

# WAS ICH BEIM MARATHON ÜBER NEW WORK GELERNT HABE

Noch ein paar Momente bis zum Start meines dritten Marathons. Es sind perfekte Bedingungen. Ich bin bestens vorbereitet. Das wird der Lauf meines Lebens! Er wird es – anders als ich dachte. Bis Kilometer 20 läuft alles nach Plan. Dann schlägt der Mann mit dem Hammer zu. Von einem Moment auf den anderen ist die Kraft weg. Mit einer Mischung aus Gehen, Laufen, Lachen und Weinen komme ich ins Ziel – weit entfernt von einer Bestzeit. Ich bin enttäuscht. Erst mit Abstand nehmen die positiven Erinnerungen zu. Seit dem Lauf frage ich mich: Was ist wirklich, wirklich wichtig? Ist es eine neue Bestzeit? Nein. Wichtig ist, dass ich gesund bin.

## WAS HAT DAS JETZT MIT NEW WORK ZU TUN?

Um das Buzzword „New Work“ herrscht eine noch größere Euphorie als um einen Marathon. Viele rennen mit, kaufen sich neue Turnschuhe, eine neue Büro-Ausstattung, Trainingspläne mit Scrum und agilen Methoden. Doch worum geht es bei New Work wirklich? Fritjof Bergmann hat den Begriff New Work initial geprägt. Er meint, dass Arbeit durch den technischen Fortschritt leichter wird. Die freigewordene Zeit sollte durch die Arbeitnehmer genutzt werden, sich mit anderen Themen zu beschäftigen, die dem Menschen wirklich, wirklich wichtig sind. Im Zentrum von New Work steht demnach die Kernfrage:

## „WAS WILLST DU WIRKLICH, WIRKLICH?“

Nur in wenigen Unternehmen wird diese Frage gestellt – weder auf individueller, noch auf

Team- oder Organisationsebene. Statt Antworten auf: „Was wollen wir wirklich, wirklich verändern, worum geht es wirklich, wirklich?“ zu finden, rennen alle los. Um nach bildlichen zehn Kilometern festzustellen, dass ihnen die Puste ausgeht oder ihnen das Ziel nicht klar ist.

Besser wäre es, sich grundlegend zu fragen: „Macht New Work für uns Sinn oder meinen wir, dass wir mitmachen müssen? Welches Tempo ist für uns, unsere Organisation gut? Welchem Bild rennen wir hinterher?“

Ich wünsche uns, dass wir bei der Euphorie um die neue Arbeitswelt ruhig bleiben. Abstand behalten. Und dass wir unsere Antworten auf die Frage: „Was ist wirklich, wirklich wichtig?“ finden – auf persönlicher und professioneller Ebene. ■

## Herzliche Grüße Anke von Platen



**Führen mit Herz,  
Kopf und Hand**  
*Back to Basics: Die 3 Prinzipien  
für menschliche Führung und  
erfolgreiche Veränderungen*

Anke von Platen  
Books on Demand, 2018  
256 Seiten, 70 Abbildungen,  
Taschenbuch, 19,00 Euro  
ISBN 978-3-7528-1407-1

Special: Der Mittelstand

**Chefredaktion:**  
Franz Langecker [fla]  
Tel.: 02234/98949-75  
E-Mail: langecker@datakontext.com

**Redaktion:**  
Chiara Schönbrunn (CvD)  
E-Mail: chiara.schoenbrunn@datakontext.com

Lisa Bieder (lb)  
E-Mail: lisa.bieder@datakontext.com

Michael Dullau (md)  
E-Mail: dullau@datakontext.com

**Online-Redaktion:**  
Silvia Klüglich  
E-Mail: klueglich@datakontext.com

Viktoria Meyer  
E-Mail: viktoria.meyer@datakontext.com

Jessica Herz

**Verlag:**  
DATAKONTEXT GmbH  
Augustinusstraße 9d  
50226 Frechen-Königsdorf  
Tel.: 02234/98949-30  
Fax: 02234/98949-32  
www.hrperformance-online.de

**Vertrieb:**  
Jürgen Weiß  
E-Mail: weiss@datakontext.com

**Aboservice:**  
Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH  
Abonnentenservice  
Frau Jutta Müller  
Hultschiner Straße 8  
81677 München  
Tel.: 089/2183-7110  
Fax: 089/2183-7620  
E-Mail: aboservice@hjr-verlag.de

**Abonnement HR Performance:**  
Jahresabonnement: 125,00 Euro  
Einzelheft: 22,00 Euro  
Jeweils zzgl. Versandkosten  
MwSt. im Preis enthalten

Das Abonnement verlängert sich zu den jeweils gültigen Bedingungen um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von acht Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes gekündigt wird.

**Nachdruck:**  
Nachdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages und unter voller Quellenangabe. Für eingescannte Manuskripte und Bildmaterialien, die nicht ausdrücklich angefordert wurden, übernimmt der Verlag keine Haftung.

**Anzeigen-/Mediaberatung:**  
Dagmar Varga  
Tel.: 02234/98949-91  
E-Mail: dagmar.varga@datakontext.com

**Sonderdruck:**  
Dagmar Varga  
Tel.: 02234/98949-91  
E-Mail: dagmar.varga@datakontext.com

**Satz/Layout:**  
Michael Paffenholz,  
Kerpener Straße 5, 50937 Köln  
Tel.: 0173/8382572  
E-Mail: michael.paffenholz@gmx.de

**Druck:**  
BWH GmbH, Uwe Schacht,  
Beckstraße 10, 30457 Hannover  
E-Mail: u.schacht@bw-h.de

**Druckauflage:**  
6.800 Stück  
27. Jahrgang 2019  
ISSN 1866-3753

**Erscheinungsweise:**  
Special

**Bildnachweis:**  
DATAKONTEXT; Kundenbilder; © Fotolia.de/KANATE, © Fotolia.de/freshidea; © depositphotos.com/digitalstorm, © depositphotos.com/GoodLuckWithUs, © depositphotos.com/majcot, © depositphotos.com/niils.ackermann.gmail.com, © depositphotos.com/Olivier26, © depositphotos.com/peshkov, © depositphotos.com/shutter2u, © depositphotos.com/Textvector, © depositphotos.com/threecvet.gmail.com