



Bürogelächter für jauchzenden Erfolg

Von Claudia Peintner

■ Wie Chefs mehr Humor in den Büroalltag bringen.
■ Singende Piloten und Spaßräume für die Mitarbeiter.

Wien. Humorvolle Chefs müssen nicht gleich eine Clown-Nase aus der Tasche zaubern, um am Arbeitsplatz Spaß zu verbreiten. Auch Witze erzählen wirkt im Geschäftsleben plump.

„Es geht viel mehr darum, humorvolle Anekdoten in die Kommunikation einzubauen“, erklärt Roman Szeliga, Motivationstrainer und Mitbegründer der Cliniclowns bei einer Veran-

staltung des Trainings- und Consultingunternehmens „die Berater“. So sollten etwa Führungskräfte öfters private lustige Erlebnisse mit Mitarbeitern oder Kunden teilen. Humor zu zeigen heiße auch, sich selbst auf den Arm zu nehmen. Das zeuge nicht nur von Kritikfähigkeit, sondern hinterlasse ebenso den Eindruck: „Der Chef ist auch ein Mensch.“ Und: „Wenn eine Führungskraft eine Humorkultur vorlebt, machen die Mitarbeiter mit.“

Lachen hebt Kompetenz

„Je kompetenter wir sind, desto mehr befürchten wir durch Humor an Seriosität zu verlieren“, sagt der Business-Berater. Dabei sei Humor die beste Ergänzung zu

Kompetenz. Wohldosiert eingesetzt, können erheiternde Worte die Meeting-Kultur oder Verkaufsgespräche verbessern. „Wenn die Mitarbeiterin hinter der Wursttheke mit einem guten Schmah kommuniziert, kaufen die Kunden oft mehr“, schildert Szeliga.

Ähnliches gilt für Präsentationen, die mit lustigen Pointen geschmückt sind. Immerhin basieren 80 Prozent der Kunden-Entscheidungen auf emotionalen Faktoren, lediglich 20 Prozent auf Zahlen und Fakten.

Die Gelatologie – die Wissenschaft vom Lachen – kommt darüber hinaus zu den Ergebnissen, dass Humor vor allem ein positives Betriebsklima und eine optimistische Einstellung zur

Arbeit fördert. Humor am Arbeitsplatz kann stressreduzierend wirken, angespannte Situationen werden gelockert. Laut einer Studie der Universität Oklahoma entstehen durch Humor 10-mal mehr Ideen als in humorfreier Atmosphäre.

Saubere Unterwäsche

Kreative Beispiele, wie Betriebe mit Witz punkten können, gibt es in der Praxis vielfach: So punkteten die Southwest Airlines mit Piloten, die die Flugangabe sangen. Die Firma Kodak hat einen Spaßraum eingerichtet, in dem sich Mitarbeiter mit lustiger Literatur und humorvollen Filmen vergnügen können.

Ein Busunternehmen, das wegen drängelnder Fahrgäste beim Einsteigen gegen Verspätungen kämpfte, erfand die Durchsage: „Leute mit sauberer Unterwäsche bitte nach hinten durchgehen.“

Natürlich brauchen wir Mut für solche Aktionen, betont Szeliga. Wer andere zum Lachen bringen möchte, sollte weiters in sich hinein horchen: „Was ist meine eigene Humormethode?“ Und: „Ist jetzt der richtige Moment, um humorvoll zu sein?“ Unangepasst ist die Heiterkeit bei Kündigungen oder Kritik. Beim humorvollen Führen geht es nicht um die lustige Verpackung von Hiobsbotschaften. ■



Eine humorvolle Atmosphäre fördert neue Ideen und Leistungsbereitschaft. Foto: corbis