

Wissen+Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung

Wie verdoppeln Sie Ihren Unternehmenswert in wenigen Jahren?

Alexander Christiani und Frank M. Scheelen bieten Erfolgsstrategien zur Unternehmenswertsteigerung



Warum Frauen oft im Abseits stehen

Marianne Heiß: „Schwächen können dem Unternehmen schaden“



Ohne mentale und körperliche Fitness geht es nicht

Robert Beckenbauer: Die Führungskraft als Hochleistungssportler



Doch sie wissen nicht, dass sie irren ...

Nandine Meyden über die schlimmsten Benimmirtümer



Die Ökonomie des Glücks

Dr. Alexandra Hildebrandt, DFB-Nachhaltigkeitsexpertin
und Gastautorin im Interview mit Dorette Segsneider



Wir können – auch ältere – Mitarbeiter jederzeit dazu bewegen, etwas Neues, Anderes zu tun, wenn es uns gelingt, Begeisterung zu wecken.

Dr. Alexandra Hildebrandt: In Ihren Publikationen, Seminaren und Vorträgen, in denen Sie unterschiedliche (Glücks-)Disziplinen wie Ökonomie, Psychologie und Philosophie, Gehirnforschung und Nachhaltigkeitsaspekte zusammenführen, verweisen Sie vor allem auf das Glück als „Wirtschaftsfaktor“. Auf welchen Erkenntnissen basiert dieses Ergebnis?

Dorette Segsneider: Glück ist eine ökonomische Kennziffer – eine effiziente und erfolgreiche dazu. „Subjektives Wohlbefinden“ oder „Wohlfahrt“ heißt die Fach-Terminologie, die aber nichts

anderes als Glück meint und gerade dabei ist – auch (oder selbst) in der Politik – einen Siegeszug anzutreten. Bei der Suche nach Alternativen zum Bruttoinlandsprodukt steht der Glücksfaktor ganz oben auf der wirtschaftspolitischen Agenda. Anfang des Jahres hat die Bundesregierung sogar eine Enquete-Kommission gegründet, die das „Bruttoglücksprodukt“ für Deutschland erforschen soll. Die traditionelle Lehre – mit steigendem Einkommen wächst auch die Zufriedenheit der Menschen – ist längst widerlegt. Während sich unsere Einkommen in den letzten 50 Jahren vervielfacht haben, ist die Lebenszufriedenheit gleich

geblieben. Das heißt, in der Steigerung der Lebenszufriedenheit steckt großes Potenzial. Vor allem vor dem Hintergrund, dass zufriedene, glückliche Mitarbeiter produktiver arbeiten. In Deutschland liegt Produktivkapital in Milliardenhöhe brach, weil die Mehrheit der Mitarbeiter an ihrem Arbeitsplatz unglücklich ist.

Dr. Hildebrandt: Was braucht der Mensch für ein glückliches Leben?

Segsneider: Vor allem ein Ziel. Große Schmerzen oder große Ziele heißt die Devise. Wer sich ein großes Ziel setzt, für das er morgens gerne

aus dem Bett springt und sich auf den Tag freut, der steckt so manche Herausforderung, die der Tag mit sich bringt, leichter weg. Wer ohne Ziel durchs Leben geht, ist orientierungslos, müde und motivationslos.

Dr. Hildebrandt: Wie gehen Sie als Coach mit dieser Thematik um?

Segsneider: Emotionale Nachhaltigkeit steht für mich im Vordergrund. Nachhaltig vor dem Hintergrund, dass den Erkenntnissen im Coaching die langfristige, nachhaltige Umsetzung folgt. Ergebnisse erzielt der Coachee i.d.R. bereits nach zwei bis drei Coachingstunden oder Seminaren. Ich habe z. B. ein „E-Mail-Follow-Up-System“ entwickelt, mit denen ich die Coachees betreue, bis sie Selbstverantwortung umsetzen und an ihren Zielen dranbleiben. Darin liegt nämlich der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg. Wer dranbleibt, an dem, was er sich vornimmt, wird gewinnen. Erfolg fällt nicht vom Himmel – er ist das Ergebnis von Handlungen. Mein liebstes Beispiel: Wenn Sie beim Berlin-Marathon durch's Ziel laufen wollen, bringt es nichts, 20x das Buch von Joschka Fischer „Der größte Lauf zu mir selbst“ zu lesen. Den gewünschten Erfolg bringt allein tägliches Joggen = Training.

Dr. Hildebrandt: Bereits 2006 publizierte Hans-Jörg Bullinger („Spurwechsel. Wirtschaft weiter denken“) folgende Zahlen: „Nur 15 Prozent der deutschen Arbeitnehmer sind wirklich engagiert – 69 Prozent hingegen machen ‚Dienst nach Vorschrift‘. Die Schadenssumme dieser republikweiten Verweigerungshaltung beläuft sich mittlerweile auf geschätzte 220 Milliarden Euro. Weshalb ist das Ergebnis so erschreckend?

Segsneider: Es ist vor allem deshalb so erschreckend, weil es so leicht zu verändern wäre. Produktivkapital in Milliardenhöhe kann geweckt werden, wenn die Unternehmen endlich die Bedürfnisse der Mitarbeiter ernst nehmen und entsprechende Rahmenbedingungen schaffen. Arbeitnehmer, die ihren Beruf mögen bzw. gerne arbeiten, gehen in ihrem Job auf und sind signifikant motivierter und produktiver.

Dr. Hildebrandt: Immer mehr GlücksökonomInnen fordern, dass „positives Management“ Pflichtfach bei der MBA-Ausbildung wird. Wie wichtig ist das positive Management für die emotionale Nachhaltigkeit?

Segsneider: Nur wer von seinem eigenen Leben begeistert ist und ein klares Ziel hat, fasziniert seine Mitarbeiter so, dass sie motiviert und engagiert ihren Job machen. Die Methode stellt die Persönlichkeit der Führungskraft in den Mittelpunkt und installiert die Fähigkeit zur Begeisterung. Diese Bilder gingen um die Welt: Microsoft-Konferenz. 10.000 Mitarbeiter im Saal. Eine leere Bühne. Plötzlich springt Microsoft-Chef Steve Ballmer zu „Get on Your Feet“ auf die Bühne, läuft wild auf und ab, macht Luftsprünge und brüllt dabei immer wieder: „Whooo!“ Plötzlich bleibt er stehen, geht zum Rednerpult und ruft seinen Mitarbeitern zu: „I love – this – company! Yeehah!“

Auftritte wie diese elektrisieren die Mitarbeiter, stecken an und begeistern. Kein Motivations-training dieser Welt reißt die Mitarbeiter so mit wie ein energiegeladener, charismatischer Auftritt einer Führungskraft, die begeistert ist von dem, was sie tut. Wem die amerikanische Variante zu ausgeflippt ist, der darf gerne deutsche Begeisterung wecken. Ein überzeugendes Charisma kennt keine Grenzen. Der Hirnforscher Prof. Gerald Hüther betont immer: Das Gehirn lernt so, wie wir es mit Begeisterung nutzen. Daraus ergibt sich eine ganz neue Dimension. Wir können – auch ältere – Mitarbeiter jederzeit dazu bewegen, etwas Neues, Anderes zu tun, wenn es uns gelingt, Begeisterung zu wecken. Das ist das ganze Geheimnis.

Dr. Hildebrandt: Weshalb fehlt in deutschen Chefetagen häufig die Begeisterungsfähigkeit?

Segsneider: Begeisterung ist vielfach zum Fremdwort geworden. Dabei definiert sich Begeisterung immer über die Form – nicht über den Inhalt. Das heißt, wir alle wissen noch, wie es (damals) war, als wir begeistert waren, von den neuen Schuhen, dem neuen Auto etc. Wir haben



Dorette Segsneider

ZUR PERSON

Dorette Segsneider, Jahrgang 1963, langjährige TV-Moderatorin, war mehr als 20 Jahre das Gesicht der 3sat-Börse. Die Dipl.-Betriebswirtin und Lehrbeauftragte ist Autorin (u. a. „Geld macht doch glücklich“), erfolgreiche Speakerin und lizenzierter Business-Coach. Zudem erwarb sie die Kommunikationstrainer-Lizenz für Charisma-Enhancement in Amerika. Seit fast zwei Jahrzehnten trainiert sie Führungskräfte und vermittelt ihnen die Grundlagen für souveräne und meinungsstarke Auftritte. Als erfahrene Medienexpertin und Kommunikationstrainerin unterstützt sie Führungskräfte darin, eigene zielführende Denk- und Verhaltensmuster zu entwickeln und Strukturen einer nachhaltigen Unternehmensführung zu optimieren.

Weitere Informationen:

www.dorettesegsneider.de

nur vergessen, dieses Gefühl (Form) zu speichern und immer wieder abzurufen. Wir dürfen uns wieder bewusst machen, dass es Begeisterung in uns gibt – das Gefühl hervorholen und trainieren – wie Joggen! Führungskräfte ersticken zudem oft im Alltagsgeschäft, die immer schneller werdenden Prozesse, die steigenden Anforderungen im Beruf, die Ängste vor Versagen, vor Fehlentscheidungen, die Herausforderungen im Privatleben und vieles mehr lassen scheinbar keinen Platz mehr für Charisma und Begeisterung – zwei unverzichtbare Kernkompetenzen für erfolgreiche Manager. ■