich erst in einer ungewissen Zukunft rentieren würde, wäre reine Zeitverschwendung gewesen. Wo immer der Mensch damit durch kam, übte er sich im Nichtstun. Bis heute hat sich das Gehirn dieses Prinzip bewahrt. Noch immer schätzt es die unmittelbare Belohnung mehr als ein künftiges Versprechen von Lob und Anerkennung. Eine Einstellung, die auch in der modernen Bürowelt noch von Nutzen ist. Es zählt sich schließlich oft aus, abzuwarten und mehr Informationen zu sammeln. Entweder kann man sich der Aufgabe danach sachkundiger widmen oder sich hat sich von selbst erledigt.

Morgen ist auch noch ein Tag

Von Natur aus ist also jeder Mensch ein Aufschieber. Die Kunst besteht darin, den richtigen Moment zu vermeiden, in dem aus kluger Zurückhaltung verhängnisvolles Prokrastinieren wird. Laut der Psychologie lassen sich zwei Auf-

schiebertypen unterscheiden: Der Vermeidungsaufschieber leidet unter Versagensängsten und der Annahme, seine Umwelt stelle sehr hohe Ansprüche an ihn. Aber auch Perfektionisten prokrastinieren. Wer meint, jeder seiner Sätze müsse perfekt sein, tut sich schwer damit, überhaupt ein Wort zu schreiben. Der Vermeidungsaufschieber stellt sich lieber als faul denn als unfähig dar. „Wenn ich nur früher angefangen und mehr getan hätte, hätte ich auch bessere Ergebnisse erzielt.“ Sie schützt das Selbstwertgefühl des Aufschiebers. Der Erregungsaufschieber dagegen braucht den Adrenalinschub, der ihn angesichts einer nahenden Abgabefrist kreativ werden lässt, dann aber zur Not tages- und nächtelang am Stück. Ob diese Arbeitsweise Zeichen besonderer Effizienz oder trickreichen Selbstbetrugs ist, ist umstritten. Wenn man sich lange genug einredet, dass man erst Stunden vor der Deadline arbeiten kann, brennt sich diese Überzeugung irgendwann ins Gehirn ein und wirkt selbstverstärkend, so die Psychologie. Zudem profitiert der Erregungsaufschieber von gesellschaftlicher Anerkennung. Wer immer brav seinen Zeitplan einhält, wird doch höchstens belächelt. Der Erregungsaufschieber neigt zur Impulsivität und ist häufig in Berufen vertreten, in denen er schnell auf Unvorhergesehenes reagieren muss. Hohe geistige Flexibilität und die Bereitschaft, eine Tätigkeit zugunsten einer neuen, wichtigeren rufen zu lassen, gehen bei ihm auf Kosten langfristiger Planung.

Mein Tipp: Sich weniger vornehmen. Oder es doch einmal mit der altbekannten „to-do-Liste“ zu versuchen. Und auch hier gibt es Spezialisten. Die beschäftigen sich mit dem Erstellen der Liste und glauben, damit sei das Schwerste bereits getan. Man muss das, was auf der Liste steht, auch wirklich wollen — oder sich besser gleich von dem Projekt verabschieden. Damit die Liste ihren Schrecken verliert, sollten auch Belohnungen wie Kaffee trinken draufstehen. Dann wird sie zum wichtigen Hilfsmittel, mit dem Prokrastinierer den klassischen Dreischritt lernen, der sie von ihrem Übel befreien kann: hinsetzen, anfangen, durchhalten.

ANDREAS ERBENICH



Die Jobs des Monats

LEITER KÜCHENFACHMARKT (M/W/D)

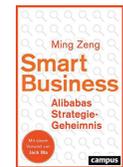
... mehr auf Seite 156

LOGISTIKLEITER (M/W/D)

... mehr auf Seite 156

BUCHTIPP

Smart Business
von Ming Zeng



Worin besteht das Geheimnis hinter dem märchenhaften Aufstieg von Alibaba? Ming Zeng, Alibabas Chief Strategy Officer, verrät: Es ist die Strategie des Smart Business, die auf maschinellem Lernen, Algorithmen und Künstlicher Intelligenz beruht. Er präsentiert ein neues Set von Tools, das Unternehmen ermöglicht, eine smarte Strategie zu entwickeln. Smart Business richtet sich besonders an Manager außerhalb der Tech-Branche und von Start-up-Kreisen, die einen umfassenden Einblick in Alibabas disruptive Methoden gewinnen möchte.

Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main, 34,95 €, 320 Seiten, ISBN 978-3-593-50994-5