

## Panorama vom 03.11.2016

### Verordnetes Glück: wie Unternehmen die Produktivität steigern wollen

Anmoderation

Anja Reschke:

Wer freut sich nicht über Arbeit, die Spaß macht, zu der man gerne geht, weil man sich wertgeschätzt fühlt und gut behandelt. Und welcher Arbeitgeber wünscht sich nicht glückliche Mitarbeiter. Denn die sind ja produktiver. Nur ist die Frage, wie stellt man dieses Glück her? Ist nicht immer so einfach, wenn die Arbeit, die zu tun ist, vielleicht mühselig und eintönig ist und man auch keine höheren Löhne zahlen kann oder will. Dieses Dilemma hat die Fortbildungsindustrie erkannt. Und verkauft Arbeitgebern schicke Seminare, die genau das versprechen: „Happiness“ im Betrieb. Heraus kommt: der ideale Mitarbeiter! Nämlich der, der sich nicht mehr beschwert. Fabienne Hurst hat sich dieses verordnete „Glücklichsein“ mal angesehen

Die Großbäckerei Malzers in Gelsenkirchen hat Sorgen: das Betriebsklima! Man wolle es verbessern, erzählt uns die Personalabteilung des Betriebs, der immerhin 2500 Mitarbeiter hat. Ein besseres Betriebsklima soll bei ihnen „mehr Potenzial ausschöpfen“. Weil: glückliche Mitarbeiter arbeiten besser. Mehr Glück, mehr Kuchen, mehr Profit. Dafür soll ein neues Programm sorgen: „Corporate Happiness“ – also Glücklichsein im Betrieb. Das erste Werkzeug: ein Armband. Seine Botschaft: „Stop complaining“ – beschwert Euch nicht. Ein moderner Knoten im Taschentuch. Und noch was: bloß nicht wechseln.

O-Ton

Jörg S.,

Abteilungsleiter Tiefkühlbrötchen:

„Das Bändchen, da soll man so ein bisschen an seiner eigenen Haltung dran arbeiten. Wenn man sich über irgendwas aufregt oder schimpft, oder wie auch immer, da soll man das Bändchen einmal nehmen, von der einen Seite auf die andere stecken, bevor ich jetzt erst mal zu meinem Vorgesetzten geh und jammer ihm da mal die Hucke voll. Und so ist das jetzt halt eben, dass ich das dann erst mal nicht mache.“

O-Ton

Oliver Haas ,

Corporate Happiness GmbH:

„Ziel der Übung ist, dass ich es 21 Tage am Stück schaffe, dieses Bändchen am gleichen Handgelenk zu tragen. Was ja heißt: Ich habe mich 21 Tage nicht beschwert.“

Er ist der Glücks-Bringer: Dr. Oliver Haas. Früher Finanzmanager, heute Coach und Autor. Sein gedrucktes Programm, ein vollmundiges Versprechen: „Corporate Happiness als Führungssystem: Glückliche Menschen leisten gerne mehr.“

Jetzt sind die Bäcker dran. „Happiness“-Botschafter sollen sie werden.

Mehr als 500.000 Euro lässt sich die Großbäckerei das kosten. Das Motto: auch eine einfache Verkäuferin kann eine Führungskraft sein.

O-Ton

Oliver Haas,

Corporate Happiness GmbH:

„Es gibt einen Bereich im Hirn, der sitzt hinter unserer Stirn, das ist die Haltung. Und die Haltung steuert das Verhalten. Also man müsste die Haltung der Menschen versuchen zu verändern. Und das würde eben gehen durch Ermutigen und Inspirieren. Das würde aber wiederum heißen, dass man sehr freiwillig die Leute machen lässt.“

Der Autor Nils Markwardt hinterfragt die Philosophie hinter solchen Schulungen – etwa: was bedeutet hier eigentlich „freiwillig“?

O-Ton

Nils Markwardt, Autor:

„Die Freiwilligkeit - oder man muss vielleicht sagen, die vermeintliche Freiwilligkeit - ist deshalb wichtig, weil es ein unglaublich effektives Instrument der Führung ist. Diese Form der psychologischen Führung, dieser permissiven Führung ist natürlich eine, die relativ wenig Widerstand produziert. Weil die Leute es natürlich erstens nicht wirklich merken, in vielen Fällen, und zum anderen es natürlich darum geht, dass Sie es selbst wollen. Und insofern kann es zumindest in bestimmter Hinsicht auch eine sehr perfide Form der Führung sein.“

Ganz wichtig im Happiness-Universum: viel Lachen. Das soll angeblich den Teamgeist fördern. In der „Corporate Happiness“-Sprache werden Kollegen zu Buddys, zu Freunden.

O-Ton

Seminarteilnehmer: „Also wenn ich jetzt mit meinem Buddy da spreche, wir tauschen uns da regelmäßig aus.“

O-Ton

Jennifer S.,

Verkäuferin:

„Seitdem wir jetzt bei Corporate Happiness mitmachen, ist es so: Man setzt den Fokus auf die positiven Dinge. Also wenn man, sag ich mal, abends ins Bett geht, vorm Schlafengehen sagt man: okay, das und das ist gut gelaufen. Und man schläft viel ruhiger.“

Privates und Beruf möchte man hier nicht mehr trennen. Im Werbeclip zitieren die Happiness-Verkäufer ihre Kunden:

*Teilnehmerin: „Wir sind eine große Familie, irgendwie findet sich die Gruppe immer zusammen.“*

*Teilnehmer: „Corporate Happiness ist einfach interessant, weil ich es für beide Bereiche benutzen kann. Also sowie für den privaten als auch für den beruflichen Bereich.“*

O-Ton

Nils Markwardt,

Autor:

„Das Problem besteht darin, dass Privatleben und Arbeitsleben gewissermaßen entgrenzt werden. In dem Moment, wo Mitarbeiter Freunde, oder vielleicht sogar eine Art Familie sind, fällt auch so ein gewisser Spielraum weg, „Nein“ zu sagen. In der Wirtschaft geht es darum, letztlich Gewinn zu machen, es geht darum, dass die Arbeitnehmer besonders produktiv sind. In einer Familie geht es nicht darum, dass Menschen produktiv sind.“

Auf der „Happiness“-Lernplattform wird das Ganze noch weiter getrieben: Dort erscheint der Ex-Finanzmanager plötzlich als Experte für Neurobiologie. Mixt Wissenschaft und Esoterik zu einer Art Business-Buddhismus:

*Oliver Haas – Ausschnitt aus Video:*

*“... und da bleibt nicht nur den Pantoffeltierchen, sondern auch uns Menschen nichts anderes als Potentialentfaltung. Und zwar Potentialentfaltung über Beziehungen, ja, über Liebe, über Synergien, dass man merkt, dass man gemeinsam mehr schafft.“*

Noch ein Zweck der Plattform: Konkurrenz schüren. Bäcker und Verkäufer sollen Aufgaben lösen, damit Happiness-Punkte sammeln und sich hocharbeiten vom „Visionär“ zum „Vorbild“, zum „Stärkenheld“.

O-Ton

Nils Markwardt,

Autor:

„Das ist natürlich auch eine Form, im Prinzip die Wirklichkeit an ein Computerspiel anzupassen und natürlich aber auch gewisse Anreize und Gratifikationen zu setzen. Dass man am Ende vielleicht auch noch abends um zehn zuhause sitzt und sozusagen Aufgaben für die Firma abarbeitet.“

Die Umsatzzahlen der Bäckerei sind seit der Happiness-Offensive noch nicht in die Höhe geschneilt. Aber das mit dem „mehr arbeiten“ klappt schon jetzt.

O-Ton

Jeanette S.,

Filialeleiterin:

„Ich setze mich mal zu Hause hin und denke dann schon über die einzelnen Mitarbeiter nach, wie man sie denn noch mehr in ihrer Arbeit bestärken kann. Zum Beispiel mehr loben. Also da investier ich schon Zeit zu Hause. Aber mach ich auch gern.“

Bericht: Fabienne Hurst

Kamera: Andrea Rumpler, Peter Petrides

Schnitt: Dennis Benn