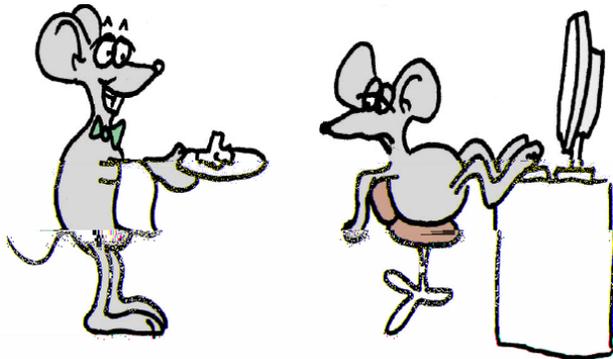


## Faulheit entdeckt! Von Corinne Maier.



Im letzten Infobrief habe ich angekündigt, dass ich mich mit Corinne Maiers Buch *„Die Entdeckung der Faulheit“* (Goldmann, München 2005) auseinander setzen werde. Nachdem ich das Opus ganz durchgelesen habe, fällt es mir schwer, mein Versprechen einzuhalten. Nein! – ich bin nicht zu faul, aber es gibt nicht viel dazu zu sagen, denn

auf 151 Seiten wird fast nur ein Gedanke breit getreten: Das Unternehmen(?) bringt nicht, ein Narr, der sich trotzdem für seinen Laden engagiert.

Die elementare Einsicht Maiers: *„Das Unternehmen ist keine humanistische Institution“* (S. 11). Was, bitte, soll eine humanistische Institution sein? Ich kenne ein humanistisches Gymnasium, aber ein humanistisches Unternehmen ist mir noch nicht untergekommen. Und eine Seite später fragt uns Maier: *„Löst sich das Unternehmen in Ernüchterung auf?“*, und sie gibt die Antwort: *„Das Unternehmen ist am Ende. Man muss den Tatsachen ins Auge sehen: Es ist nicht mehr der Ort des Erfolges. Der soziale Aufstieg ist blockiert. Die Sicherheitsgarantie der Diplome schwindet dahin. Die Renten sind in Gefahr.“* (S. 15)

Eine unzulässige Verallgemeinerung. Was Maier durch die Bank vermisst, leisten gute Unternehmen heute durchaus noch. Eine interessantere Frage wäre, warum es immer weniger gute Unternehmen gibt?

In der Folge gibt Madame Maier ihren Lesern auch noch einen gefährlichen Rat: *„Zehn (ironische) Gebote für den mittleren Angestellten“* (S.146 ff) und ihre ernst gemeinten *„zehn Gegenempfehlungen“* (S. 149 ff). Man möge sich eine Nische suchen, in der man nicht auffällt, und dort so wenig wie möglich tun nach dem Motto: Streng dich ja nicht an, es wird ohnehin nicht belohnt!

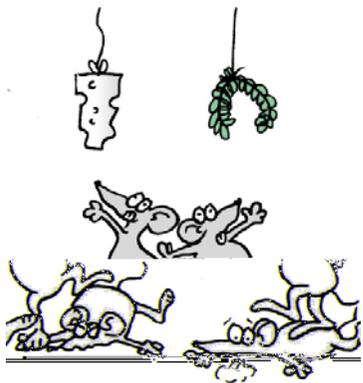
Ja, hält denn Madame Maier die Controller für blinde Taubstumme? Gerade in Zeiten, in denen das Geschäftemachen schwerer wird, sind die Führungsetagen sehr erfolgreich darin, unproduktive Bereiche zu schließen. Sie hat höchstens an einer Stelle Recht: Im Vorstand der EDF sitzt jemand, der so wenig zu tun hat, dass er sich falsche Bücher ausdenken kann.

Nichtsdestoweniger ist Corinne Maier etwas aufgefallen, das jeden Menschen, der bei gutem Verstande ist, gehörig ärgert. So thematisiert sie ausführlich die Sprache in heutigen Unternehmen und nennt sie in Anlehnung an George Orwells *„1984“* „Neusprech“. Maier stellt fünf Grundregeln auf.

1. Das Unternehmen macht kompliziert, was einfach ist. Beispiel: Initialisieren, statt beginnen, finalisieren, statt beenden, positionieren, statt platzieren.
2. Es wählt Vokabeln, mit denen es sich wichtiger macht, als es ist. Wörter, die auf -enz enden, sind hierfür gut: Pertinenz, Kompetenz, Effizienz, Kohärenz, etc. .
3. Grammatik wird missachtet.

[\(weiter auf Seite 2\)](#)

4. „Das Neusprech des Unternehmens ist oft auf halbem Weg zwischen der objektiven, angeblich wissenschaftlichen Behauptung (Sind Behauptungen wissenschaftlich? Das wollen wir doch lieber mal dem Dogmatismus überlassen!) und dem unwiderruflichen Einpeitschen des Slogans angesiedelt.“ (S.33) Beispiel: „Die Kooperation zwischen den Abteilungen muss zunehmen.“ Woraus resultiert diese Notwendigkeit? War unlängst nicht ein hoher Autonomiegrad der einzelnen, dezentralen Organisationseinheiten das Mittel der Wahl?
5. Diese Sprache hat ihre „Windungen“ und „bekannten Wege“, die die Insider kennen. „Die Manager sprechen dieses Kauderwelsch, weil sie es so gelernt haben und weil die Beherrschung dieses Kauderwelsches sie auf bestimmte Posten gehievt hat.“ (S. 34).



Der Sozio-Linguist in mir fasst zusammen: Über den Gebrauch eines Ingroup-Codes weisen sich die Sprecher als Mitglied dieser Gruppe aus. Ist Neusprech also nur das Balzverhalten im Business:

Schaut her, bin ich nicht der schönste Hahn auf diesem Misthaufen – äh im Unternehmen? In Organisationen, in denen über Wettbewerbe motiviert wird, kann man das nicht ganz ausschließen. Ich glaube aber, es geht noch weiter:

In allen meinen Seminaren, die das Thema Kommunikation berühren, führe ich ein Selbsterfahrungsexperiment durch: Ein Text wird mit verschiedenen Aussagen konfrontiert. Die Aufgabe ist es zu entscheiden, ob diese Aussagen, bezogen auf den vorausgehenden Text zutreffend oder falsch sind, oder ob dieses nicht zu entscheiden ist. Der schlimmste Satz in besagtem Text lautet: „Es wurde diskutiert, ob man etwas unternehmen sollte“. Die, wie ich sie nenne, „Weichmacher“ „es“, „man“, „etwas“ tragen ebenso wenig zur Klarheit bei, wie Wörter wie „bestimmte“, „Leute“ können „möglicherweise“ „unter gewissen Umständen“ „einigermaßen“ „konkrete“ Aussagen machen, wenn sie „den jeweiligen Umständen entsprechend“ „zeitgemäß“ handeln.

Ich empfehle meinen Teilnehmern gegen die Weichmacher ein Motto aus der Sesamstraße:

**Wer? was? wo? wie? wann? warum?, wer nicht fragt, bleibt dumm!**

Probieren wir das doch gleich mal an einigen Sätzen aus, die Corinne Maier in der Sprache der Unternehmen aufgespießt hat: „Die Entstehung multinationaler Gesellschaften ist notwendig (warum und wofür?), die Unternehmen sind auf Flexibilität angewiesen (inwiefern?), wer keine Ausbildung hat, ist zur Dauerarbeitslosigkeit verurteilt (wer ist der Richter?), das Rentensystem ... ist eine viel zu schwere (in welchem Maße und im Verhältnis wozu?) Belastung für unser Gemeinwesen“ (S. 148).

Wer die geschwätzige Inhaltslosigkeit nicht durch Fragen auf Inhalt verpflichten will, der kann sich ja auf folgende Weise über die Leerwafer – wie wir in Franken sagen – lustig machen (S. 148): „Die Zukunft gehört den anpassungsfähigen Unternehmen (wobei manchmal aber auch eine gewisse Beständigkeit für das Überleben von hohem Nutzen ist, wenn man also nicht jedem Trend hinterher läuft), die mit einer Vielzahl von Subunternehmern vernetzt sind, (wobei eine gewisse Zentralisierung auch noch keinem Unternehmen geschadet hat), die in Teamarbeit

(weiter auf Seite 3)

oder projektorientiert (oder in projektorientierten Teams?) arbeiten und für die die Zufriedenheit des Kunden Vorrang hat (vor was? Vor dem eigenen Nutzen, dem der Mitarbeiter oder gar dem der Firma?).“

Aber ich habe meine Andeutung, was dahinter steckt, noch nicht ausgeführt. Auf die Frage an meine Seminarteilnehmer, woher sie diese Weise zu sprechen kennen, antworten sie wie aus der Pistole geschossen: Von Politikern und Vorständen. Ist es dort nur Wahnsinn, oder hat es doch Methode, sprich einen Zweck? Ich präsentiere ein Beispiel: Am Ende eines Hearings fasst der eingeladene Landtagsabgeordnete die Veranstaltung zusammen und endet mit den Worten: „Es muss etwas getan werden.“ Viele applaudieren. Warum wird hier applaudiert? Weil jeder die inhaltslosen Worte mit dem Inhalt füllt, den er gerne hätte, und dann leichtsinnigerweise glaubt, der Redner habe eben das gemeint. Und so ist diese Art zu reden darauf abgestellt, jenseits jeglicher inhaltlicher Zusagen Zustimmung zu ergattern. Wer, egal ob Politiker oder Verantwortlicher in einem Unterneh-

men, so seine Mitarbeiter zu motivieren versucht, wird nur kurzfristig Erfolg haben. Nach kurzer Zeit wird er genau das ernten, was Madame Maier empfiehlt: Faulheit, Opportunismus, Geschwätz. Und darauf lässt sich kein anhaltender Unternehmenserfolg gründen. Erfolgreiche Unternehmen sprechen Klartext. Mündige Mitarbeiter auch.

Wer sich wie wir die solide, verlässliche Kommunikation auf seine Fahne geschrieben hat, hätte wahrlich viel Arbeit. Doch das erkennen die Neusprecher nicht und es gibt eine ganze Menge von ihnen.



MS Management-Service  
Dr. Rohrbach

Waldstr. 45  
91154 Roth

Tel. 0 91 71/8 82 15  
Fax. 0 91 71/8 83 17

E-Mail:  
MSRohrbach@t-online.de

**PS:**

**Bitte beachten Sie:**

**Wir haben Betriebsferien vom 30. Juli bis 22. August.**

*Wir möchten diesen Info-Blitz dazu nutzen, den Dialog mit Ihnen aufzunehmen, bzw. auszubauen.*

*Wir freuen uns auf Ihre Fragen und Anregungen unter **MSRohrbach@t-online.de** !*

*Ihr*

**MS Management-Service  
Dr. Rohrbach**

*Gerdt und  
Susanne  
Rohrbach*



*Haben Sie Kollegen/Freunde, die sich auch für unsere Themen interessieren? Einfach auf*

[www.management-service-rohrbach.de](http://www.management-service-rohrbach.de)