



Die Mitarbeiter als wichtigste Ressource vom Unternehmen sollen sich wohlfühlen und gesund bleiben. Damit das erreicht wird, setzt das Unternehmen Blackroll eine Happiness Managerin ein.

Bilder: zVg

Gesund und glücklich bei der Arbeit

Happiness Manager Mitarbeitende sind für viele Unternehmen die wichtigste Ressource. Dennoch wird ihrem Wohlergehen nicht überall gleich viel beigemessen. Einige Unternehmen setzen neu auf Personen, die sich hauptsächlich um die Anliegen der Mitarbeiter kümmern.

VON JEREMIAS BÜCHEL

Gemeinsam Sport betreiben am Morgen, am Mittag vom Firmenkoch frisch zubereitetes Essen geniessen – das alles ist Realität bei der Blackroll AG im thurgauischen Bottighofen. Organisiert werden die Aktivitäten von der hauseigenen Happiness Managerin Eefje van de Ven. Seit vier Jahren, als Blackroll den Hauptsitz der Firma an den Bodensee verlegte, ist van de Ven dafür besorgt, dass sich die Angestellten bei der Arbeit wohl fühlen und trotz Büroarbeit einen gesunden Arbeitsalltag verbringen können.

Blackroll stellt aus expandiertem Polypropylen (EPP) Rollen her, die bei der Physiotherapie oder von Sportlern zum Kräftigen, Mobilisieren oder Massieren benutzt werden. Die Rollen helfen vor allem, Verklebungen im Bindegewebe zu lösen. Ziel des Einsatzes der Rollen ist die bessere Gesundheit der Benutzer.

Die Werte Gesundheit stehen denn auch im Zentrum beim Unternehmen. Das Wohlergehen der Mitarbeiter wird mit verschiedenen Methoden gefördert. Zum einen sitzt kaum einer den ganzen Tag auf einem Stuhl. Den Mitarbeitern stehen verstellbare Tische zur Verfügung, an denen man auch stehen statt sitzen kann. Zudem gibt es Sitzbälle oder Balance-Boards. Zum andern wird im Büro auch Sport betrieben.

So finden zum Beispiel regelmässig Yoga-Lektionen im Unternehmen statt. Diese werden im Sommer gerne auf der Wiese am See vor dem Firmengebäude abgehalten. Auch Sportkurse gibt es bei Blackroll regelmässig. Dabei ist nicht nur van de Ven Vorturnerin. «Viele Kolleginnen und Kollegen betreiben Sport und bieten sich für gewisse Sportkurse an. So kommen wir zu abwechslungsreichen Bewegungsmöglichkeiten», sagt sie.

Lasagne vom Firmenkoch

Auf Gesundheit wird auch bei der Ernährung geachtet. Drei Mal die Woche kommt ein Koch nach Bottighofen und bereitet Essen für die Mitarbeiter zu. Das

Angebot sei freiwillig, werde aber von vielen Mitarbeitenden genutzt. «Mal wird vegan gekocht, mal gibt es Soulfood wie Lasagne», sagt van de Ven. Wichtig sei, dass mit gesunden Lebensmitteln gekocht werde und dass es für Vegetarier auch ein Angebot gebe. Früher hätten sie jeweils noch gemeinsam gekocht, doch mittlerweile ist die Mitarbeiteranzahl auf über 35 angestiegen, was das gemeinsame Kochen zu kompliziert machen würde. Deshalb kommt ein Koch im Unternehmen vorbei.

Jährliches Happiness-Gespräch

Doch van de Ven organisiert nicht nur Sport und Essen. Sie ist auch Anlaufstelle im Betrieb, wenn jemandem etwas nicht passt oder sich nicht wohl fühlt. Dann kümmert sie sich darum, dass sich die Situation für den Betroffenen verbessert.

Vor den Jahresgesprächen führt sie jeweils vorgelagert ein Happiness-Gespräch mit den Mitarbeitenden durch, in dem abgeklärt wird, wie wohl sich der Mitarbeiter fühlt und wo Inputs aufgenommen werden, was im Betrieb verbessert werden könnte.

Auch der Austausch und Kommunikationsfluss wird bei Blackroll hoch gehalten. Alle zwei Wochen organisieren Mitarbeitende Treffen, an denen etwa neue Produkte vorgestellt werden oder Neuigkeiten aus den Abteilungen mit den anderen Mitarbeitern geteilt werden.

Happy und kreativ

Van de Ven plädiert dafür, dass möglichst viele Unternehmen Happiness Manager einsetzen. «Für eine nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens ist die Zufriedenheit der Mitarbeiter von zentraler Bedeutung. Vor allem bei Unternehmen im Dienstleistungssektor, wo Mitarbeitende die wichtigste Ressource sind. Dass es dafür keine Vollzeitstelle braucht, zeigt das Beispiel von van de Ven. Sie arbeitet zusätzlich im Bereich Events und Ausbildung von Blackroll

und ist quasi nebenamtlich Happiness Manager. Das sei kein Nachteil, wichtig sei, dass es im Unternehmen eine Anlaufstelle und eine Person gibt, die das Unternehmen mit offenen Augen für Mitarbeiterwohlbefinden beobachtet und einschreitet, falls es zu Unstimmigkeiten kommt.

«Heute ist wichtig, dass die Leute auch bei der Arbeit sich selber sind und sich entfalten können, um einen guten Job zu machen», sagt van de Ven. Stimmt das Umfeld, sind die Leute kreativer.

Ob sich die Arbeit der Happiness Manager auf die Fluktuation der Mitarbeiter auswirkt, kann man am Beispiel der Blackroll nur bedingt aufgezeigt werden, denn das Unternehmen arbeitete von Beginn weg mit van de Ven als Happiness Managerin.

Einen positiven Einfluss sieht Van de Ven aber klar: «Bislang hat von den 40 Mitarbeitenden erst eine Person das Unternehmen wieder verlassen.» Zudem bekomme sie von neuen Mitarbeitern die Rückmeldung, dass sie es sehr schätzen würden, dass jemand die Rolle des Happiness Managers innehatte und sich um das Wohlergehen der Mitarbeiter im Unternehmen kümmert. «Es lohnt sich für Unternehmen definitiv, wenn sie die Menschen ins Zentrum stellen. Mitarbeitende verbleiben dadurch länger im Unternehmen, was sich auszahlt.»

«Es ist wichtig, dass die Leute bei der Arbeit sich selber sind und sich entfalten können.»

Wie wird man Happiness Officer?

Aurelie Litynski arbeitet selbstständig als Chief Happiness Officer. Ein neuer Beruf. Doch wie kam sie dazu? «Ich arbeitete zuvor 15 Jahre als Event- und Projektmanagerin und im Bereich Marketing und Sales. Ich arbeitete jeweils in Teams und immer wieder stellte ich fest, dass einiges schief läuft, weil zu wenig

kommuniziert wurde und wichtige Punkte, die Mitarbeiter störten, nicht zur Sprache kamen», sagt sie. Dieselben Muster wiederholten sich bei verschiedenen Arbeitgebern und Projekten. Irgendwann hatte Litynski genug und beschloss, selbst etwas dagegen zu unternehmen.

In Paris absolvierte sie eine Ausbildung zum Thema Happiness at Work. Darauf konzipierte sie ihr eigenes Programm, um Unternehmen und ihre Mitarbeiter zu coachen, welchen das Wohlbefinden der Mitarbeitenden am Herzen liegt. Seit einem Jahr berät sie Unternehmen und vor 8 Monaten gründete sie dafür ihre eigene Firma Happitude at work.

Verblüffend, wie sich Leute öffnen

«Zu Beginn eines neuen Auftrags treffe ich mich jeweils mit dem Management und den Teamleitern, um das Unternehmen und dessen Bedürfnisse und Gegebenheiten kennenzulernen.» Darauf stellt sie ein auf das Unternehmen zugeschnittenes Programm für ein bis zwei Tage zusammen.

Begonnen wird jeweils mit einer Präsentation zum Thema Zufriedenheit bei der Arbeit, um das Team zu sensibilisieren, danach gibt es Workshops. Ziel ist es, dass die Teilnehmenden Elemente in ihren Arbeitsalltag so anpassen können, dass die Zufriedenheit am Arbeitsplatz steigt. Das Ganze wird in der Gruppe gemacht, sodass das Team danach besser zusammenarbeitet. «In den Workshops ist es jeweils verblüffend, wie sich die Teilnehmenden mit der Zeit öffnen. Dadurch werden zum Schluss der Workshops gemeinsam Lösungen gefunden, die sich später umsetzen und in den Arbeitsalltag integrieren lassen», sagt Li-

tynski. Mit den Workshops ist jeweils noch nicht Schluss. Litynski erarbeitet aus den Ergebnissen einen Plan, der danach im Unternehmen implementiert wird. Im Nachgang besucht sie das Unternehmen einmal pro Monat, um die Fortschritte zu besprechen und allenfalls weitere Massnahmen zu planen.

Doch wieso braucht es eigentlich Happiness Officer oder Manager? Eigentlich ist es eine Binsenweisheit, dass zufriedene Mitarbeiter einen besseren Job machen. Das hat sich Litynski auch schon gefragt. «Es braucht wohl den Impuls von aussen und die Zeit und den Raum, um darüber zu sprechen und nachzudenken, damit sich wirklich etwas ändern kann», meint Litynski. Schade sei, dass viele wissen, wie wichtig Zufriedenheit wäre, aber nichts unternommen wird. Dabei sei es relativ einfach, etwas dagegen zu tun. «Man muss es eben auch ändern wollen», sagt Litynski.

Sie könne Unternehmen dabei unterstützen. «Wenn ein Unternehmen die Wichtigkeit glücklicher Mitarbeiter erkannt hat, komme ich ins Spiel. Das Thema ist meine Leidenschaft, entsprechend wirkungsvoll kann ich es rüberbringen», sagt Litynski.

Nachholbedarf im DACH-Raum

Noch sei das Thema «glücklich im Job» in der Deutschschweiz erst im Kommen. «In den USA und im frankophonen Raum, aber besonders auch in Skandinavien, ist man diesbezüglich viel weiter. Dort ist das Thema seit längerer Zeit im Trend.» Im deutschsprachigen Raum scheint es noch Zeit zu brauchen. Aber Litynski ist überzeugt, dass auch hier dem Thema künftig mehr Gewicht zukommen wird. «Sobald es der Konkurrenz gelingt, die Mitarbeiter glücklich zu machen und damit länger zu halten, werden Unternehmen nachziehen müssen.» Gerade im Dienstleistungssektor könne man mit glücklichen Mitarbeitenden den konkurrierenden Unternehmen entscheidendes entgegenzusetzen. «Mit glücklichen Mitarbeiter ist man der Konkurrenz immer eine Nasenlänge voraus.»



«Mit glücklichen Mitarbeitern ist man der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus.»

Aurelie Litynski, Eigentümerin Happitude at Work

WIRTSCHAFTSWUNDER

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Dolmetscheranlagen
Tourguide Systeme
Präsentationssysteme

eventpartner

www.eventpartner.li