

Glück wird im Business salonfähig – zum Glück?

Trend- und Zukunftsforscher sagen voraus, dass bald Glücksindikatoren für Unternehmen erhoben werden – mit Auswirkungen auf Kunden, Mitarbeitende, Investoren, soziales Umfeld. Unternehmen müssen Glückswerte verbessern, um Attraktivität zu steigern. Immer wieder.

Das individuelle Glück von Persönlichkeiten macht das kollektive Glück des Unternehmens aus. Glück wird (ist schon?) Erfolgsfaktor für Unternehmen. Unternehmen sollten schauen, dass möglichst alle Individuen ihr persönliches Glück verbessern. Zumindest prägende Persönlichkeiten müssen glücklicher werden, um den unternehmerischen Erfolgsfaktor „Glück“ voll auszuschöpfen. In unserer Leistungsgesellschaft nehmen wir jedoch an, dass die grosse Leistungsbereitschaft unser Glück ausmacht, dass Glück die Folge von Erfolg ist. Als gesellschaftlich erstrebenswert und als Zeichen von Erfolg gelten schliesslich eine erfolgreiche Karriere mit entsprechendem Einkommen und langem Leben. Erfolg wird höher bewertet als das Glück.

Studien zeigen, dass glückliche Menschen ihre Umwelt positiver betrachten und sensibler für Belohnungen aus ihrer Umwelt reagieren. Glückliche sehen eher Chancen als Probleme. Sie sind anderen Menschen und Unbekanntem gegenüber offener. Sie haben es leichter in der Schule und im Studium. Sie finden im Berufsleben rascher und bessere Jobs. Sie werden besser bewertet, steigen schneller auf und verdienen mehr. Sie engagieren sich stärker und erhalten mehr Unterstützung durch ihr Umfeld. Sie sind gesünder und haben stabilere Beziehungen. Eine Gruppe von Psychologen um Ed Diener hat nach einer umfassenden Auswertung von Forschungsliteratur zum Thema Glück festgestellt: Sowohl Persönlichkeiten als auch Unternehmen sind erfolgreicher, weil sie glücklich sind, nicht umgekehrt.

Leistungsideologen haben Mühe, diese Erkenntnisse zu akzeptieren. Nicht Leistung und Erfolg machen glücklich, sondern glückliche Menschen sind leistungsfähiger und erfolgreicher als andere. Glückliche werden für ihr geglücktes Leben sozusagen belohnt mit mehr Erfolg, auch mit besseren Beziehungen und Gesundheit. Wer „chronisch glücklich“ ist, wird sowohl beruflich als auch privat immer erfolgreicher.

Glück verursacht Erfolg. Also müssen wir im Sinne grösserer Effektivität und Effizienz immer glücklicher werden – was immer mehr Erfolg nach sich zieht. Also aufhören, dem Erfolg als unserem höchsten Ziel hinterherzurennen. Wenn wir schon etwas nachlaufen, dann sollte es das Glück sein. Doch dem Glück nachjagen hat auch seine Tücken. Dann nämlich, wenn wir das Glück als Glück des Augenblicks auffassen, das nur durch ausserordentlich Schönes oder Gutes auftaucht. So würden wir immer die gleichen kleinen Glücksbringer verfolgen und das Glück doch nie finden. Stichworte: Work-Life-Balance, Lifestyling.

Wir brauchen ein möglichst permanentes Glück, das im profanen Alltag entsteht und unabhängig ist von aussergewöhnlichen Situationen. Erst dann können wir die richtigen Schaltkreise in unserem Gehirn aufbauen, autonome und sich selbst optimierende Kreisläufe, die unser Glück immer besser machen. Nicht Intensität oder Häufigkeit machen dieses Glück aus, sondern vielmehr seine Dauerhaftigkeit.

These:
Glück dient Erfolg – als Initiator, Multiplikator und Tempomacher.
Erfolgreiche sind also kaum glücklicher, doch Glückliche werden erfolgreicher.

Herausforderung für Persönlichkeiten und Unternehmen:
Strategien und Methoden entwickeln, suchen und umsetzen, die zum Glück führen und möglichst allen Beteiligten gut tun.

Dieser Letter dient als Gesprächsgrundlage für Bernie's Breakfast Talk, Hotel Storchen, 20. November 2015



Organisation & Moderation

Business Coaching & Private Consulting Bernhard Aebischer

Zwischenbächen 115, 8048 Zürich, 044 430 11 66, www.aebischermentoring.ch