

SWR2 FEATURE AM SONNTAG

WIR NENNEN ES CORPORATE SONG!

VON HYMNISCHEN VERSPRECHEN UND MAGISCHEN MOMENTEN

VON ARMIN CHODZINSKI

SENDUNG 30.05.2010// 14.05 UHR

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

O-TON – LADAGE

SPRECHER

Wir nennen es Corporate Song! Zur Geschichte und Realität von Unternehmenshymnen. Ein Radiofeature von Armin Chodzinski (Kotschinski)

O-TON – LADAGE

SPRECHER

Ein Theaterraum. Sitztribünen über Eck. Verschiedene Requisiten definieren die Bühne. Zentral eine große Leinwand, links davor ein Rednerpult, rechts seitlich ein Barhocker, auf dem Boden eine sich drehende Glitzer-Halbkugel. Der Raum verdunkelt sich, die Lichtpunkte der Glitzerkugel wandern über Seitenwände und Decke. Aus dem Off ertönt eine Stimme.

SWR2 MANUSKRIPT

(corporatesongprolog einspieler – evtl. mit musik.)

AC.OFF *Bevor jemand merkte, dass sich die Welt veränderte, dass sie sich fundamental veränderte, agierten die Unternehmen bereits global, multi- und transnational, überterritorial und all das. Das ist schon mindestens 100 Jahre her. Henry Ford gestaltet königlich und väterlich die Lebensregeln seiner Arbeiter - die Lehrpläne, die Gottesdienste und die Wohnungen auch. Die Arbeiter geben ihren Körper und erwirken das Recht auf Schutz durch den Lehnherren, manchmal: Die Fabrik ist die Ritterburg - voller Dampfhammer und optimierter Prozessketten. Dann will der Unternehmer nicht mehr König sein, der Mitarbeiter nicht mehr Diener und der Nationalstaat erlebt seine Hochzeit: Der Unternehmer kümmert sich um den Profit, der Staat um die Menschen und das Territorium. Und heute? Die Gruppe der Fans von Britney Spears sei homogener als die Bürgergemeinschaft irgendeiner Nation, sagt man. Der Gemeinsinn, den die diese Gruppe ausbildet besteht aus Ethiken, Regeln und Gesetzen – verbindlich, aber ohne Staat, bindend, aber ohne Territorium. Die Fürstentümer konstituieren sich und man sucht sich sein Volk – in Assessmentcentern und auf Recruitingmessen.*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SPRECHER

Eine gut aussehende, großgewachsene Dame im dunkelblauen Boss-Anzug betritt in gerader Haltung die Bühne:

(aus dem mitschnitt...)

KK. *Sehr geehrte Damen und Herren, Musik ist der Schlüssel. Mit gemeinsamen Singen begänne die Revolution mutmaßte man seit jeher, aber es geht auch weniger pathetisch: Gemeinsames Singen produziert Gemeinschaft, vielleicht sogar Gemeinsinn.*

In den letzten 10 Jahren wurden allein in Deutschland über 170 Unternehmenshymnen durch Klein- und Mittelständische Unternehmen in Auftrag gegeben. Große Konzerne fordern ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen auf eigene Versionen von Corporate Songs zu erstellen und zu verbreiten oder sogar Musikvideos zu produzieren.

Die Unternehmenshymne oder der Corporate Song ist ein Phänomen, aber kein neues. Aber dazu nun mehr: In dem Vortrag „Wir nennen es Corporate Song!“

SWR2 MANUSKRIPT

Zur Geschichte und Realität der Unternehmenshymne“ wird Ihnen nun der Künstler, Performer und Forscher Dr. Armin Chodzinski seine Sicht auf dieses Themenfeld vorstellen.

(leise ein: Gloria Estefan – Get on your feet)

Beginnen wir im Jahr 2002, beginnen wir mit einem Reenactment: Steve Ballmer, der Großneffe des schweizer Anthroposophen und bekannten Malers Karl Ballmer, ist für seine besonderen, performativen Auftritte bekannt. Steve Ballmer ist einer der beiden einzigen Menschen, die es geschafft haben als Angestellter Milliardäre zu werden. Seit dem 13. Januar 2000 ist er Vorstandsvorsitzender von Microsoft und 2002 erklärte auf der Aktionärsversammlung sein Verhältnis zu dem Unternehmen, dessen 24. Angestellter er 1980 wurde.

~~KK. Ladies and Gentleman! Please Welcome Mr. Steve Ballmer~~

Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Der Vortragende erscheint und springt ekstatisch schreiend über die Bühne und durch die Zuschauerreihen. Er trägt ein hellblaues Hemd, dessen oberer Knopf geöffnet ist und eine blaue Anzug-Hose. Seine Bewegungen sind von einer Verkrampftheit geprägt, die sich vor allem in der Steifheit des ungelenk hüpfenden Körpers zeigt. Ähnlich einem Hampelmännchen bewegt er Arme und Beine nicht mit, sondern eher gegen den Takt der lauten Musik. Schließlich erreicht der Vortragende das Rednerpult und hält schweratmend inne:

(aus dem Mitschnitt...)

AC. I have four words for you: I - LOVE – THIS – COMPANY – YEAHHHHHHHHH!

(aus dem Mitschnitt: vereinzelte Lacher des Publikums...)

SPRECHER

Das Licht verdunkelt sich. Auf der Leinwand ist in Zeitlupe das Vorbild des etwas eigenwilligen Vortragseinstiegs zu sehen, den die charmante Assistentin als Re-Enactment, also als

SWR2 MANUSKRIFT

performative Wiederaufführung bezeichnete. Der Vortragende steht nun etwas gebückt frontal zum Publikum, bindet seine schmale Krawatte und ergänzt seine Hose durch ein passendes Jackett in Blau mit Nadelstreifen. Ein Ben Sherman Anzug. Dazu trägt er schwarze Fellschuhe. Gleichzeitig entrollt die Assistentin ein Transparent aus 18 aneinander geklebten karierten A4 Bögen. Das Transparent hängt links und rechts an Besenstielen, die in fellbesetzte und mit Beton gefüllte Moonboots gesteckt und von diesen gehalten werden. Auf dem Transparent: Große farbig gedruckte Lettern. Zu lesen ist: Hymne, die, griechisch: Der Hymnos, lateinisch: Hymnus. Griech. ‚Lied‘, feierlicher, bes.

religiöser Gesang.

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

(aus dem Mitschnitt...)

AC. *Sehr geehrte Damen und Herren,*

Hymnen sind etwas zu dem viele von Ihnen und uns ein gebrochenes Verhältnis haben. Hymnen sind etwas Gemeinsames, etwas das man gemeinsam singt, um sich im Singen und/oder in der Gruppe aufgehoben zu fühlen. Die Magie des Moments in dem aus dem Ich ein Wir wird – das will die Hymne, im speziellen die Unternehmenshymne leisten.

Historisch betrachtet bedeutet Hymne die gemeinschaftliche Anrufung eines Gottes. Durch die hymnische Beschreibung göttlicher Taten soll das Übergeordnete, das Grundsätzliche, das Unhintergehbare vorgestellt und vermittelt werden.

Das Wort Vermittlung deutet es an: Hymnen sind gemacht! Jemand hat sie beauftragt, komponiert, gedichtet, für gut befunden und zur Popularität geführt. Hymnen sind produzierte soziale Räume.

Gemeinschaften mit einheitlichen ethischen, moralischen und auch ästhetischen Werten festigen sich in der Hymne. Diese Tradition wird erst in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts aus der liturgischen Praxis herausgelöst und in z.B. Nationalhymnen überführt – die Grenzen der produzierten sozialen

SWR2 MANUSKRIFT

Räume werden physisch.

Lieder mit volkstümlichen Melodien werden in einem besonderen gesetzgebenden Akt zur Nationalhymne erklärt und dienen zur nationalen Repräsentation und Selbstvergewisserung!

Mein Zugang zum gemeinsamen hymnischen Singen hat einen anderen Ursprung:

SPRECHER

Der Vortragende biegt ungeschickt und mit sentimentaler Miene das Rednerpult-Mikrofon nach unten und richtet es auf eine zierliche Handrehorgel, die er mit starrem Blick in das Publikum kurbelt, um dann seinen linken Arm zu erheben und seine Hand

zur Faust zur Formen. Die Assistentin sitzt lächelnd in einiger Entfernung auf dem Barhocker und hält großbedruckte

Textblätter Richtung Publikum.

MISCHPULT TRACK_02(**ac** spielt auf einer **Handrehorgel** die Internationale / Nach den ersten Takten wird vom Pult aus „**Die Internationale**“ – **Luckhardt/de Geyter** eingespielt / **kk** hält Texttafeln hoch / Völker hört die Signale, ab hier langsames ausblenden der Musik)

AC.frei *Genauso ist es, genau so! Das ist mein Zugang: Arbeiterlieder und da geht es zunächst einmal nicht um Nation, nicht um Territorium, nicht um Religion, eher um Handlungsanweisungen, um die Gestaltung eines utopischen Raumes. Die Klammer der Arbeiterlieder ist nicht zu aller erst die Repräsentation, nein...*

KK. *Die Klammer ist eine Frage: Bestimmt das Sein das Bewusstsein oder das Bewusstsein das Sein?*

AC.frei **Genau!** *...hier geht um eine Klasse. Es geht um die Industriegesellschaft, es geht um Produktionsmittel, es geht um die Ausbeutung, es geht um Teilhabe und all das - also keine Hymne, aber irgendwie dann auch doch! In jedem Fall vermischt sich da was...*

SWR2 MANUSKRIPT

KK. *Alle Räder stehen still, wenn Dein starker Arm es will ...Dieser Satz stammt aus einem Lied das Georg Herwegh 1863 für den Allgemeinen Deutschen Arbeiterverein schrieb. In Strophe 10 heißt es: Mann der Arbeit, aufgewacht! Und erkenne deine Macht! Alle Räder stehen still, Wenn dein starker Arm es will. Aber das war und ist natürlich ein Mythos gerade angesichts der Produktionsprozesse in denen wir heute leben und hat mit der Unternehmenshymne doch eher weniger zu tun.*

SPRECHER

Mit Hilfe der Assistentin findet der Vortragende den Weg zurück zum Redemanuskript, das vor ihm liegt, und blendet ein sogenanntes Chart auf der Leinwand ein, das eine unüberschaubare Menge von Raumdefinitionen in kleiner

Bitte beachten Sie:

Schrift auflistet.

Die hier veröffentlichten Texte sind ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

(kk rollt das Transparent wieder ein)

AC. *Bei Nationalhymnen geht es um Erdraum, um Territorium. Und bei Unternehmenshymnen? Da geht es um vieles, auch um Raum, aber um welchen?*

CHART / Raum

Der Streit um und zwischen den Territorien ist bedeutend in der Ausgestaltung der Welt. Wir sind es gewohnt diesen Streit nur physisch zu verstehen: Ein Streit um Erdräume, um bewachte Grenzen, um Bodenschätze, um politisch-strategische Räume.

Klar, das deshalb auch unsere Vorstellung von Freiheit darauf basiert sich in Erdräumen bewegen zu können! Auch wenn diese Vorstellung durch die aktuell religionsbasierten Kriege und Unsicherheiten ein wenig ins Wanken gerät, es gilt immer noch: Der Abbau von physischen, erdräumlichen Grenzen wird mit Freiheit assoziiert!

Der Nationalstaat wirkt da eigentümlich altbacken, das globale Unternehmen modern oder zumindest zeitgemäß.

SWR2 MANUSKRIPT

Staat ist uncool, zumindest aber oldschool. Staat trägt Verantwortung für das was auf seinem Territorium geschieht: Recht, Ordnung, Versorgung, Armut, Gerechtigkeit, Gleichheit, Brüderlichkeit. Na ja...

Staat steht für einen Wertekanon, ist verbindlicher Ausgangspunkt für die Ausgestaltung des gesellschaftlichen Miteinanders. Hmm!

Nationalhymnen?

Nein, es geht nicht mehr um das erdräumlich gebundene Kollektiv, in dem sich das Subjekt aufgibt. Diese Idee von Gesellschaft, mit der wir operieren hat sich aufgelöst.

(kk schaut **ac** fragend an)

KK. *Es geht um Wertemodelle, die sich augenscheinlich anders bilden...*

AC, frei *Je nach Bildungsgrad sucht man sich sein individuelles und temporäres Gemeinwesen: Britney Spears, Tokio Hotel, Rotary Club, Havana Lounge, Überraschungseiersammeln... Fankult, Netzwerk, Rhizomatische Struktur. Das*

Bitte beachten Sie:

Das Markennamenrecht ist durch die Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

sind gleichgeschaltete Gruppen, die sich im Interesse und nicht in der Herkunft begegnen. Das Ich steht in der Mitte und nicht das Wir. Die sind nicht an den Erdraum gebunden....

AC. *Und die Etablierung von verbindlichen Werten scheint nicht mehr Aufgabe des Staates zu sein. Ein guter Zeitpunkt, um zu den Unternehmen zu kommen:*

CHART / Wertschöpfung

Wertschöpfung, die Generierung von Mehrwert ist theoretisch kein Selbstzweck, sondern auch für die Erfüllung der staatlichen Pflichten gedacht ... in der Moderne, nach dem Sturz des Feudalismus.

Aber eine Wirtschaft in nationalen erdräumlichen Grenzen ist kaum denkbar - nicht nur heute nicht, auch nicht in den 1920er Jahren, als das Besingen der utopischen Räume Sache der Arbeiter und der Angestellten und der Manager war bzw. sein konnte:

(ac geht zur Bühnenmitte setzt sich eine Diskokugel auf den Kopf)

MISCHPULT TRACK_03 – Marchon with IBM

LICHT AC

(kk wechselt im Gehen und Rezitieren den Chart mit den Angaben zum Song über **ac** singerei)

SWR2 MANUSKRIFT

SPRECHER

Der Vortragende hat sich in seinen eigenen Gedanken verstiegen und reagiert erst spät auf die Assistentin, die ihm zunächst nur charmant lächelnd, dann aber auch unter körperlichem Einsatz, den Weg zurück zum Manuskript weist. Mit staksigen Schritten begibt er sich in die Mitte des Raumes und setzt sich die Glitzerhalbkugel auf den Kopf. Während seine Assistentin anmutig den Bühnenraum durchschreitet und spricht, versucht er die IBM Hymne "March On" aus dem "Songbook for IBM" aus dem Jahre 1927 zu singen.

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

CHART / IBM HOMEPAGE...

AC. *The fame of IBM, Spreads across the seven Seas;
Our Standards fly aloft; Proudly waving in the breeze.
When T.J. Watson guiding us, we lead througout the World,
For Peace and Trade our Banners are unfurled, Unfurled.
March on with IBM, we lead the way. Onward we'll ever go in strong array.
Our Flags on ev'ry shore, we march with them, On High forever more, for IBM.*

KK. *Der Ruhm IBM's breitet sich auf allen sieben Meeren aus.
Unsere Normen fliegen empor und segeln stolz im Wind.
Wenn T.J. Watson und führt, werden auf der ganzen Welt führend sein.
Für Freiheit und Handel setzen wir unsere Segel.
Marchiere mit IBM. Wir führen dich auf dem Weg. Ewig werden wir dicht
geschlossen voran gehen. Unsere Fahnen an jeder Küste, Wir marschieren mit
unseren Fahnen für das Größte, für IBM*

CHART / SCHWARZ...

SPRECHER

Im Kegel des Scheinwerfers angekommen, spricht die

SWR2 MANUSKRIFT

**Assistentin ein Textzitat. Auf einem eingeblendeten Chart steht:
F. W. Taylor, 1911, Seite 17 folgende.**

LICHT KAREN

(kk schreibt an die Wand: F. W. Taylor, 1911, Seite 17 f. und spricht)

CHART / TAYLOR BUCH...

KK. *Die in ihrer Bedeutung viel einschneidendere Frage nach dem Wege zur Erhöhung der nationalen Leistungsfähigkeit ist aber nur recht geringem Interesse begegnet. Wir sehen wie die Wälder dahinschwinden, die Wasserkräfte vergeudet, der Boden und seine Schätze in das Meer gewaschen werden; die Erschöpfung der Kohlen- und Eisenerzlager ist nur noch eine Frage*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urnehmers bzw. des SWR.

der Zeit. Weniger offensichtlich, weniger leicht zahlenmäßig darstellbar und deshalb leider nur hier und da in ihrer Bedeutung erkannt ist die viel größere

tagtägliche Vergeudung menschlicher Arbeitskraft durch ungeschickte, unangebrachte und unwirksame Maßnahmen, die Grund für die geringe nationale Leistungsfähigkeit ist.

SPIELLICHT

AC. *So beschreibt Frederic Winslow Taylor, der Begründer des Scientific Managements, also jener Form des Managements, die sich auf Beweisbarkeit, Messbarkeit und Regelmäßigkeit verläßt, bereits 1911 jenes Problem, das Unternehmen heute so eindringlich beschäftigt:*

Wie läßt sich die Ressource Mensch jenseits von Geld effizienter ausnutzen?

*Der Unternehmer Henry Ford **CHART**, von dessen Namen sich der Begriff Fordismus ableitet, war in Abgrenzung dazu eher bemüht Arbeit entlang von Prozessketten zu optimieren. Arbeiten werden in einzelne Schritte gegliedert, die zu Prozessketten zusammengefasst werden. Der Mensch bzw. der menschliche Körper wird in dieser Auffassung, ähnlich wie eine Maschine, als Kombination unterschiedlicher Funktionen begriffen:*

LICHT KAREN

CHART / FORD BUCH...

KK. *„Zur erfolgreichen Herstellung eines Modell T sind nur 949 Arbeitsgänge als*

SWR2 MANUSKRIFT

Schwerarbeit zu bezeichnen und benötigen gesunde, kräftige Männer. 670 Arbeiten können von Beinlosen, 2637 von Einbeinigen, 2 von Armlosen, 715 von Einarmigen, 10 von Blinden verrichtet werden.“

SPIELLICHT

(kk schreibt an die Tafel: Vgl. FORD, 1923, Seite 126)

AC. *Frederic Taylor verfolgte letztlich eine weitergehende Idee: die Idee der One-Best-Way-Practice. Für jede Aufgabe gibt es nicht nur den einen, den besten Weg zur Durchführung, sondern auch die eine Person, die besonders geeignet ist diese Aufgabe zu erfüllen. Effiziente Prozesse basieren dann auf dem optimalen Einsatz von individuellen Kompetenzen und dem Anreiz oder der Motivation diese Kompetenzen, Fähigkeiten und Eigenschaften in den Dienst einer Sache zu stellen. Aber: Wie optimiert man individuelle Kompetenzen oder Motivation?*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Der Fordismus ist tot! Der Taylorismus lebt.

BLACK / CHART / BÜROAUSRASTER

(ac und kk entrollen ein weiteres Transparent /evtl. ac und kk machen irgendwas)

SPRECHER

Der Raum wird schlagartig dunkel. Auf der Leinwand sieht man Bilder einer Überwachungskamera. Eine Bürosituation, viele Tische sind in einem Raum angeordnet. Vielleicht 20 Angestellte verrichten an den Tischen ihre Arbeit, während ein Angestellter unvermittelt zunächst einem Kollegen die Tastatur über den Kopf schlägt, um dann den Monitor einer anderen Kollegin vom Tisch zu reißen. Die Situation eskaliert. Der Mann mit dem dunklen Anzug, dem weißem Hemd, der gemusterten Krawatte schlägt um sich. Dann klaubt er mit eigentümlicher Ruhe am Boden liegende Blätter zusammen, wirft mit Monitoren, zerschlägt die Trennwände zwischen den Tischen, auf denen er alsbald selber steht, um von oben herab seinem Zerstörungswillen Raum zu geben. Camera 05. 23.5.2008. 12.10

SWR2 MANUSKRIFT

PM, steht auf einem Balken, der in der untere Hälfte des Bildes eingeblendet ist, und den Eindruck eines Überwachungsbildes verstärkt.

Der Vortragende und seine Assistentin stehen im dunklen Bühnerraum. Ihre Arme sind hinter dem Körper verschränkt, ihre Bewegungen suchen den Rhythmus der Musik. Ihre Körper zucken verkrampft. Ihre Füße bleiben unbewegt. Im Publikum sind Oh und Ahs zu vernehmen, die sich aber weniger auf diesen tänzerischen Beitrag beziehen, sondern der beklemmenden Situation der Filmeinspielung gelten.

CHART / Motivation

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Verbreitung und Vervielfältigung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

AC. *Der amerikanische Psychologe Abraham Maslow **CHART**, gehörte in den 1960er Jahren zu den zentralen Figuren der sog. humanistischen Psychologie. Die Humanistische Psychologie ist neben der Tiefenpsychologie und dem Behaviourismus die dritte große Perspektive auf menschliches Handeln und Tun und dessen Motivation.*

Eine der zentralen Thesen der humanistischen Psychologie lautet:

KK. *„Das Individuum verfügt potentiell über unerhörte Möglichkeiten, um sich selbst zu begreifen und seine Selbstkonzepte, seine Grundeinstellung und sein selbstgesteuertes Verhalten zu verändern; dieses Potential kann erschlossen werden, wenn es gelingt, ein klar definiertes Klima förderlicher psychologischer Einstellungen herzustellen.“*

AC. *Kernannahmen dieser Psychologie, die von Maslow als Erstem akademisch ausgearbeitet wurde, sind, z.B. :*

CHART / Liste 1

KK. *Der Mensch ist mehr als die Summe seiner Teile.*

CHART / Liste 2

KK. *Der Mensch lebt in zwischenmenschlichen Beziehungen.*

CHART / Liste 3

KK. *Der Mensch lebt bewusst und kann seine Wahrnehmungen schärfen.*

SWR2 MANUSKRIFT

CHART / Liste 4

KK. *Der Mensch kann entscheiden.*

AC. *Was das im Einzelnen in Abgrenzung oder Ergänzung zu anderen Psychologieauffassungen bedeutet, kann ich nicht sagen. Ich weiß nichts über Psychologie und diese markigen Charakteristika, die ich gerade genannt habe sind fraglos aus Wikipedia in meinen Vortrag einkopiert. Einkopiert deshalb, weil sie trotz aller Kürze und Oberflächlichkeit das erweitern, was ich eigentlich erzählen will. In der Wirtschaftswissenschaft, insbesondere in der Organisationswissenschaft ist Abraham Maslow eine bedeutende Person. Seine Bedürfnispyramide oder besser seine Motivationstheorie ist ein unhintergebares Bild, das für die Gestaltung von Organisationen handlungsleitend ist.*

Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Genehmigung der SWR.

Der Wechsel der Produktionsmittel zwingt zu neuen Führungs- und Motivationsstrategien, für die Maslows Pyramide oder Hierarchie eine gute

Vorlage liefert. Auch wenn es vielleicht jeder hier schon singen kann, aber dennoch wenigstens drei Sätze zu diesem Wechsel der Produktionsmittel: In der Industriegesellschaft ist das leitende Produktionsmittel die körperliche Arbeitskraft. Die Einlösung der Industriegesellschaft besteht darin, dass alle regelhaften Prozesse automatisiert werden können und damit das Produktionsmittel Körper überflüssig wird. Wenn nun alles Regelhafte automatisiert ist, dann liegt die Mehrwertproduktion, die Wertschöpfung vor allem in dem Irregulären, in dem Regelbruch, in dem Ausnahmezustand für den der Mensch eine Lösung finden muss. Das Produktionsmittel ist der Kopf, der Geist, die Kompetenz und der Wille sich auf die Lösung eines Problems einzulassen, es zu seinem eigenen zu machen.

(kk AUFGABENTAFELo1 dirigiert durch kk mit Publikum:)

ALLE. *Das ist und bewusst. Das können wir schon singen!*

AC. *Gut, dann ist Ihnen auch bewusst, dass dieses Produktionsmittel weit weniger durch Geld oder Druck motiviert werden kann, sondern vielmehr andere Strategien zur Produktivitätserhöhung braucht.*

SWR2 MANUSKRIPT

Dazu ein Beispiel, wie sich die Werbeagentur Scholz and Friends an dieser Produktivitätserhöhung versucht:

CHART / SCHOLZ&FRIENDS

MISCHPULT TRACK_04 – Orchestra of Ideas

LICHT AC

(ac wechselt in den Raum und spricht den gesungenen Text mit Diskokugel im Arm / nach ca. 1.52 min wird die Musik leiser und das Licht wechselt / kk wechselt die charts wird fokussiert und erläutert die Fakten:)

CHART / Orchestra of Ideas

LICHT AC + SPIELLICHT

KK. *Als Orchestra of Ideas bietet Scholz and Friends das gesamte Spektrum der*

Kommunikationsinstrumente an. Scholz und Friends ist eine der größten Werbeagenturen Europas, 1981 in Hamburg gegründet ist sie heute mit ca 800 Mitarbeitern und einem Umsatz über 100 Mio Euro ein Big Player

Werbebranche. Organisatorisches Leitmotiv ist das Orchester wobei der Dirigent die Rolle der Markenidee bildet, von der sich die jeweilige Orchesterdisziplin ableitet. 2007 wurde diese Corporate Strategy in einem Song von den Mitarbeitern eingeübt.

(Musik wird wieder lauter / ac wechselt wieder zu seinem Rednerpult)

SPIELLICHT

SPRECHER

Während des eingespielten Corporate Songs wippt der Vortragende ungeschickt vor der Leinwand. Vor der übergroßen Projektion der Orchestra of Ideas-Struktur der Werbeagentur Scholz and Friends fällt es dem Vortragenden offenbar schwer, Verbindungen zwischen den Sätzen seiner Assistentin und dem Bild aufzuzeigen. Der Versuch tanzend und elegant durch das Chart zu führen wirkt unbeholfen, während die Assistentin souverän den Bühnenraum füllt und dem Publikum halt gibt.

SWR2 MANUSKRIFT

Der Vortragende findet sich wieder am Rednerpult ein, das Chart wechselt: Organizational Behaviour

CHART / Organizational Behaviour

AC. *In der Wirtschaftswissenschaft heißt das konkret, dass sich Management in den letzten 60 Jahren vermehrt mit der Gestaltung sozialer Prozesse und Beziehungen beschäftigt und weniger mit der technokratischen Optimierung von Prozessen.*

Eine der zentralen Strömungen nennt sich Organizational Behaviour und vereint unterschiedlichste humanwissenschaftliche und popkulturelle Ansätze zur Analyse menschlichen Verhaltens in Organisationen. Diese Analyse ist Anwendungsorientiert, d.h. den Analysen folgen immer

Handlungsanweisungen zur Gestaltung, Leitung oder Führung von

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Organisationen und Abraham Maslow spielt in diesem Zusammenhang eine Rolle. Was also ist Maslows Bedürfnishierarchie, die das Rückgrat dieses

Vorgehens bildet?

SPRECHER

Ein neues Chart wird eingeblendet. Es zeigt ein bronzefarbenes Dreieck auf schwarzem Grund, das zur Mitte hin dunkler wird. Eine räumliche Illusion, das augenscheinlich der Standardpalette der Präsentationssoftware Powerpoint entnommen ist – genauso wie die weiße Schrift, Arial 16 Punkt: Der gescheiterte Versuch einer Gestaltung, die den bürokratischen Geist der achtziger Jahre atmet.

Sie gliedert sich in fünf Schritte:

CHART / Chart Pyramide 01

KK. *Die Grundbedürfnisse umfassen das elementare Verlangen nach Essen, Trinken, Kleidung und Wohnung. Ihr Vorrang vor den übrigen Bedürfnisarten ergibt sich aus der Natur des Menschen*

CHART / Chart Pyramide 02

SWR2 MANUSKRIFT

KK. Das Sicherheitsbedürfnis drückt sich aus in dem Verlangen nach Schutz vor unvorhersehbaren Ereignissen des Lebens (Unfall, Beraubung, Krankheit etc.), die die Befriedigung der Grundbedürfnisse gefährden können

CHART / Chart Pyramide 03

KK. Die sozialen Bedürfnisse umfassen das Streben nach Gemeinschaft, Zusammengehörigkeit und befriedigenden sozialen Beziehungen. □

CHART / Chart Pyramide 04

KK. Wertschätzungsbedürfnisse spiegeln den Wunsch nach Anerkennung und Achtung wider. Dieser Wunsch bezieht sich sowohl auf Anerkennung von anderen Personen als auch auf Selbstachtung und Selbstvertrauen. Es ist der Wunsch nützlich und notwendig zu sein

CHART / Chart Pyramide 05

KK. Als letzte und höchste Klasse werden die Selbstverwirklichungsbedürfnisse (I) genannt. Damit ist das Streben nach Unabhängigkeit und nach Entfaltung der eigenen Persönlichkeit gemeint.

AC. Die ersten vier Bedürfnisse nennt Maslow Defizitbedürfnisse.

CHART / Chart Pyramide 06

Wenn Sie nicht genug von einem der genannten haben – d.h. Sie haben ein Defizit – dann verspüren Sie das jeweilige Bedürfnis. Haben wir alles, was wir brauchen, fühlen wir auch nichts! All diese Bedürfnisse sind, nach Maslow, lebenswichtig. Auch Liebe und Wertschätzung sind für den Erhalt der Gesundheit unerlässlich. Maslow zur Folge sind all diese Bedürfnisse, genetisch in uns angelegt, ebenso wie die Instinkte. Die letzte Stufe, die Selbstverwirklichung verhält sich ein wenig anders. Maslow verwendet verschiedene Bezeichnungen für diese Stufe: Zum Beispiel "growth motivation" – also, die Motivation, sich zu entwickeln – oder eben

CHART / Chart Pyramide 07

Bedürfnisse des Seins!

Hier handelt es sich um Bedürfnisse, die keine Balance einschließen. Wenn sie sich einmal eingestellt haben, empfindet man sie weiterhin. Wenn wir sie "nähren", werden sie tendenziell sogar stärker! Sie beinhalten das fortwährende Bedürfnis, die eigenen Potentiale auszuschöpfen: "alles zu sein, was man sein

SWR2 MANUSKRIFT

kann" das ist das Ziel. Es geht darum, vollständig und umfassend "SELBST " zu werden – daher auch der Begriff der Selbstverwirklichung.

Folgt man also dieser Theorie bis hierher, müssen die niedrigeren Bedürfnisse weitgehend abgedeckt sein, um der Selbstverwirklichung näher zu kommen.

Und das macht Sinn: Wenn Sie hungrig sind, machen Sie sich auf die Suche nach Nahrung; wenn Sie nicht in Sicherheit sind, müssen Sie ständig auf der Hut sein; wenn Sie isoliert und ungeliebt sind, müssen diese Bedürfnisse zunächst gestillt werden; wenn Sie ein niedriges Selbstwertgefühl haben, verhalten Sie sich defensiv oder Sie kompensieren. Wird Ihren niederen Bedürfnissen nicht entsprochen, können Sie sich auch nicht darauf konzentrieren, Ihre Potenziale auszuschöpfen. So ist es nicht verwunderlich, dass nur ein geringer Prozentsatz der Weltbevölkerung sich wirklich und vorrangig damit beschäftigt, sich selbst zu verwirklichen – Maslow schätzte den

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung ist ohne schriftliche Genehmigung des SWR.

Anteil einmal auf ungefähr zwei Prozent!

Ich möchte das mit einem Lied pragmatisieren, das inhaltlich, quasi auf der

Grenze zwischen der Masolwschen Bedürfnishierarchie und der

Motivationstheorie, mändert:

ac geht in den Raum und beginnt zu singen:)

CHART / Farbspiel

LICHT AC

SPRECHER

Mit dem Charme eines übriggebliebenen Alleinunterhalters betont der Vortragende seine Lockerheit, bedient sich ausladender Gesten, geht federnden Schrittes durchs Rampenlicht und vertraut ansonsten auf seine Assistentin, die die Szenerie mit ihrem gut sitzenden Anzug rahmt und Textzettel im Publikum verteilt.

AC. *Einkaufen mit Seele, mit Herz und Tradition / Wir arbeiten mit Leidenschaft an noch mehr Perfektion / Edeka und Partner – wir haben einen Bund / Alles was wir bieten ist köstlich und gesund / Wir lieben Lebensmittel, nur die besten sind dabei / Wir lieben größte Vielfalt, statt Discounter einerlei / Wir sind der*

SWR2 MANUSKRIPT

Marktplatz großer Marken / Wir haben das größte Sortiment / Bei uns wächst Lebensfreude, Käuferlebnis ist der Trend / Wir lieben das Leben und haben die Mittel / Edeka – Wir lieben Lebensmittel

(kk zeigt das Schild, auf dem die Anweisung steht den zweiten Briefumschlag zu öffnen / (der Originalsong wird eingespielt und alle sollen mitsingen)

MISCHPULT TRACK _05: EDEKA

PUBLIKUM LICHT

AC. *Einkaufen mit Seele, mit Herz und Tradition / Wir arbeiten mit Leidenschaft an noch mehr Perfektion / Edeka und Partner – wir haben einen Bund / Alles was wir bieten ist köstlich und gesund / Wir lieben Lebensmittel, nur die besten sind dabei / Wir lieben größte Vielfalt, statt Discountereinerlei / Wir sind der*

Marktplatz großer Marken / Wir haben das größte Sortiment / Bei uns wächst Lebensfreude, Käuferlebnis ist der Trend / Wir lieben das Leben und haben die Mittel / Edeka – Wir lieben Lebensmittel

Bitte beachten Sie:
Das Marktplatz großer Marken / Wir haben das größte Sortiment / Bei uns wächst Lebensfreude, Käuferlebnis ist der Trend / Wir lieben das Leben und haben die Mittel / Edeka – Wir lieben Lebensmittel ist ein eingetragenes Markenrecht. Die Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

*Wir bringen nur die Besten, für unseren Markt ins Haus / Verteilen nicht nur Ware, kennen uns im Leben im aus. / Qualität ist unser Thema, Rang und Namen sind hier Stars / Edeka stärkt Marken und Marken Edeka
Wir lieben Lebensmittel, nur die besten sind dabei / Wir lieben größte Vielfalt, statt Discountereinerlei / Wir sind der Marktplatz großer Marken / Wir haben das größte Sortiment / Bei uns wächst Lebensfreude, Käuferlebnis ist der Trend / Wir lieben das Leben und haben die Mittel / Edeka – Wir lieben Lebensmittel*

MUSIK AUSBLENDEN NACH 2. REFRAIN

LICHTWECHSEL SPIELLICHT

CHART / SCHWARZ

AC. *Marxismus in seiner kapitalistischen Umdeutung: Die Produktionsmittel sind unsere möchte man schreien: Wir lieben das Leben und haben die Mittel.
Der Ökonom Peter Drucker war es, der in den 90er Jahren für Aufsehen sorgte, als er behauptete, die Produktionsmittel sein in den Händen der Arbeitnehmer, weil das Produktionsmittel der Kopf ist. Schön. Aber was hat es geändert?*

(kk chorisches gemeinsam mit dem Publikum)

KK. *ALLES VERÄNDERT SICH, WENN DU ES VERÄNDERST*

SWR2 MANUSKRIFT

AC. *In der Analyse dieser Unternehmenshymne wird deutlich, dass sich in der Ökonomie in der wir uns befinden, die Bedürfnisse des Seins sich auf das Vortrefflichste mit den Bedürfnissen der Ökonomie verbinden. Die Selbstverwirklichung ist eine handelbare Ware in der immateriellen Ökonomie, die aber eben nur dann möglich ist, wenn die Grundbedürfnisse befriedigt sind und ein emanzipatorisches Denken und Handeln möglich ist bzw. ermöglicht wurde.*

So ist die Motivationstheorie, die in der Organisationswissenschaft eine Rolle spielt in sofern eine Weiterentwicklung der Bedürfnistheorie, dass sie die Bedürfnisse des Seins weiter ausdifferenziert sind und das aus der Pyramide eine eher lineare Hierarchie wurde.

CHART / TABelle01

Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung ist ausdrücklich untersagt.
Und wenn man auf das Genre der Unternehmenshymne schaut, dann wird an dieser Oberfläche deutlich wie stark die Frage von Unternehmenskultur an die

Frage der Bedürfnisse orientiert ist.

Wichtig ist noch mal darauf hinzuweisen, das Maslow nicht davon ausgeht das die Bedürfnisse oder Motivation frei wählbar wären. Nein. Sie sind, seiner Auffassung nach, Teil eines genetischen Programms, das lediglich im Bereich der Reize braucht um Sehnsüchte zu entwickeln. Wir streben – wenn möglich – nach Selbstverwirklichung und diese Selbstverwirklichung kann nur in Gemeinschaft stattfinden, wenn also die Defizitbedürfnisse befriedigt sind. Das bessere, das motivierte Leben findet in Gemeinschaft schafft, in sinnstiftender Gemeinschaft corporater Identitätsvorschläge, die zu Entwürfen und Utopien des Alltäglichen, weil erreichbaren Handelns führen – sozial gesäubert und ethnisch vielfältig. Und so singen, die die dazu gehören – eigentlich schon prekär dazugehören – gemeinsam und glücklich ihre Lieder entlang der Maslowsche Motivationstheorie. Groovy Personallaesing oder: Better Work, Better Life bei Adecco dem weltweit größten Personaldienstleister mit rund 20 Mrd Euro Umsatz per Anno.

CHART / TABelle02

LICHTWECHSEL AC

*(Videoeinspieler „**Better Work, Better Life**“ – Adecco / Während der **ac** tanzend im Raum / **kk** stellt die Verbindung zwischen Musik und Bedürfnispyramide her)*

SWR2 MANUSKRIPT

SPRECHER

Ein Video der Firma Adecco. Man sieht unterschiedliche Menschen, die tanzend in Büros, Foyers und Fahrstühlen das Lied einer besseren Welt singen: Better Work, Better Life. Der Vortragende affirmiert den Tanzstil eines Protagonisten des Videos und bewegt seinen Körper in dem engsitzenden Anzug im Stil von Joe Cocker, Hartmut Engler und Lena Meyer Landrut: Kryptisch, verzweifelt aber nicht unsympathisch.

SPIELLICHT

AC. *Die Unternehmenshymne gewinnt – ich sagte es bereits – an Bedeutung in einer*
Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere
Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.
Ökonomie, deren Produktionsmittel nicht mehr der zu verkaufende Körper ist, sondern die Identität, die Bereitschaft des Einzelnen in einem entfremdeten

Zusammenhang, jeder Entfremdung selbsttätig aufzugeben und ganz und gar, mit Haut, Haaren, Kopf und Seele an Lösungen, Innovationen und Unternehmenserfolgen zu arbeiten.

Es ist also nicht verwunderlich, dass die Unternehmenshymne insbesondere in den Branchen einer dienstleistungsorientierten Wissensökonomie ihren Anfang nimmt:

CHART / TJ WATSON

1938 IBM und ihr Gründer TJ Watson sind nicht nur im Besitz der Lochkarte – des Vorläufers des heutigen Computers – nein, sie haben diese sogar entwickelt. International sind sie uneinholbare Kompetenzträger auf dem Gebiet der effizienten Gestaltung von Rechenoperation. 1938 wird das gebraucht: In der Industrie, beim Militär, in der Bürokratie und bei der Organisation und Durchführung des Holocaust.

Am Nachmittag des 28. Juni 1937 erhält TJ Watson das „Verdienstkreuz vom Deutschen Adler“ in der Berliner Reichskanzlei von Adolf Hitler überreicht. Für Thomas J. Watson, Präsident der International Business Corporation kurz für IBM ist das ein großer Tag. Mussolini und Hitler schätzt er nicht nur als Großkunden, sondern auch als zupackende Staatsmänner in Europa. IBM ist aber für alle von Bedeutung und so schafft es Watson 1938 25 europäische

SWR2 MANUSKRIFT

Regierungsvertreter in Österreich zu einem Empfang zu versammeln, dort schenkt man ihm und IBM eine Hymne, die im May 1939 auch in Amerika gesungen wird und auch heute noch im IBM Songbook zu finden ist:

CHART / HAIL TO THE IBM FOTO / Musik darüber AC

AC. *Wir erheben unser stolzen und treuen Stimmen. Wir singen voller Stärke und Treue. Unsere Herzen, unsere Hände, unsere Ideen sind dir ergeben. Das Band der Freundschaft kann nicht durchtrennt werden, die glanzvolle Zeit wird nicht enden. Wir ehren den Namen, der für immer leben wird: Heil Dir IBM. Unsere stolzen Stimmen singen voller Bewunderung von T.J. Watson. Er ist unsere Quelle, für ihn erschallen unsere Stimmen. IBM preist seinen Namen. Ihn, der uns das Jubeln der Welt brachte, das uns nur lauter noch ausrufen lässt: Heil Dir IBM)*

Bitte beachten Sie:

Black uskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

CHART / SCHWARZ

LICHT KAREN

(ac schreibt: F. W. Taylor, , 1911, Seite 23 folgende / kk trägt den Text vor)

CHART / TAYLOR

KK. *„Wenn nun ein Arbeiter sein Baseball oder ein englischer Arbeit sein Cricket spielt, so wird er alle seine Kräfte anspannen, um seiner Partei zum Siege zu verhelfen. Das Gefühl der Solidarität ist so stark entwickelt, dass einer, der nicht alles hergibt, was an Leistungsfähigkeit in ihm steckt, als Kneifer gebrandmarkt und mit allgemeiner Verachtung gestraft wird. Am nächsten Tage kehrt derselbe Arbeiter zu seiner Arbeit zurück. Statt nun auch hier alle Kräfte anzustrengen, um möglichst viel zu leisten, wird er in den meisten Fällen mit dem Vorsatz beginnen, so wenig zu tun, als er, ohne aufzufallen, tun kann – in vielen Fällen nicht mehr als 1/3 oder höchstens die Hälfte einer ehrlichen Tagesleistung. Wenn man dieses Sich-Drücken in jeglicher Form ausmerzen und die Beziehungen zwischen den Arbeitnehmer und Arbeitgeber so gestalten könnte, dass jeder Arbeiter in freundschaftlicher, enger Fühlung und mit Unterstützung der Leitung möglichst vorteilhaft und schnell arbeitet, so würde sich im Durchschnitt die Produktion jeder Maschine und jedes Arbeiters annähernd verdoppeln.“*

SWR2 MANUSKRIPT

SPRECHER

Ein Zitat. Der Vortragende hat mit Kreide an die Bühnenrückwand geschrieben: Frederic Winslow Taylor, 1911, Seite 23 folgende. Die Assistentin hat ihr schauspielerisches Talent demonstriert.

CHART / SCHWARZ

LICHTWECHSEL

(ac intoniert gemeinsam mit dem Publikum)

AC. *Einkaufen mit Seele, mit Herz und Tradition. Wir arbeiten mit Leidenschaft an noch mehr Perfektion. Edeka und Partner – wir haben einen Bund: Alles was wir bieten ist köstlich und gesund...*

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

CHART - HENKEL *Die Bedeutung des Unternehmens als Heimat, als Bund, als Gemeinschaft, Gemeinwesen und globale Gesellschaft. Die Hymne des*

Waschmittel und Klebe produzierenden Henkel-Konzerns We together gibt es in 23 verschiedenen Sprachen und Arrangements: deutsch, arabisch, englisch, chinesisch, orchestral, pop-instrumental, pop, spanisch, französisch, usw.

MUSIK LAUTER

(musikeinspieler „We together“ chinesisch -leise – darüber spricht ac weiter...)

MUSIK LEISER - FADE OUT

AC. *In der Wissens- und Dientsleistungsökonomie löst sich der Staat als Modell auf, die Nützlichkeit, die Kompetenz des Einzelnen zeigt sich in der Teilhabe am Ganzen und das ganze ist das Unternehmen, international mit eigenem Werte und Regelsystem, mit eigener Sprache und neuen Grenzen: Der Grenzschutz, der Soldat, wird ersetzt durch den Pfortner, die Magnetkarte und die unternehmerische Identität: Corporate Identity, Corporate Wear, Corporate Design, Corporate Values, Corporate Social Responsibility.*

MUSIK FADE IN: MISCHPULT !! TRACK 06

LICHT KAREN

SWR2 MANUSKRIPT

MUSIK LAUT LEISE (wird wieder ein bisschen lauter darüber spricht **ac** schreibt an die Wand Peter Furth, FAZ 06.08.08, Nr. 182, Seite 3 / **ac** animiert das Publikum zum klatschen und sich bewegen)

SPRECHER

Ein weiteres Zitat: Peter Furth, FAZ 6. August 2008, Nr. 182, Seite 3

KK. „Kein Gott und keine Autorität, keine Rücksicht schien mehr nötig, der Mensch war ihnen Weg und Ziel. Wer nicht auf dem Weg zur emanzipierten Menschheit mitmachte, wurde aus der Menschheit ausgegrenzt. Das ist etwas anderes, als aus einem Ruderverein geworfen zu werden. Der Grundzug des

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.
Antiautoritarismus, den Grundzug der Revolte, ist brutal und destruktiv. Er verfolgt das Ziel, alle vermittelnden Instanzen zwischen dem Individuum und

der Gesellschaft zu entwerten. Die Folge ist das der Einzelne unmittelbar und schutzlos den Kräften des Marktes ausgesetzt ist und nur die stärksten überleben.“

MUSIK STOPPT ABRUPT

BLACK

CHART / SCHWARZ

SPIELLICHT

AC. Im Zugriff auf den Einzelnen gewinnt die Rekrutierung an Bedeutung. Die Rekrutierung von Menschenmaterial: Wer darf wo Teilhabe beanspruchen? Wer ist dabei, wer nicht? Wer ist drinnen, wer draussen?

KK. Rekrutierung heißt eigentlich Recruiting und gehört in den Bereich HR, das heißt Human Ressource Management – ehemals Personalabteilung...

AC. Ein Beispiel: Die Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst and Young will zu ihren 130.000 Mitarbeitern nur die besten dazu haben und auf den Recruitingdays zu denen die Spitzenabsolventen von Eliteuniversitäten eingeladen werden, schließt man die drei Tage voller Prüfungen und Gespräche gerne mit einem chorischen Moment ab:

CHART / ERNEST YOUNG

SWR2 MANUSKRIPT

(Videoeinspieler: Oh Happy Day. Nach ca. 1.10 beginnt **kk** im Bühnenraum die Fakten vorzutragen:)

LICHT KAREN (evtl an meiner Position)

SPRECHER

Während der Vortragende und seine Assistentin das Publikum zum Klatschen animieren und gute Laune zu verbreiten suchen, sieht man auf einem Video eine große Anzahl junger Menschen, die sich von einer Sängerin in einem kurzen, schwarzen Kleid begeistern lassen. Zwischen das gemeinsame Singen sind Szenen eines Prüfungsverfahrens geschnitten, so dass ein

~~emotionalisiertes Video entsteht, das zwischen Rock und~~

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Krawatte Ernest und Young preist.

MUSIK LAUT LEISE JE NACH SPRECHEN

KK. „Das Dienstleistungsangebot umfasst Wirtschaftsprüfung, prüfungsnahe Beratung, Steuerberatung und Beratung in den Bereichen Transaction Advisory Services und Real Estate. Die Ernst & Young Landesgesellschaften in Europa, Afrika, Indien und dem Mittleren Osten schlossen sich im Juli 2008 zu einer operativen Einheit zusammen. Damit entstand eine Organisation, die 60.000 Mitarbeiter, 3.300 Partner und einen Umsatz von 11,2 Milliarden US-Dollar Umsatz umfasst. Ernst & Young ist einer der internationalen Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung sowie Risiko- und Managementberatung. Unsere 144.000 Mitarbeiter weltweit sind durch gemeinsame Werte und unseren hohen Qualitätsanspruch verbunden. Das gemeinsame Ziel aller Mitarbeiter ist es, unter Einsatz all ihrer Ressourcen, Fähigkeiten und Kompetenzen das Potenzial unserer Mandanten zu entfalten.“**Quality in everything we do.**“

MUSIK noch einmal Laut dann ausblenden

SPIELLICHT

AC Und das ist dann nicht die Arbeiterklasse, die sich dort in ihren niederen Momenten des kollektiven Sozialkitsches versammelt, sondern das ist die Bildungselite, die sich bereitwillig den Anweisungen einer professionellen

SWR2 MANUSKRIFT

Sängerin unterordnet, die sich von ihrer Karriere auf dem ersten Arbeitsmarkt der Musikbranche vor langer Zeit verabschiedet hat, aber immer noch voller Hoffnung ist, weil Musik das ist was sie wirklich machen will. Man kann ihre Leidenschaft spüren, wie sie das so angefüllt mit körpereigenen Drogen, den ängstlichen Karrieristen ein wenig verkrampte Lockerheit verordnet und es sehr wahrscheinlich wirklich gut damit meint.

Ein paar Jahre später sind die, die es dann geschafft haben immer noch beseelt von diesen ersten Momenten des Zusammenkommens. Und die verkrampte Lockerheit zeigt sich noch Jahre später in den Freiräumen, die Betriebsfeste oder Workshops nach getaner Arbeit bieten. Es gibt unzählige Beispiele und immer geht es um Musik oder um Tanz, wie hier, wenn der Generalmanager sich entäußert und dabei einen Blick auf die im Körper sedimentierte Arbeit zulässt:

CHART / Generalmanager Dance

Bitte beachten Sie:

(Videoeinspieler: Generalmanager Dance.)
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

SPRECHER

Das Video zeigt eine Bühne. Mehrere Personen. Musik. Irgendwie trostlos, aber doch gefüllt mit dem Willen sich zu amüsieren tritt ein Mann nach vorn: Weißes Hemd, rot-gemusterte Krawatte, schwarze Hose, eine Magnetkarte am Hosensack. Seine Bewegungen sind nicht ohne Selbstironie und Witz, aber steif – unendlich steif.

KK. *Interessant ist der Kommentar zu dem Handyvideo, welches auf You Tube eingestellt wurde: Our Generalmanager – Tough Guy, but helpless Dancer. Good to see him having fun down here. Quality in everything we do!*

AC. *Auf der Partner Conference der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG spielt Musik nicht als Handlungsanweisung wie beim Tanz eine Rolle, nein, hier wird die Musik selbst gemacht. In unterschiedlichen Konstellationen gibt es Jam Sessions – Jazz, Blues, Rock.*

CHART / Jazzcode

SWR2 MANUSKRIFT

SPRECHER

Betroffenheit und Ernst haben sich in die Stimme und das Gesicht des Vortragenden eingeschrieben, während auf der Leinwand ein offenbar professionelles Video zu sehen ist: Titel: KPMG Partnerconference 2008. Eine blau erleuchtete Bühne, Schlagzeug, Standbass, Saxofon. Zwei Teilnehmer der Veranstaltung, vermutlich KPMG-Partner, werden aus dem Publikum heraus auf die Bühne eingeladen. In konservativ legerer Kleidung setzt sich der eine an das bereitstehende Keyboard, der andere hängt sich die Gitarre um den Hals: zufriedene Gesichter, rhythmische Bewegungen, schräge Töne

und wohlwollender Applaus.

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Sprechen über die Musik

*(JazzCode Festival – wenn die Musik beginnt spricht **ac** die erläuternden worte: .)*

AC. *Evtl. weg? Der Jazz hat in der Ökonomie eine besondere Bedeutung. Der Ökonom und Managementguru John Kao prägte den Begriff des Jamming – die Verbindung zwischen musikalischer Improvisation und Organisationswissenschaft. Das Thema dieser KPMG Partnerkonferenz. Der kreative Prozess, innerhalb eines bestehenden Regelwerkes, Lösungen als einen gemeinsamen und spielerischen Prozess aufzufassen, ist, so Kao, ein zentraler Aspekt der Unternehmensorganisation, den man nirgends besser als im Jazz lernen könne.*

Musik augenblick lauter:

Mittlerweile Partner bei KPMG stellt man seine besten Momente auf You tube ein, stellt den Zusammenhang zum Arbeitsalltag selbsttätig her und kommentiert beseelt:

KK. *„My 5 minutes of fame. Called up from the audience to improvise with JazzCode at the 2008 KPMG Australia Partners Conference. JazzCode was a fantastic session that taught us a lot about working in teams and how the concepts of jazz easily apply to things we do in the corporate world everyday“*

SWR2 MANUSKRIFT

(Das Video bleibt einen Augenblick lange stehen bis es endet und wird lauter und faded dann aus.)

AC. *Es mag den letzten Rest Vertrauen in die Wirtschaft nehmen, wenn man ernst nimmt, das sich eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft darauf versteift, dass die berechenbarste aller Musiken, der Blues, ein Modell für die Anforderungen des täglichen beruflichen Lebens sein soll.*

CHART / KPMG INT.

Fragt sich für welche – aber irgendwie stimmt das dann ja doch mit dem Blues und der Wirtschaft und den Angestellten nur auf einer anderen Ebene.

Dennoch: KPMG ist ein gutes Beispiel für das was da passiert in der Welt zwischen überterritorialen Gebilden, Maslowscher Bedürfnisbefriedigung, individueller Identitätssuche und Unternehmenshymne. KPMG hat auch eine:

Bitte beachten Sie:

(Lauter KPMG-Hymne ausblenden wenn der Refrain erreicht wurde.)

Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

AC. *KPMG we are strong as we can be, a team of power and energy. We go for the gold, together we hold a vision about global strategy.*

Das kennen Sie ja jetzt bereits worum es darin dann weiter geht: Um die Sehnsucht nach Bedeutung, um Innovationen, um eine globale Gemeinschaft um die gemeinsame Arbeit am Ich, das sich in der Tätigkeit verwirklicht... vielleicht sogar vergesellschaftet, aber natürlich im wirtschaftsrechtlichen Sinne.

Wie bei Global-Playern üblich trägt die Unternehmenshymne den regionalen Besonderheiten Rechnung. Bei KPMG durften die Mitarbeiter selber die Interpretation ihrer eigenen Hymne übernommen. Das ist interessant, weil sich hier die doppelte Ableitung zeigt, die man im heute im Genre der Unternehmenshymne immer wieder findet: Man zeigt seine Intelligenz, seine kritische Distanz und sein Reflektionsvermögen, will schlauer sein als alle und irgendwie wird es dann sogar subversiv zumindest aber zynisch.

CHART / KPMG DTL

MUSIK FADE_IN

Eine Subversion innerhalb des Unternehmenskörpers, die Motivation ist und Raum für Selbstverwirklichung, Meinungsfreiheit und Ästhetik. Jetzt erst recht! Jetzt geht alles zusammen und wird eins: Der Erfolgsfaktor jeder Entwicklung ist die Kritik, die sich auch und gerade in ihrer Verweigerung produktiv auswirkt:

SWR2 MANUSKRIFT

MUSIK LAUT

CHART / KPMG DTL 2

AC Sie werden erraten haben, dass es sich hier um die Deutsche Division von KPMG handelt, die in ihrer eigenen Interpretation der Hymne, ich will mal sagen, augenzwinkernd mit dem Erbe einer globalen Strategie umgeht.

Ähnlich abgeleitet und kritisch widmen sich deutsche Werbeagenturen der Frage nach der eigenen Identität in dem das Ich in einem gemeinsamen Unternehmenskörper stark gemacht wird. Der Begriff Differenz-Kapitalismus, der in den 90iger Jahren im Rahmen der Cultural Studies die Runde machte, füllt sich neu mit Inhalt, denn in der Differenz, die im folgenden Beispiel gezeigt wird verbindet sich das kritische Bewusstsein mit Inklusionen und Exklusionen und dem machtvollen Anspruch auf Gestaltung. In dem Beispiel von NEXT einer jugendlich, frechen Division der Werbeagentur Jung von Matt ist nicht nur die

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Musik gecouvert worden – Sie erinnern eine Hymnen Praxis, die so alt ist, wie die Hymne selbst -, sondern auch das Video wurde im Setting des

Unternehmensumfeldes im Hamburger Karolinenviertel nachgestellt :

BLACK

SPRECHER

Es beginnt das Video zum Song "Mein Block" des Berliner Rappers Sido –Hochhaussiedlungen bilden den Rahmen, in dem Sido unter seiner totenkopfähnlichen Halbmaske, sein Lebensumfeld in sogenannter Working-Class-Prouddness vorstellt. Dann ein Break: Mit dem Satz „Next ist nichts für Dich“ wird der Ort des Videos gleichsam in das Hamburger Karolinenviertel, dem Hauptsitz des Unternehmens Next verlagert. Das Video zeigt das traditionell politisierte Viertel und vermengt im Sido-Stil Lebens- und Arbeitsumfeld zu einer Melange aus Büro-, Baustellen- und Graffittiaufnahmen. Der Arbeitsalltag stellt sich in den inszenierten Aufnahmen als Party dar. Das Karolinenviertel wird in seiner urbanen Verwobenheit zwischen Bauwagenplatz, ehemaligem Schlachthof und Millerntorstadion atmosphärisch eingefangen.

SWR2 MANUSKRIPT

Der Vortragende sitzt zusammengesunken auf dem Barhocker und schaut ins Nichts, während die Assistentin am Rednerpult einen schwer verständlichen Text liest.

CHART / Jung von Matt

MUSIK

(Videoeinspieler: *NEXT – Jung von Matt*)

LICHT KAREN

KK.liest: *Du in Deinem Einfamilienhaus lachst mich aus, weil Du denkst Du hast alles was Du brauchst. Doch hier bei Next scheint uns die Sohne aus dem Arsch, in dieser Stadt weiß es jeder: Wir sind Stars! Hier bekomm ich alles was ich brauch, ich muss nicht mal nach Haus: Coole Computer, Netzwerk und Maus.*

Mit den Boys von Next, steht ich jedem hier die Show. Nur die Buchhaltung

Bitte beachten Sie:

Das Markenzeichen des SWR ist ein geschütztes Warenzeichen. Die Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

kriegt einen Schock, bei dem Cash-Flow. Ok, ich muss gestehen, hier ist es dreckig wie die Sau, doch ich glaub das gibt sich, wenn die fertig sind mit dem

Bau. Ich freu mich so, wenn wir dich ins Web schleifen und nebenbei noch Deine Nummer abgreifen. Meine Stadt, mein Bezirk, mein Viertel, meine Gegend, meine Straße, mein zu Hause, mein Block. Meine Gedanken, mein Herz, mein Leben, meine Welt, reicht vom Keller bis zum obersten Stock. Hier kriegst Du alles, manchmal sogar Schampus, denn diese Typen haben Style wie ein Handkuss. Zwanzig Meter weiter werden Tiere abgeschlachtet und noch zehn weitere wird im Wagen übernachtet. Der Typ mit der Glatze ist unser Pimp-Daddy, sein kleiner Partner sitzt bei uns als Azubi. Wir gehen Steil, wenn die Sonne nicht mehr scheint und zu Hause flucht die Frau und die kleine Tochter weint. Uns ist es scheiß egal, wir sind hier und es ist TipTop, denn unser Konfi ist ein riesengroßer Strip-Club. Wir machen auf large, on und off sind im Gepäck, setz dich hin und hör zu, nimm dir noch ein Schmalzgebäck. In unserm Block finden ganze Leben statt und hin wieder hat es auch einer richtig satt. Dann geht er los und tritt irgendwen zusammen, meistens unseren Drucker, der ist tierisch arm dran. Meine Stadt, mein Bezirk, mein Viertel, meine Gegend, meine Straße mein zu Hause, mein Block. Meine Gedanken, mein Herz, mein Leben, meine Welt, reicht vom Keller bis zum obersten Stock.

AC Was in diesem Weihnachtssong aus dem Jahr 2005 an Kunden und Freunde verbreitet wird, ist auf eine erschütternde Art und Weise genau. Wie bei KPMG

SWR2 MANUSKRIFT

sind die Mitarbeitenden zu handelnden geworden, die in dem unternehmerisch eröffneten Freiraum ihre eigene Situation reflektieren und durch die Handlung an sich Widersprüche zu einer Dialektik umwerten, die zwischen Ventil und Selbstentäußerung in alle Richtungen funktioniert.

Das geht alles natürlich viel einfältiger und offensichtlicher und ungebildeter. Ohne Ableitung, ohne Eleganz, ohne Lächeln, ohne Kritik. Roh und Repressiv. Brutal und Seelenlos. Aber letztlich ist es genau das gleiche: Wenn zum Beispiel ein Unternehmen eher Plump Arbeitsanweisungen in Popsongs überführt und in dieser Plumpheit die Verachtung gegenüber den Mitarbeitern deutlich wird, dann fällt es denen mit kritischem Bewusstsein leicht sich lustig zu machen. Und das fällt auch dann leicht, wenn der Text dieser Arbeitsanweisung, eine fundamentale Gesellschaftsanalyse enthält, die in ihrer Komplexität und Relevanz ihresgleichen sucht: Ein Lächeln ist Mehrwert!

Bitte beachten Sie:

SPRECHER

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

„Lächeln ist Mehrwert“, das Lied des Unternehmens Kaufland

ertönt. Der Vortragende und seine Assistentin halten sich Lupenläser vor die Gesichter und tanzen einen wilden Tanz. Ihre durch die Lupen vergrößerten, lächelnden Gesichter sitzen grotesk auf den zappelnden zu kleinen Körpern. Der Pathos der Vermittlung entlädt sich insbesondere beim Vortragenden auf kraftraubende, extrovertierte Weise.

CHART / Kaufland

MUSIK

LICHT KAREN / ARMIN

(ac und kk mit Lupenläsern vor dem Gesicht üben Lächeln. Enden nach 2.50min)

SPIELLICHT

CHART / SCHWARZ

AC. Und dann ist wieder alles so einfach und so banal: Die Dinge werden zu ihrer eigenen Karikatur. Die Distanz ist einfach und in dem Lachen verklären und verschmieren sich die Widersprüche, die eben eigentlich keine sind. Wir nennen es Corporate Song! Rufen alle mit unterschiedlichem Gesichtsausdruck und Betonung. Es sind aber keine Corporate Songs, es sind Hymnen, die gemeinschaftlichen Anrufung an etwas

SWR2 MANUSKRIPT

Übergeordnetes, die hymnische Beschreibung von Tätigkeiten, die das Grundsätzliche, das Unhintergehbare vorstellen und vermitteln. Corporate Hymnen und Abgesänge auf den Erdrum in denen jeder Affekt, jede Reaktion und jede Handlung Platz hat. Es gibt keine Distanz, kein Ich-Nicht, das sich nicht sofort als Lüge entlarvt. Auch die Revolution, die Liebe und das Leben beginnen mit dem gemeinsamen Singen eines Liedes - und auf dem Weg Selbst sein zu wollen oder zu müssen erodiert die sicher geglaubte soziale Sicherheit - eines der Maslowschen Grundbedürfnisse. ~~Stefan Ladage, der Dieter Bohlen der deutschen Unternehmenshymne hat viel zu tun und sucht aktuell auch noch Mitarbeiter:~~

CHART/LADAGE

(Videoeinspieler: LADAGE!!! 5min/ **ackk** bereiten die Sektgläser vor / ausschenken / Ghettoaster....)

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere **SPRECHER** Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Der Vortrag ist zu Ende. Der Vortragende und seine Assistentin rollen einen Barwagen in die Mitte der Bühne, schenken Sekt und Apfelsaft aus, während aus den Boxen eines weißen Ghettoasters weitere Hymnen ertönen: Unter anderem "Phillips was my first Love" oder "Im Blut Kerosin" von Air Berlin oder die Cover-Version des U2 Stückes "One Love", das zwei Mitarbeiter der Bank of America 2008 nach einem erfolgreichen Merger in einem Sitzungsraum intonierten:

(One Bank....)

Das war das Radio Feature: Wir nennen es Corporate Song! Zur Geschichte und Realität von Unternehmenshymnen! Aufgenommen am 7. Januar 2010 in der Kampnagel Kulturfabrik Hamburg. Es sprachen: Armin Chodzinski, Karen Köhler, xxxx. Live Dramaturgie: Claudia Plöchinger. Feature Regie: Walter Filz

Ergänzend zu diesem Feature gibt es eine You tube-Playlist mit den Videobeispielen zu finden unter:

SWR2 MANUSKRIFT

Hamburg/ Baden Baden 2010

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.