



CHECKLIST

Schwierig? Ja! Aber machbar.

Es ist ja nur ein Abstand auf Zeit ...
und es geht so:

Also, noch einmal: Sie dürfen sich die Erlaubnis geben, einmal nicht erreichbar zu sein. Das ist sogar notwendig und sinnvoll.

Wechseln Sie den Ort oder zumindest den Raum. Hilfreich ist, außerhalb oder zumindest mit eigenem Eingang zum Hotel zu wohnen. Um sich wirklich gut abzugrenzen, ist es oft notwendig, das Handy auszuschalten. Immer und überall erreichbar zu sein (oder meinen, erreichbar sein zu müssen), ist ein großes Hindernis für die innere Ruhe.

Signalisieren Sie über die Kleidung oder andere äußere Zeichen, dass Sie gerade nicht im Dienst sind.

Sie dürfen sagen, dass Sie sich heute, morgen, demnächst freigeben. Das ist vermutlich die schwierigste aller Möglichkeiten. Aber bitte, seien Sie in Ihren Worten klar und unmissverständlich. Der Slalomkurs funktioniert nicht: „Eigentlich bin ich gerade nicht da“. Ach, wirklich?

Die Marke macht nicht Pause. Auch wenn es Ihnen gelingt sich abzugrenzen, bleibt es natürlich Chefsache, die Sichtbarkeit der Marke zu garantieren. Das erreichen Sie am besten, wenn Sie dafür sorgen, dass die Marke des Hauses allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bekannt ist und von allen gelebt wird.

WENN CHEFS EINE PAUSE BRAUCHEN

Sie sind die Marke!

Immer im Dienst der Marke.
Oder gar selber die Marke. Was tun
Gastwirte, wenn sie einmal privat sein
wollen? Dürfen Sie das überhaupt?

Es gehört zur Marke vieler Häuser, dass Gast und Gastgeber eine Freundschaft miteinander eingehen, eben „Gast-Freundschaft“ leben. Die Wirtin bzw. der Wirt sind das Gesicht zur Marke, sind Teil dieser gelebten Partnerschaft. Nun kann ich als Mensch zwar Rollen ablegen, mir sozusagen verschiedene Hüte aufsetzen. Aber wie lege ich eine Marke ab?

Genau da treffen wir auf das herausfordernde Thema der Work-Life-Balance oder der persönlichen Abgrenzung. Wer schafft es schon, 24 Stunden lang „Hotel zu sein“?

Es muss Gastgebern bewusst sein, dass der Gast sie immer in ihrer beruflichen Rolle wahrnimmt. Deswegen spricht er sie, wann immer er sie irgendwo trifft, als seinen Wirt bzw. seine Wirtin an. Die Verantwortung für die Abgrenzung kann allerdings nicht an den Gast abgegeben werden. Also brauchen Gastwirte gute Strategien, um die eigene Abgrenzung zu schaffen und den eigenen Freiraum zu erhalten.

Tun Sie's! Nehmen Sie sich frei von der Marke.

Ein Merkmal von Marke ist es, dass die Marke immer verlässlich funktioniert. Der Marke treu sein, heißt, auf Fragen und Wünsche des Gastes der Marke angemessen zu reagieren. Wer das rund um die Uhr durchhalten will, verbaut sich jedoch den Blick auf das Wesentliche. Denn: Die Entwicklung von Visionen und das Treffen wichtiger Entscheidungen brauchen Abstand und Ruhe. Heißt, die Gastgeber sitzen in der Klemme.

Viele Gastwirte haben einen inneren Antreiber mit dem Namen: DU MUSST... immer da sein, alles selbst machen, alles wissen, immer aufsperrn und zusperrn. Daher sollten innere Antreiber mit inneren „Erlaubern“ ausgetauscht werden, zum Beispiel: DU DARFST... einen Tag frei haben, auch mal nicht erreichbar sein, delegieren.



*Birgit Dissertori, Tiers, Unternehmenscoach
mit Schwerpunkt Systemische Beratung.*