

MIT
SCHLEIM, CHARME
& METHODE

Für Google-Queen Donna Julia

Stefan Lewerenz

MIT
SCHLEIM, CHARME
& METHODE

Warum es sich lohnt,
im Job egoistisch zu sein

südwest^o

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Ein Vorwort zum Mutmachen | 6 |
| 1. KAPITEL: DEIN CHEF, DAS UNBEKANNTE WESEN | 8 |
| Liebe Deinen Boss! | 8 |
| Preisfrage: Wann lächelt ein Top-Manager am dollsten? | 9 |
| Was Sie mit einem Toaster gemeinsam haben | 11 |
| Nach dem Abi mit dem Rucksack durch Neuseeland? | 12 |
| Manager sind die wirklichen Sklaven der Neuzeit | 18 |
| Als Arbeitern noch in den Hintern getreten wurde ... | 20 |
| Versuchen wir mal, den Kapitalismus zu begreifen | 30 |
| Für Manager hat das Golfspielen eigen(artig)e Regeln | 38 |
| In Ihrer Firma sind alle jung, hipp und per du? | 41 |
| Nach den fiesen Managern sind jetzt wir an der Reihe | 46 |
| 2. KAPITEL: ES GIBT NIEMANDEN, DER DIR HELFFEN KANN. AUSSER DEINEN ELLENBOGEN! | 49 |
| Der kleine Unterschied: Gewerkschafts- vs. Firmenbosse | 60 |
| Vom Megaboss zum Volksproleten in unter drei Minuten | 61 |
| Wer nichts wird, wird Wirt. Oder Betriebsrat ... | 72 |
| Die vierte Gewalt im Staat: die Journalisten | 78 |
| Eine journalistische Heldentat | 79 |
| 3. KAPITEL: FRAGE NICHT, WAS DU FÜR DIE FIRMA TUN KANNST – SONDERN FRAGE, WAS DIE FIRMA FÜR DICH TUN KANN | 82 |
| Welchen Chef können wir am besten ausnutzen? | 82 |
| Nicht alle Chefs sind Flaschen | 89 |
| Wie man an eine mächtige Chefsekretärin rankommt | 93 |
| Aufgedeckt: Fiese Tricks bei Bewerbungsgesprächen | 96 |
| Mit Fleiß und Pünktlichkeit kommt keiner weiter | 100 |
| Von nervtötenden Baustellen lernen | 102 |

| | |
|--|-----|
| Ein paar innovative Deko-Tipps | 103 |
| So werden acht Stunden Arbeitszeit zu gefühlten vier | 105 |
| Fußballprofis beuten ihre Arbeitgeber vorbildlich aus | 107 |
| Sie wollen mehr Gehalt, aber trauen sich nicht? | 112 |
| Wie man lässig 900 Prozent Gewinn macht | 128 |
| Ein 100 000-Euro-Missverständnis | 134 |
| Louis Vuitton trifft auf Hartz IV und das Rote Kreuz | 140 |
| Kennen Sie Deutschlands Volkssport Nummer Eins? | 144 |
| Sie haben die Chance aufzusteigen? Alarmstufe ROT! | 152 |
| Wie aus einer Kaufhausmutter eine Designerlady wird | 159 |
| Der dümmste Arbeitnehmer der Welt | 166 |
| Die wichtigsten Erfolgsformeln für Angestellte | 168 |
| Ein herzerweichender Tatsachenbericht | 174 |
| Die Hitliste der erfolgreichsten Schleim-Attacken | 177 |
| Mobbing: Alle sind empört, die meisten tun es | 180 |
| Großer Fehler: Wenn Sie nachts an Ihren Job denken ... | 187 |
| Das Märchen vom guten Betriebsklima | 189 |
| Endlich selbständig! Jubeln Sie nicht zu früh | 197 |
| Wie man mit zwei leeren Koffern zum Millionär wird | 204 |
| Nur die Dummen schufteten für die Firma | 207 |
| Die Hollywood-Nummer: Wir tun maximal beschäftigt | 209 |
| | |
| Ein Nachwort zum Nachdenken | 220 |

Ein Vorwort zum Mutmachen

Wenn heutzutage ein Arbeitnehmer bei einem Arbeitgeber einen Anstellungsvertrag unterschreibt, dann ist dieser Mensch für den Arbeitgeber eine Art zweibeiniges Produkt. Das Unternehmen versucht, die Arbeit dieses Menschen so preiswert wie möglich einzukaufen und so teuer wie möglich zu verkaufen, das nennt man Mehrwert. Das Unternehmen will mit der Arbeit seiner Angestellten Geld verdienen. Und das ist kein Menschenhandel, sondern Marktwirtschaft.

Alles, was dieses Buch erreichen will, ist, dass die Arbeitnehmer das Beste aus ihrer Situation machen. Nicht gegen die Manager, sondern mit ihnen, alles andere wäre Harakiri. Und weil die Manager die Tiger im Dschungel der Marktwirtschaft sind, also bärenstark und egoistisch pur, sollten wir von den Tigern lernen. Denn die haben die komplizierten Spielregeln der Marktwirtschaft am besten drauf, was ihr Erfolg beweist. Um unsere Bosse zu durchschauen, blicken wir aus aktuellem Anlass erst mal in ihre Abgründe. Wir werden in diesem Buch einiges über ihre Tricks und ihre Charaktere erfahren. Und dann wollen wir mal schauen, was wir von ihnen lernen können, ganz egoistisch, nur für uns. Aber alles im Rahmen, denn maßlos wie die Manager sind wir nicht und wollen wir nicht werden. Das Buch will Ihnen Mut machen, Ihre schmalen Schultern mal ein wenig aufzupolstern.

Es ist schwer zu sagen, wie gut oder schlecht sich deutsche Arbeitnehmer heutzutage bei ihren Arbeitge-

bern fühlen. Glaubt man den Gewerkschaften, sind so gut wie alle psychisch krank vor der Angst um ihren Arbeitsplatz. Und von den vielen Überstunden oder der Kurzarbeit völlig überlastet. Glaubt man der anderen Seite, sonnen sich die Arbeitnehmer in einem Arbeitnehmerparadies, sind permanent im Urlaub und wenn nicht, wollen sie mal wieder eine Gehaltserhöhung. Wer von den beiden recht hat, weiß nur der Wind. Kann uns auch egal sein, sicher ist, dass Sie in oder mit Ihrem Job unzufrieden sind, sonst würden Sie dieses Buch nicht lesen. Und damit Sie das Buch nicht umsonst gelesen haben, komme ich jetzt zur Sache. Ich will aus Ihnen einen Angestellten machen, der das ganze Spiel durchschaut und das Beste daraus macht.

Erst mal werden wir uns ein kleines Basiswissen aneignen, Wissen ist Macht und davon brauchen wir ein wenig. Wir müssen unsere Bosse besser durchschauen, auch ihre Geheimnisse, warum sie Geld allein nicht glücklich macht, warum sie sogar beim Kündigen lächeln, was sie mit Goldhamstern gemeinsam haben und was unter ihren gegelten Haaren und hinter ihren Designerbrillen wirklich abläuft.

Dann müssen wir uns darüber im Klaren sein, dass wir allein sind und uns nur auf uns selbst verlassen können. Und warum Politik, Presse und Gewerkschaften Wichtigeres zu tun haben, als sich um uns zu kümmern. Unsere eigenen Ellenbogen sind gefragt. Und schließlich müssen wir wissen, was uns wirklich weiterbringt. Alle Tipps und Tricks, verblüffend, überraschend, mutig und mit einer Erfolgsquote von bis zu 90 Prozent. In einem Satz: Wer seinen Boss ausbeuten will, muss sich erst mal richtig vorbereiten. Fangen wir an.

1. KAPITEL

Dein Chef, das unbekannte Wesen

»Liebe deinen Boss! E. T. hast du doch auch geliebt und der war genauso wenig menschlich ...«

Um zu verstehen, warum es in Ihrem Job nicht so läuft, wie Sie es gerne hätten, müssen Sie verstehen, wie Ihre Firma funktioniert. Um zu verstehen, wie Ihre Firma funktioniert, müssen Sie verstehen, wie Ihre Bosse ticken, auch wenn sie so ganz anders sind als wir, als kämen sie von einer fernen Galaxie. Sie müssen Menschen verstehen lernen, die Ihnen so fremd sind wie E. T. Aber E. T. haben Sie doch auch geliebt und geweint, als er immer nach Hause telefonieren wollte, obwohl er ziemlich hässlich war.

Sie müssen Ihren Chef ein bisschen lieb haben oder zumindest mögen, um ihn erfolgreich auszunutzen. Wenn Sie ihn hassen und verachten, haben Sie schon verloren, weil Sie viel zu emotional agieren.

Merke: Ein wütender Gegner ist meistens der Verlierer, weil er nicht mehr klar im Kopf ist.

Oder: Mit Schaum vorm Mund kann man viel zerstören, aber nichts gewinnen.

»Preisfrage: Wie glatt ist ein moderner Manager? Wie ein Aal? Eine Teflonpfanne? Oder wie ein eingeseifter Rücken?«

Nicht lange nachdenken, selbstverständlich sind alle drei Antworten richtig. Moderne Manager müssen so glatt sein, damit bei ihnen nichts hängen bleibt. Keine Fehlentscheidung, keine Krise, keine Kritik, kein Skandal. Ein moderner Manager gibt immer 150 Prozent, mindestens, denkt an morgen, nie an gestern, immer positiv, visionär, mutig, entschlossen. Da irritiert es nur, wenn er eventuelle Niederlagen nicht schnell vergisst, Selbstzweifel und Selbstkritik werden besser im Keim erstickt, sonst könnten sie die Dynamik bremsen.

Aber wer nun meint, dass moderne Manager keine guten Menschen oder gar unmenschlich sind, irrt gewaltig. Wir die Guten, die die Bösen? Nein, so einfach ist es nicht. Es sind nur andere Menschen, nicht unbedingt seelenlos, aber eben eher ein bisschen apparatmäßig. Sie sind gebaut – Entschuldigung – erschaffen worden, um vor allem eins zu tun: zu funktionieren.

»Noch eine Preisfrage: Wann lächelt ein Topmanager am dollsten? Wenn er Leute einstellt? Oder wenn er mal wieder Leute feuert?«

Auch hier sind selbstverständlich wieder beide Antworten richtig. Wenn Sie zum Beispiel irgendwo eingestellt

werden und Sie den Job bekommen haben, den Sie wollten, dann freuen Sie sich. Ehrlich und aufrichtig. Und wenn Sie irgendwo gefeuert werden und den Job verlieren, den Sie hatten, dann sind Sie traurig. Ehrlich und aufrichtig.

In beiden Fällen wird Ihnen das von einem Vorgesetzten mitgeteilt und vielleicht ist ja sogar ein richtiger Manager dabei. Im ersten Fall freut es ihn, im zweiten Fall tut es ihm leid. Das sagt er jedenfalls, wenn er gut erzogen ist und überhaupt was dazu sagt. In beiden Fällen lächelt er, wie immer, denn in Wirklichkeit spürt er überhaupt nichts. Niente. Zero. Und das muss er auch nicht. Zumindest wenn er ein guter Manager ist.

Aber lächelt er wirklich? Seitdem wir Menschen Messer und Gabel bedienen können, sind wir (mehr oder weniger) zivilisiert, so zivilisiert, dass wir die natürlichsten Signale nicht mehr erkennen.

Julia Roberts lächelt echt – wenn auch nur für Millio-nengagen – und rührt uns. Kampfhunde, Krokodile und der weiße Hai lächeln nicht, sie zeigen ihre Zähne, und das ist etwas völlig anderes. Wundern Sie sich also nicht, wenn Manager manchmal schlimme Sachen – wie eine Kündigung oder die Kündigung von ein paar Tausenden – lächelnd übermitteln. Sie lächeln eben nicht, sondern zeigen kampf-hundemäßig ihre Zähne, das schafft Überlegenheit. Und das tun sie, achten Sie mal drauf, fast alle und fast immer, als sei das Zähnezeigen implantiert.

»Aber warum berühren Kündigungen solche Männer nicht?«, werden Sie sich jetzt fragen. Das will ich Ihnen erklären. Um es ganz deutlich zu machen, bin ich für die nächsten Sätze mal nicht so diplomatisch, also bitte, seien Sie nicht gleich beleidigt. Wenn doch, dann sollten

Sie sich so etwas sofort abgewöhnen. Es gibt kaum etwas Peinlicheres als einen schmollenden Angestellten. Es ist die wahrscheinlich dümme Reaktion, selbst wenn die oder derjenige total im Recht und dementsprechend empört ist. Also, nicht schmollen. Bitte.

»Jetzt müssen Sie ein bisschen tapfer sein. Denn hier erfahren Sie, was Sie mit einem Toaster gemeinsam haben. Oder mit einem Eierbecher.«

Ich nehme mal an, Sie besitzen zu Hause einen Toaster. Jetzt nehmen wir mal an, der Toaster geht kaputt, funktioniert nicht mehr. Und weil eine Reparatur wahrscheinlich das Dreifache kostet wie ein neuer, nehme ich an, Sie kaufen sich einen neuen Toaster. Der alte Toaster geht, wenn Sie ein bisschen öko sind, zum Recyclinghof, wie sich das gehört. Jetzt meine Frage: Hat Ihnen der alte Toaster leidgetan? Haben Sie sich von ihm irgendwie verabschiedet, den Defekt bedauert, ihm vielleicht noch eine Scheibe Toast mit auf den letzten Weg gegeben? Und haben Sie den neuen Toaster nett begrüßt, vielleicht sogar mit ein paar Blümchen und einer kleinen Führung durch seine neue Wirkungsstätte, Ihre Küche?

Zugegeben, das liest sich ziemlich schräg. Aber Sie haben sicher verstanden, worum es geht: Ihr Zuhause ist die Firma, Sie der Wohnungsmanager und der Toaster einer Ihrer Mitarbeiter. Das, was Sie in Ihrem Toaster sehen, das sieht der Topmanager Ihrer Firma in Ihnen. Wenn Sie nicht mehr funktionieren oder wenn Sie überflüssig sind, können Sie gehen, man trennt sich von Ih-

nen. Ohne Tränen, wie denn auch, in großen Firmen gibt es Tausende Toaster bzw. Mitarbeiter, sie sind anonyme Posten in der Lohnbuchhaltung und in der Bilanz, gesichtslos, nur dass sie Namen haben.

Und: Sie müssen schon ganz schön gut sein, wenn Sie in einer Firma denselben Status haben wie der Toaster bei Ihnen daheim. Ein Toaster ist fast so wichtig wie ein Kochtopf, für Frühstücksfreaks sogar noch wichtiger, er rangiert in der Hierarchie ganz weit oben. Natürlich hinter dem Fernseher, der Waschmaschine und der Mikrowelle, aber immerhin. Anders ausgedrückt: Wenn Sie in Ihrer großen Firma nicht wenigstens Abteilungsleiter oder Ähnliches sind, haben Sie bestenfalls den Status eines Eierbeckers. Wer soll sich da schon freuen, wenn Sie neu sind? Oder etwa weinen, wenn Sie gehen müssen?

Geschockt? Tut mir leid, aber das musste sein.

»Nach dem Abi erst mal mit dem Rucksack durch Neuseeland? Oder als Ski-lehrer in die Rocky Mountains? Für Manager ist das reine Zeitverschwendung.«

Nachdem Sie sich nun hoffentlich mit Ihrem Eierbeckerschicksal abgefunden haben, komme ich wieder zu den wirklich wichtigen Dingen in unserer Marktwirtschaft: den aktuellen Managern. Den etwa 45-Jährigen, die demnächst sämtliche DAX-Unternehmen übernehmen werden und den Rest sowieso. Zahlenmenschen, die Unpünktlichkeit für schlimmer halten als Aids.

Technokraten, die keine Laster haben und um Leute mit Laster einen Bogen machen, und seien sie noch so kreativ. Streber, die schon mit 14 und mit massiver Unterstützung ihrer perfekten Eltern durchschaut haben, dass man spätestens mit 18 Abitur mit mindestens 1,1 Notendurchschnitt haben muss, um auf den entsprechenden Universitäten aufgenommen zu werden, aus denen wiederum die wichtigsten Unternehmen ihren Nachwuchs rekrutieren. Schöne Jugend. Nach dem Abi erst mal mit dem Rucksack durch Neuseeland? Zeitverschwendung! Oder erst mal als Skilehrer in die Rocky Mountains? Nur was für Penner! Oder mit der Jugendliebe durch Indiens südliche Provinzen? Klingt nach Drogen! Oder als Entwicklungshelfer ins hungernde Afrika? Wie sentimental!

Diese neuen Überflieger sind spurtreu (dank ESP), ohne jede Beule (dank ABS) und kommen unverletzt aus jeder Auseinandersetzung (dank Airbag). Wir anderen waren mit 15 hinter Jungs oder Mädchen her, meist mit mäßigem Erfolg, aber aufregend war es trotzdem, da lassen unsere neuen Helden schon den Börsenteil, wenn sie nicht für die Schule paukten.

Genauso stromlinienförmig und antiseptisch ist das Ergebnis. Man könnte meinen, bei ihrer Zeugung sei kein Sperma geflossen, sondern Bits und Bites. Shareholder-Value finden sie geil, nicht Gwen Stefani. In ihren Adern fließt kein Blut, sondern der aktuelle Börsenkurs. Uns Eierbecher haben sie nun gar nicht auf der Rechnung, das ist nicht ihre Welt. Und wenn wir mit zitternden Händen BILD oder den Spiegel lesen und uns über die Erderwärmung Sorgen machen, echte Sorgen, gähnen die doch nur. Solange sich mit CO₂ kein Geld machen lässt, das

große Geld, ist CO₂ kein Thema. Was ist schon ein Temperaturanstieg von 2 Prozent (und ein paar Hurricanes, Dürre und Überschwemmungen) gegen eine Umsatzrendite von über 10 Prozent? Die Antwort: meilenweite 8 Prozent Unterschied. Noch Fragen?

Sie glauben mir nicht? Sie halten die für nicht so blöd? Wer sagt denn, dass die blöd sind? Die sind mit Sicherheit intelligenter als 90 Prozent aller Eierbecher. Aber sie sind anders, wirklich anders. Die Rendite ist das Ziel, der Rest Irritation, Störfeuer, Nebenwirkungen, aber nie relevant. Erinnern Sie sich nur mal an die Katalysator-Diskussion, nicht so lange her. Jeder Wissenschaftler wusste damals schon seit Ewigkeiten, dass Abgase ein gewaltiges Krebsproblem sind. Und als dann endlich sogar die industriefreundlichsten Politiker eingesehen hatten, dass es nicht anders geht und Katalysatoren kommen mussten, spielten die Automanager verrückt. Sie drohten mit Zehntausenden von Arbeitsplätzen, die verloren gehen würden, sollte der Katalysator wirklich kommen. Total verlogen, die Jungs, nichts dergleichen ist passiert.

**»Das Eis schmilzt mit großer
Geschwindigkeit und alle schauen zu.
Denn solange Eisbären keinen
Porsche fahren, haben sie keine Lobby.
Armer Knut & Co.«**

Während die Eisbären absaufen, weil die Eisschollen unter ihren Tatzen schmelzen, präsentierte der Ex-Porsche-Chef Wendelin Wiedeking mit vor Stolz glühenden

Wangen (macht die Atmosphäre auch nicht kühler) den neuen Panamera mit 500 PS, der verbraucht bei Vollgas so viel Sprit wie ein Schützenpanzer der Bundeswehr, eine echte CO₂-Fabrik. Auch der neue Porsche-Chef ist nicht blöd, nur anders, und solange Eisbären keinen Porsche fahren, interessieren sie ihn nicht – sie haben keine Lobby. Der Typ ist übrigens nicht nur einer der CO₂-Weltmarktführer, sondern auch ein Mega-Hero für jeden Betriebswirtschaftsstudenten. Gute Nacht, Eisbären. Und schade, dass 60-jährige Männer (oder jünger) mit schütterem Haupthaar, wachsendem Bierbauch und sinkender Potenz immer noch Porsche-Turbos benötigen, um sich und anderen etwas vorzumachen. Schade für Knut & Co.

Das Komasaufen von Jugendlichen ist auch so ein Thema, über das sich viele Sorgen machen. Nur die Bosse nicht. Schauen Sie sich mal die Alkoholwerbung im Fernsehen an, perfekt für Kids gemacht, als ginge es um Gummibärchen. Lesen Sie selbst, was die Deutsche Presse Agentur (DPA) zu diesem Thema 2009 geschrieben hat:

Werbung für Wodka, Tequila und Co. kann Teenager zu Saufgelagen verführen. Denn junge Leute trinken nach einer Studie für die Krankenkasse DAK mehr Alkohol, wenn sie regelmäßig TV-Spots oder Plakate für Bier oder Schnaps sehen. Nach der Untersuchung griffen mehr als 80 Prozent der befragten Jungen und Mädchen, die keine Alkoholwerbung sahen, weder zur Bier- noch zur Schnapsflasche, teilte die Kasse in Berlin mit. Dagegen hatten mehr als 90 Prozent der Jugendlichen, die mehrere Werbespots häufiger als zehnmals wahrnahmen, bereits Alkohol getrunken. Die Kasse forderte nach

diesem Ergebnis eine Einschränkung der Alkoholwerbung. Mehr als 20 Prozent der Teenager in Deutschland waren im vergangenen Jahr mindestens einmal im Monat betrunken. Vor allem an den Wochenenden beginnt für viele Jugendliche ein regelrechtes »Komasaufen«. Mehr als 23 000 Kinder und Jugendliche sind 2007 nach exzessivem Alkoholgenuss teils schon bewusstlos in Krankenhäuser eingeliefert worden, so viele wie nie zuvor.

Den Werbern können Sie keinen Vorwurf machen, die sind gekauft und tun nur, was der Kunde will, wie Söldner. Aber dass nicht mal ein hochkarätiger Boss laut die Frage stellt, ob es wirklich sein muss, dass Kids so zum Saufen animiert werden, das wundert schon. Oder auch nicht. Die Umsatzrendite könnte ja um 0,3 Prozent sinken, für Manager ist das die Cholera, was ist dagegen schon ein Vollrausch?

»Und solche Unternehmer sollen wir nun mögen?«, fragen Sie sich jetzt. Aber sicher! Schon allein aus purem Egoismus, wir wollen sie doch ausbeuten, nicht umgekehrt, aber das kommt später. Und zweitens, weil sie uns wirklich leidtun können. Denn diese Typen haben vor lauter Lernen eins verlernt: sich zu freuen. Ganz einfach so, über eine Currywurst zum Beispiel (viel zu billig und zu ordinär), über ein Lächeln von einer Fremden oder einem Fremden (unwirtschaftlich, macht doch keinen Umsatz, geschweige denn Gewinn), über die Sonne, wenn sie aufgeht oder unter (ach ja, da war doch was).

Nicht, dass sie deshalb unglücklich sind. Was man nicht kennt, kann man nicht vermissen. Es ist wie bei den Astronauten: Unzählige Bewerber, wenige Jobs. In einen Spaceshuttle passen jedoch nur sieben Leute, da

wird vorher also erst mal stark gesiebt. In Mathe und Physik müssen Astronauten topp sein und kerngesund, das haben wir uns gedacht. Aber wehe, sie haben Fantasie. Das wird speziell getestet und wer zu viel davon hat, der fliegt. Nicht ins All, nach Hause. Warum? Weil Menschen mit zu viel Fantasie schwer auszurechnen sind, sie könnten in bestimmten Situationen sogar ängstlich sein, das darf kein Astronaut, das wäre tödlich, das lenkt nur ab beim Funktionieren. Dass solche Menschen keinen Humor haben, versteht sich von selbst. Ähnliches gilt für das Management. Der ideale Manager ist ein Megacomputer, 220 Volt mit drei Notstromaggregaten, erdbebensicher, feuerfest und wasserdicht gebaut, total gefühllos und deshalb hundertprozentig zuverlässig.

Es gibt noch einen Beruf, bei dem der Generationswechsel einen völlig neuen Typus Mensch hervorgebracht hat: der Pilot. Als die Lufthansa Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg endlich wieder fliegen durfte, legten die Haudegen aus den Jagdgeschwadern ihre Lederjacken und weißen Seidenschals ab, um in die blaue Kranich-Uniform zu schlüpfen. Natürlich langweilten sie sich, Passagiermaschinen zu fliegen war für sie ein kleiner Schock, als wären sie aus einem Formel-1-Boliden in einen Autobus gestiegen. Als Trost für den verlorenen Nervenkitzel konzentrierten sie sich auf die netten Stewardessen. Und beim Anflug auf Nairobi drehten sie schon mal mit ihrem Jumbo eine Runde knapp über dem Kilimandscharo-Krater, weil sie der Anblick faszinierte oder weil sie eine Stewardess beeindrucken wollten. Na ja, dann kam die neue Fliegergeneration, fasziniert von Wärmepumpen und Bausparverträgen, computerhörig, fehlerlos. Die saßen dann ein paar Jahre gemeinsam mit

den alten Lederjacken im Cockpit, bevor die ausgemustert wurden. Sie passten nicht zusammen.

»Bitte keinen Neid: Manager sind die wirklichen Sklaven der Neuzeit. Sie leben wie die Hamster. Nur, dass sie sich selber füttern müssen.«

Denn wenn sie ganz oben angelangt sind, da, wo sie meistens hinwollen, im Vorstand, was passiert dann? Dann werden sie, falls die Umsatzrendite mal wieder einen Knick nach unten macht, von ihrem Aufsichtsrat getrieben, sie kommen einfach nicht zur Ruhe. Zeit zum Genießen? Never. Erst nerven ihre Eltern, dann die Noten, dann das Abitur, dann das Examen, dann die Konkurrenten, dann die Rendite und ganz am Ende der Aufsichtsrat. Sie rennen wie der Hamster im Laufrad um ihren Erfolg, und wenn sie ihn, den Erfolg, erreicht haben, haben sie schon wieder Angst, ihn zu verlieren. Was für ein Leben. Ein Ex-Vorstandsvorsitzender, zu seiner Zeit der jüngste Deutschlands, also ein heißer Karriertyp, hat mir Folgendes verraten: Wenn es ganz schlimm kam, hat er 50 Prozent seiner Zeit damit verbracht, seinen Stuhl zu verteidigen und in den restlichen 50 Prozent hat er an anderen Stühlen gesägt. 50 plus 50 ergibt 100, da blieb keine Zeit mehr für das Tagesgeschäft. Eine aktuelle Umfrage der PwC-Wirtschaftsprüfungsgesellschaft unter 326 deutschen Nachwuchsführungskräften hat ergeben, dass weit über 90 Prozent dieser Elite mehr Angst um ihre gerade beginnende Karriere als vor Terror und Klima haben. Seltsam. Und eine ebenfalls aktuelle Studie

der Bond-Universität aus Australien kam zu dem Ergebnis, dass tyrannische Chefs die größten Karrierechancen haben, fiese Chefs sind also erfolgreicher. Die Chefs müssen also so sein, wie sie sind, sonst wären sie nicht oben. Deshalb: Bitte keinen Neid, Manager sind die wirklichen Sklaven der Neuzeit, wir nicht, jedenfalls wenn wir es richtig machen.

Zwischendurch haben die meisten Manager übrigens geheiratet, weil in den großen Companys sonst eine Karriere nur schwer möglich ist, Singles lassen sich schließlich nicht so viel gefallen, weil sie so unabhängig sind. Und Kinder haben sie natürlich auch, wie es sich gehört. Aus Liebe? Hoffentlich.

Also, entscheiden Sie sich, was wären Sie lieber, Eierbecher oder Hamster? Richtig, der Becher, und den machen wir demnächst voll, versprochen, damit es sich auch lohnt.

Aber bevor sich jetzt SED-Betonköpfe (heute nennen sie sich DIE LINKE) vor Freude auf ihre Schenkel klopfen, weil ich ihren absoluten Klassenfeind, den gemeinen Manager, fies kritisiere, sollten sie lieber weiterlesen. Ein einziger Topmanager eines großen Unternehmens hat in seinem Job wahrscheinlich mehr richtige Entscheidungen getroffen als die gesamten sozialismusbesoffenen Führungskader der (zum Glück) Ex-DDR. Die waren nun echt blöd, sogar blöder als ein durchschnittlicher Eierbecher. Die einzige Produktion, in der sie Spitze waren, war die Produktion von Umweltgiften und Stasispitzen.

Und weil wir mittlerweile alle wissen, dass das Geld nicht aus der Steckdose und aus Parteiprogrammen kommt, und aus diesem Grund Arbeitsplätze wichtiger

sind als jede Sozialromantik und jedes Wahlversprechen, wissen wir natürlich auch, wer diese Arbeitsplätze schafft: unser Erzfeind, der Manager. Weil er was von Geld versteht. Von Wirtschaft. Von Globalisierung. Weil er rechnen kann und Sprachen spricht. Weil er auch mal was riskiert.

Kennen Sie viele Politiker, die da mithalten? Ich nicht. Ehrlich gesagt, ich kenne keinen einzigen.

»Früher haben Chefs ihren Arbeitern manchmal in den Hintern getreten. Weil sie so brutal waren? Nein, weil sie noch ein Herz hatten.«

Ziemlich ironisch: Während es auf unserem Planeten immer wärmer wird, woran viele Vorstände maßgeblich beteiligt sind, wird es in den Vorstandsetagen immer kälter, weil die kaltschnäuzigen Jungakademiker die Läden langsam, aber sicher übernehmen. Wie gesagt, alles Eiser, von der Grundschule bis zum Universitätsexamen, selbstverständlich Nichtraucher und völlig lasterfrei.

Die Generation vor ihnen, die 50- bis 60-jährigen Manager, hätte heute keine Chance mehr in ihren eigenen Firmen anzufangen, ihre Zeugnisse und Examen sind nicht makellos genug, weil ihre Charaktere viel zu menschlich sind. Und menschlich bedeutet auch immer die eine oder andere Schwäche. Vielleicht nur eine Drei in Mathe? Oder manchmal fünf Minuten unpünktlich? Oder lautes Fluchen, wenn ein Geschäft in die Hose geht? Womöglich ein Flirt mit einer Sekretärin? Etwa Whiskey im Schreibtisch?

Früher haben manche Bosse ihren Arbeitern noch in den Hintern getreten, wenn die großen Mist gebaut hatten. Vor Wut, vor Enttäuschung und weil sie vielleicht wussten, dass der Arbeiter es hätte besser machen können. Ist doch menschlich, Menschen mit Herz haben sich halt nicht immer unter Kontrolle. Über solche Steinzeitmethoden können die neuen Manager nur verächtlich lächeln, sie gehen subtiler vor, fieser, kälter, effizienter, die richtige Abmahnung zum richtigen Zeitpunkt mit der richtigen Tonalität wirkt mehr als jeder Tritt. Weil sie nicht nur wehtut, sondern Angst macht, so bringt man jeden zum Funktionieren, ohne sich die Füße schmutzig zu machen.

Die jungen, kalten Manager würden schon deshalb keinem Mitarbeiter in den Hintern treten, weil sie ihm nicht zu nahe kommen wollen. Menschen sind den jungen Kalten irgendwie unheimlich, alles in ihrem Job können sie berechnen, kalkulieren, manipulieren, Rohstoffpreise, Investitionen, Verträge – nur der Mensch selbst ist schwer berechenbar, schwer zu kalkulieren und noch schwerer zu manipulieren. Es gibt nur wenige Gründe für die jungen Kalten, sich mit der Psyche von Menschen auseinanderzusetzen. Zum Beispiel wenn sie uns Produkte, die wir nicht benötigen, schmackhaft machen wollen.

Wenn die jungen Kalten eine Firma übernehmen, kühlt fast automatisch das Verhältnis von Management und der Bodentruppe ab, der Ton wird rauer, die Mittel auch. Und wenn ein junger Kalter Fehler macht, dann ballen die unteren Ränge ihre Fäustchen und geben bei ihren Demos erboste Fernsehinterviews, behaupten selbstbewusst wie Wirtschaftswissenschaftler, dass die

bösen Bosse den Laden »gegen die Wand gefahren« oder sogar »plattgemacht« haben, am lautesten sind dabei natürlich die Gewerkschaftler mit Hauptschulabschluss. Na ja, vielleicht haben sie sogar recht. Aber gut reden haben sie auch. Wer täglich nur Fensterscheiben in ein Auto baut, kann schwerlich große Fehler machen, schlimmstenfalls klemmt das Teil. Welche Verantwortung!

»Würden Sie 10 Euro für einen kleinen Pudding zahlen? Wahrscheinlich nicht. Aber für manche Leute ist das ein absolutes Schnäppchen.«

Was uns wirklich von den Managern trennt, ist nicht nur ihre Makellosigkeit in Sachen Disziplin und Pflichterfüllung, es ist vor allen Dingen die Welt, in der sie leben. Zugegeben, sie arbeiten nicht unbedingt so viel, sie lassen arbeiten, nicht aus Faulheit, sondern weil es effizienter ist. Aber sie entscheiden. Manchmal innerhalb von Wochen, manchmal innerhalb von Tagen oder Stunden, und immer geht es um Entscheidungen mit vielen Nullen. Nein, ich meine nicht die Massenkündigung von Mitarbeitern, ich meine die Summen, um die es geht. Millionen, mindestens, manchmal Milliarden.

Ein US-Finanzinvestor hat kürzlich im TV verraten, dass er sich für Entscheidungen unter 50 Millionen Dollar kaum noch konzentrieren kann, er hat sich mit den Jahren so sehr an drei- bis vierstellige Millionensummen gewöhnt, dass alles darunter ihn nicht wirklich reizt.

Und während dieser Kerl mal eben so entscheidet, wohin die Millionen fließen, stehen die Frauen unter uns

stundenlang vor dem Spiegel, weil sie sich nicht entscheiden können, welche Jeans sie für den Kinoabend anziehen. Und die Männer unter uns brauchen lässig Monate, um sich darüber klar zu werden, ob sie den neuen Golf mit oder ohne Glasdach bestellen wollen. Nicht sehr dynamisch, oder?

Noch ein Beispiel? Gern. Da will ein Konzern eine neue Zigarettenmarke auf den Markt bringen. So eine Markteinführung kostet den Konzern Millionen, so um die 30, also muss alles perfekt vorbereitet sein. Auch die Packung, die ist fast so wichtig wie die Zigaretten selbst. Weil die Markteinführung sowieso so teuer ist, spielt Geld nicht wirklich eine Rolle, alles wurde getestet, auch die Packung, die besten Verpackungskünstler Europas waren am Werk. Die Farbe sollte rot sein, ähnlich wie die des Marktführers – war von Farbpsychologen monatelang entwickelt und von Marktforschungsinstituten monatelang getestet worden.

Dann wurde über Nacht der Konzern verkauft, der neue Eigentümer kam eine Woche später in die Firmenzentrale, um sich mal umzuschauen. In der Eingangshalle wurde die neue Marke präsentiert, mit Plakaten, Spots, mit allem Drum und Dran. Der neue Eigentümer, er war in Eile, wahrscheinlich wollte er sich am selben Tag noch eine andere Firma kaufen, schaute sich die neuen Schachteln interessiert an und fragte seinen Begleiter (einen Direktor des Konzerns), was für ein komisches Rot das sei. Bevor der Direktor ihn mit Fakten, Fakten, Fakten überzeugen konnte, dass das Rot das beste Rot der Welt sei, brach unser Mann den kleinen Vortrag ab, band sich seine Krawatte ab (rot-weiß-gestreift) und hielt sie dem Direktor unter die Nase: »Sehen Sie die roten



Stefan Lewerenz

Mit Schleim, Charme & Methode

Warum es sich lohnt, im Job egoistisch zu sein

Paperback, Broschur, 224 Seiten, 13,5 x 21,5 cm

ISBN: 978-3-517-08584-5

Südwest

Erscheinungstermin: Januar 2010

Von Neidern, Mobbern & Cholerikern – der Survivalguide fürs Büro

Früher war alles noch ganz einfach: Mit 16 ging man in die Lehre und circa 50 Jahre später verließ man denselben Laden wieder, um in Rente zu gehen – vielleicht mit einem Geschenkkorb unterm Arm als Dankeschön. Heute ist man schon dankbar, wenn man sich ein paar Jahre im selben Laden sicher sein kann. Angestellte müssen heute ziemlich clever sein, wenn sie ihren Job behalten wollen und im Idealfall auch darin glücklich sein wollen. Dieses Buch gibt handfest Überlebensstipps: Wie durchschaue ich meinen Chef? Warum liebt er Mobbing und was macht ihn richtig glücklich? Und wie komme ich im Job schneller nach oben? Das Motto dieses Buches ist es: Vorbeugen ist besser als jede Kündigung! Stefan Lewerenz hat das Arbeitsleben „von unten“, als Steward bei Lufthansa und Praktikant bei Verlagen, genau so kennengelernt wie „von oben“ – als Chefredakteur. Mobbende Kollegen, cholerische Chefs und neidgesteuerte Betriebsräte pflasterten seinen Weg. Schon am allerersten Tag seines Arbeitslebens war ihm klar, dass er dieses Buch einmal schreiben wird.