

Das Team als Klangkörper

Wie Musik hilft, die Motivation zu steigern

Gesangswettbewerbe, Firmen-Songs, Business-Musicals und dirigierende Führungskräfte zeigen, dass Personalentwicklung auch nach Noten funktioniert. Singen, Musizieren und Dirigieren machen Spaß, bescheren Erfolgserlebnisse und steigern so die Motivation. Wer mitmacht, soll auch im Arbeitsalltag leichter den richtigen Ton treffen. Christoph Stehr hat genauer hingehört.



„Schönen guten Tag, Leute! Hier ist Dyscem!“ Die junge Frau mit dem Mikrofon winkt in die Kamera, tritt einen Schritt zurück und setzt sich zwischen ihre Freunde auf ein pinkfarbenes Sofa. „I’m here in Orlando“, fährt sie auf Englisch fort. Dyscem Müldener, McDonald’s-Mitarbeiterin aus München, hat eine knappe Minute Zeit, um zu erzählen, was sie im Ferienparadies des Bundesstaates Florida erwartet: singen, Spaß haben, eine großartige Erfahrung. Natürlich möchte sie gewinnen, auf jeden Fall werde sie ihr Bestes geben; „I will let God do the rest.“ Während sich ihre Freunde auf dem Sofa zu Popklängen wiegen, springt Dyscem auf, winkt noch einmal und stoppt die Kamera: „All I can say is Dankeschön und tschööh!“



Dyscem Müldener in der Endrunde von „Voice of McDonald's 2012“ in Orlando, Florida.

Mit einer solchen Video-Postkarte durften sich alle 16 Kandidaten der Endrunde von „Voice of McDonald's 2012“ ihren Fans präsentieren. Zehn Tage lang erhiel-

plus 1 000 Dollar Spende für eine Kinderhilfsorganisation plus 500 Dollar für eine Party mit Kollegen plus Demo-Aufnahme plus Sprechrolle in einem Zeichentrickfilm,

der 1,7 Millionen Restaurantmitarbeiter weltweit. Seit der Premiere 2005 stieg die Teilnehmerzahl von 2 500 auf über 20 000 an. Zur diesjährigen Runde, die 2011 ge-



ten die neun Frauen und sieben Männer Unterricht in Stimmbildung, Tanz und Bühnenpräsenz, ließen sich Haare, Make-up und Garderobe von Profis richten und knüpften Kontakte zur Musikindustrie. Das Finale bestritten Ende April in Orlando vier Nachwuchssänger – je einer aus den Regionen Europa, Lateinamerika, Nordamerika und Asien / Naher Osten / Afrika – vor 15 000 Restaurantbetreibern und Lieferanten, die an der „McDonald's 2012 Worldwide Convention“ teilnahmen. Den Live-Stream im Internet verfolgten Tausende McDonald's-Mitarbeiter. Eine Jury aus Grammy-Preisträgern und Musikproduzenten sprach den ersten Preis, 25 000 Dollar

der Australierin Chrislyn Hamilton zu. Dyscem Müldener landete auf dem dritten Platz und erhielt 15 000 Dollar plus Spende und Party-Geld.

CHOR AUS 20 000 STIMMEN

„Der Voice-of-McDonald's-Wettbewerb ist ein Weg, unser Personal in den Restaurants zu inspirieren, indem wir ihnen diese Chance bieten, die es nur einmal im Leben gibt“, sagt Rich Floersch, leitender Personalchef der McDonald's Corporation in Oak Brook / Illinois. Die Burger-Kette hat das Wettsingen bereits zum vierten Mal veranstaltet. Mitmachen darf jeder

startet war, gehörten 70 Landeswettbewerbe und 30 Live-Veranstaltungen.

Das musikalische Spektakel spiegelt die Vielfalt in der McDonald's-Belegschaft wider. „Allein bei uns in Deutschland sind über 64 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 129 Nationen beschäftigt, hier treffen die unterschiedlichsten Kulturen und auch Talente aufeinander“, sagt Gabriele Fluck, Personalleiterin von McDonald's Deutschland, München. „In der Musik ist ein gutes Zusammenspiel genauso wichtig wie bei uns: Sich untereinander abstimmen, aufeinander hören und gegenseitig unterstützen ist beim Teamplay sehr wichtig.“



Oben: In der Musik ist gutes Zusammenspiel genauso wichtig wie im Arbeitsalltag, sagt Gabriele Fluck (McDonald's Deutschland).

Mitte: Gesang öffne die Menschen und motiviere sie, sagt Ines Knerr (Event-Theater).

Linke Seite: Dirigent Gernot Schulz vom Projekt „Dirigieren & Führen“ (links) und Teilnehmerin des 20. DGFP-Kongresses Anfang Mai in Frankfurt am Main.

Nur dann kommt letztlich auch eine sehr gute Leistung zustande.“ Fluck sieht den Wettbewerb als eine Chance, den Mitarbeitern Wertschätzung zu vermitteln: „Damit wird das Zugehörigkeitsgefühl zur Marke über nationale Grenzen hinaus gestärkt, und letztlich zahlt dies auf die Mitarbeiterbindung ein.“

FLASH-MUSICAL STATT FLASHMOB

Dass Gesang und Musik ungeahnte Begabungen freilegen können und Erfolgserlebnisse bescheren, die zu noch mehr Einsatz motivieren, hat sich in der Personalentwicklung herumgesprochen. Mitarbeiter gründen einen Betriebschor, gestalten ein Bühnenprogramm für ein Firmenjubiläum oder führen ein sogenanntes Flash-Musical auf. Der Begriff lehnt sich an Flashmob an, umstrittene Überraschungsaktionen in der Öffentlichkeit, zu denen sich Menschen über Facebook oder Twitter verabreden.

Ines Knerr, Marketingleiterin des Knerr Event Theaters im norddeutschen Seevetal-Ramelsloh, hat über viele Jahre Erfahrungen mit dieser Mischung aus Show und Konzert gesammelt. Für ein Einzelhandelsunternehmen brachte sie Mitarbeiter und Profikünstler gemeinsam auf die Bühne. Das Besondere: Die Künstler hatten sich ins Publikum einer Tagung mit 2 400 Teilnehmern gemischt und traten dann nacheinander mit Gesangseinlagen hervor, die kritisch auf die Vorträge des Managements Bezug nahmen. „So entspannt sich eine gesangliche Diskussion, die zugleich irritierend und belebend war“, erzählt Knerr. Am Schluss sang und klatschte die ganze Halle mit – ein Unternehmenssong war ‚geboren‘. Er wird immer noch auf ähnlichen Veranstaltungen sowie in Teamtrainings eingesetzt.

„Ein Song hat mehr Durchschlagskraft als eine Motivationsrede, weil er emotional ist und Bilder im Kopf entstehen lässt“, sagt Knerr. „Gesang öffnet die Menschen

und hilft, große Veranstaltungen, die oft dröge sind, aufzulockern. Gemeinsames überraschendes, komisches Erleben bringt Nähe in große Gruppen genauso wie in Teams.“ Allerdings ist der Transfer in den beruflichen Alltag nicht unbedingt eins zu eins möglich: Supermarktkunden wären sicher befremdet, wenn ihnen die Kassiererin den Rechnungsbetrag in C-Dur zuträllerte. „Der Gesang ist eher eine Metapher, ein Symptom einer positiven Grundeinstellung“, erläutert Knerr. „Wir können damit Veränderungsprozesse nicht komplett umsetzen, aber wir können die Initialzündung geben. Wir machen im Unternehmen Theater, um den Alltag der Mitarbeiter aufzumischen. Das zieht sich über die ganze Dauer des Veränderungsprozesses.“

SELBSTERFAHRUNG AM PULT

Einen anderen Ansatz wählt das Projekt „Dirigieren & Führen“, das der Dirigent Professor Gernot Schulz und Manfred Harnischfeger, Professor für Kultur- und Medienmanagement an der Musikhochschule Hamburg, ins Leben gerufen haben. Sie nutzen die Musik weniger als Mittel zur Selbstdarstellung denn als Mittel zur Selbstwahrnehmung. In ihren Workshops greifen Manager zum Taktstock und bringen Orchester mit bis zu 60 Profimusikern zum Klingen. „In ungewohntem, neuem Umfeld, wo jemand keine Kenntnisse und Erfahrungen hat, fällt man normalerweise in alte Verhaltensmuster zurück. Diese aufzubrechen ist unser Ziel“, erläutert Schulz. „Das Orchester liefert unmittelbares Feedback, nicht erst beim Debriefing, der Manöverkritik oder beim Jahresend- und Bonusgespräch wie in der Firma.“

Harnischfeger sieht viel Verbindendes zwischen Dirigieren und Führen. „Beides ist eine Interaktion zwischen dem Chef und einem Team“, sagt er. „Es geht um den Versuch, eine gemeinsame Höchstleistung zu erstellen, zum Beispiel durch die Wahrnehmung der Potenziale der Mitarbeiter durch den Chef, die Wahrnehmung untereinander, das Üben und Sich-selbst-Korrigieren von Kindesbeinen an.“ Die Führungskraft erhöhe durch „dosierte Impulsgebung“ die Konzentration der Mitarbeiter und gewinne so Freiraum für strategische Aufgaben. „Ein guter Dirigent hört auch erst einmal in das Orchester hinein und drängt ihm nicht von vornherein seinen Willen auf“, ergänzt Schulz. „Natürlich braucht er für sich stille, intensive Vorbereitung und dann eine klare Zielsetzung seiner Interpretation, aber er muss auch erst einmal sehen, was die verschiedenen Musiker bieten.“

Intensive Vorbereitung und ein klares Ziel haben auch Dyscem Müldener zur „Voice of McDonald’s“ gemacht. Die junge Frau, die auf den Philippinen geboren ist und dort einen Teil ihres Preisgelds für ein soziales Projekt einsetzen will, singt weiter. Geplant sind Auftritte bei internen McDonald’s-Veranstaltungen, etwa in Lissabon. Auf dem internationalen Treffen der weiblichen Führungskräfte der Burger-Kette, dem European Women’s Leadership Network, wird Müldener ebenfalls zum Mikrofon greifen. ●

DER AUTOR



CHRISTOPH STEHR ►
Wirtschaftsjournalist
in Hilden