



FOTO: SHUTTERSTOCK

Menschen bringen Unternehmen vorwärts

Konzentration auf die Zahlen behindert den Erfolg

Die Statistiken zeigen es jedes Jahr von neuem: Viele Mitarbeiter haben sich längst aufgegeben. Sie engagieren sich nicht mehr für ihr Unternehmen, sondern sitzen ihre Zeit ab. Diejenigen, die eigentlich zum Erfolg beitragen sollen, werden so zum Hemmnis. Doch was kann man tun?

Dr. Oliver Haas, Gründer der Münchner Corporate Happiness GmbH, ist überzeugt, dass glückliche Menschen ein Unternehmen besser vorwärtsbringen als unglückliche, unzufriedene Menschen, für die das Gehalt Schmerzensgeld ist. Mit seinen Seminaren versucht er, mehr Glück in die Unternehmen zu tragen. Haas ist jedoch keinesfalls ein Träumer, sondern stützt sich bei seiner Arbeit auf handfeste Erkenntnisse der Positiven Psychologie und der Neurobiologie, und auf seine eigene Erfahrung: „Ich komme ursprünglich aus dem Controlling, aus der Welt der Zahlen. Die Führungskräfte, denen diese grünen und roten Zahlen zur Verfügung gestellt werden, konzentrieren sich in der Regel auf die roten Zahlen und suchen nach den Schuldigen. Sie unterstellen ihnen, dass sie nicht genug leisten wollen. Ein Irrtum, denn Menschen haben von Natur aus Lust auf Leistung. Sie macht sie glücklicher, aber nur, wenn sie anerkannt wird und sinnvoll ist. Diese Erkenntnis möchten wir in die Unternehmen tragen.“

Dem Glück auf der Spur

Die Frage, ob jemand glücklich ist, hänge eng mit seinen Erfahrungen und den daraus resultierenden Verknüpfungen im Hirn zusammen. Zwei Erfahrungen seien für alle Menschen prägend: zum einen die tiefe Verbundenheit mit der Mutter und daraus

Glücklich zu sein, bringt Mitarbeiter und Unternehmen vorwärts.

resultierend die Sehnsucht nach Zugehörigkeit und der Wunsch, wachsen zu können. „Wenn das nicht klappt, gerät das Hirn in Stress. Es sucht nach einer Ersatzbefriedigung“, erklärt Haas. „Manche kaufen Schuhe oder schnelle Autos, andere berauschen sich an der Macht. Doch das ist nur ein kurzfristiger Ersatz, der den tiefen Schmerz darüber, dass der Sinn in ihrem Tun und die Anerkennung von anderen fehlen, nicht dauerhaft auffangen kann. Im schlimmsten Fall drohen körperliche und psychische Erkrankungen. Wenn wir andererseits das Glück empfinden, das aus anerkannter Leistung erwächst, entwickeln wir eine Haltung, die positive Auswirkungen auf uns und unsere Umgebung hat.“



„Jeder Mitarbeiter sollte sich mit Führung befassen, denn jeder muss sich selbst führen.“
Dr. Oliver Haas, Gründer und Geschäftsführer der Corporate Happiness GmbH.

Das Team von Corporate Happiness geht in die Unternehmen und sucht Menschen, die Lust haben, an sich zu arbeiten und ihre Haltung zu verändern. „Das funktioniert nur mit Freiwilligkeit“, sagt Haas. „Glück kann nicht verordnet werden, sondern ist eine Frage der Selbstreflexion. Wenn wir nicht zufrieden sind, müssen wir uns nach dem Sinn unseres Tuns fragen und danach, was uns fehlt.“ Allerdings müssten sich Unternehmer bewusst sein, dass es auch an ihnen liege, ob die Suche nach dem Glück gelinge. Wenn sie ausschließlich am betriebswirtschaftlichen Erfolg interessiert seien und nicht an einer tiefgreifenden Veränderung, fühlten sich die Mitarbeiter nur benutzt. „Uns geht es darum, die Haltung und nicht das Verhalten zu ändern. Der Unternehmer muss das vorleben und eine entsprechende Kultur der Wertschätzung und des Miteinander stärken“, betont Haas. „Mitarbeiter dürfen keine Objekte sein, sondern müssen zu Subjekten werden, die in Beziehung zueinander treten. Es geht darum, den Mitarbeitern die Möglichkeit zur Entwicklung zu geben.“

Nachhaltigkeit statt Strohfeuer

Das Programm von Corporate Happiness dauert ein Jahr lang, umfasst 15 Workshop-Tage und beginnt mit der Auseinandersetzung mit sich selbst. „Es geht um die Frage: ‚Wo stehe ich und was ist meine persönliche Vision für mich als Person und für meinen Arbeitsplatz?‘ Die sechs Module des Programms befassen sich mit den Themen Haltung, Bedeutsamkeit, Stärken, Emotionen, Energiemanagement und Partnerschaften. Die Teilnehmer tragen die Botschaft als Impulsgeber ins Unternehmen. Im Internet gibt es eine Plattform, über die die Botschafter weiterbegleitet werden. Sie erhalten permanent persönliche Betreuung und Aufgaben. Dafür müssen sie etwa vier bis fünf Stunden pro Woche aufwenden und der Arbeitgeber muss ihnen dafür Zeit geben“, erläutert Haas das Konzept. „Im Unterschied zu Motivationstrainern, sind wir der Überzeugung, dass Motivation von innen kommen und die Veränderung nachhaltig sein muss. Dafür reichen zwei Workshops nicht aus. Unser

Programm bedeutet harte Arbeit an sich selbst. Wer unglücklich ist, kann sich schnell wieder in das Leben verlieben, doch oft ist es nur ein Strohfeuer, ausgelöst durch spektakuläre Akti-

onen. Unsere Methode dagegen basiert auf wissenschaftlichen Erkenntnissen aus Psychologie und Neurobiologie.“

Potenzialentfaltung bringt Mehrwert

Mittlerweile setzen viele Unternehmen auf glücklichere Mitarbeiter, die Telekom ebenso wie das Handwerk und der Mittelstand. Am Bekanntesten dürfte das Beispiel der Hotelkette Upstalsboom sein. Es zeigt deutlich, welche nachhaltig positive Wirkung die Hinwendung zu einer anderen Kultur haben kann, die anstelle des betriebswirtschaftlichen Erfolgs den Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt. Allerdings bestätigt die Upstalsboom-Geschichte auch, dass die Veränderung der Haltung nicht delegiert werden kann, sondern von der Unternehmensleitung ausgehen und unterstützt werden muss. Angestoßen hatte dort den Wandel Geschäftsführer Bodo Janssen selbst, den die vernichtenden Ergebnisse einer Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit 2010 so schockiert hatten, dass er handelte. Er sagt: „Wenn jemand in seinem Unternehmen etwas ändern möchte, ist er gut beraten, zuerst und ausschließlich bei sich selbst anzufangen.“ Anfangs sei das ein sehr schmerzhafter Prozess für ihn gewesen, als er sich eingestehen musste, der Verursacher für die Unzufriedenheit der Mitarbeiter zu sein. Führungskräfte gingen ins Kloster, Mitarbeiter nahmen am Programm von Corporate Happiness teil. Innerhalb von nur drei Jahren verbesserten sich nicht nur die Mitarbeiter-, sondern auch die Kundenzufriedenheit und sogar der betriebswirtschaftliche Erfolg entscheidend. Heute sagt Janssen: „Dieser Paradigmenwechsel, von der Ressourcenausnutzung hin zur Potenzialentfaltung, wird uns ein Spektrum erschließen, das wir noch gar nicht absehen können, so groß ist das.“ Bleibt die Frage, die sich Bernd Gaukler, Leitung Human Potential bei Upstalsboom, stellt: „Viele Unternehmen wissen das in der Theorie, aber sie packen es nicht an. Ich weiß nicht, warum.“ ■

-ap

► www.corporate-happiness.de