

Martin Suter

*Das Bonus-
Geheimnis*

*und andere Geschichten
aus der Business Class*

Diogenes

Sämtliche Kolumnen wurden im Zeitraum
Oktober 2005 bis Februar 2007 zuerst veröffentlicht
im *Magazin des Tages-Anzeigers*, Zürich, bzw. *Tamedia*
Umschlagfoto: Copyright © Herb Allgaier / F1online

Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2009
Diogenes Verlag AG Zürich
www.diogenes.ch
300/09/8/1
ISBN 978 3 257 06712 5

Inhalt

Lüthis Kritikfähigkeit	7	Außer Gefecht	58
Frau Holle	10	Die soziale Kompetenz	
Erni und die Humorkultur		61	
13		Präventivmaßnahmen	64
Pfister präsentiert	16	Das Bonus-Geheimnis	67
Weders stilles Qi Gong		April, April	70
19		Les fleurs du mal	73
Kölliker im Herbst	22	Unter dem Regenschirm	
Loyalitätsbedenken	25	76	
Champions League	28	Schicksalsfreitag	79
Die Anstatt-Frage	31	Versäumter Anruf	82
Sorgen um die Zukunft		So ein Tag	85
34		Dätwilers Challenge	88
Mit neuen Augen	37	Vorbild Burgener	91
Die Unzertrennlichen	40	Termin mit Spillmann	94
Lehmann on the Rocks		Unterwegs mit Stauffer	97
43		Niederlande – Argentinien	
Kellermann greift durch		100	
46		Bewerber Leimgruber	103
Vom Füllen der Wort-		Eigenbild/Fremdbild	106
abstände	49	Eine späte Erkenntnis	109
Pech für Buchmann	52	Die Diskrepanzen	112
Himmelfahrtskommando		Geheimnisträger Bergmann	
55		115	

Kleine Ursache	118	Meiers positive Aggression	
Die Religionsfreiheit	121		151
Die Produktverbesserung		Mehr Bodenhaftung	154
	124	Krisenmanager Guggen-	
Pfenningers Albtraum	127	bühl	157
Eine Privatbewirtung	130	Probsts Jahresbilanz	160
Präventivmaßnahmen	133	Carstens Integration	163
Hofer, der Reiseprofi	136	Ohne Tabu	166
Schneebergers Gegenüber		Ein Lohngespräch	169
	139	Braucht es Binder?	172
Die Work-Life-Balance		Toujours l'amour	175
	142	Happy Hänni	178
Alles super!	145	Scheiblings Nachlass	181
Der rote Faden	148	Letzte Worte	184

April, April

Die Kunst des Aprilscherzes besteht darin, die Balance zwischen Unwahrscheinlichkeit und Glaubwürdigkeit zu finden. Eine Spezialität von Aegerter, wie alles, was mit Humor und guter Laune zu tun hat. Er ist ein Witzbold, aber nie, dass es blöd wird.

Sein Aprilscherz für dieses Jahr ist schlicht genial: Die Europazentrale habe beschlossen, Felix Kümin nach Brüssel zu berufen – als Leiter Gesamtvertrieb Europa. Und das auf Empfehlung von Rolf Lehner, CEO Schweiz. Das ist natürlich nur lustig, wenn man Kümin kennt. Aber dann ist es sehr lustig! Felix Kümin als Head of Distribution Europe! Das wäre, als ob, als ob ... Aegerter fällt nichts auch nur annähernd so Absurdes ein. Und doch ist es glaubwürdig. Wer eine Ahnung davon hat, wozu die europäischen Headquarters fähig sind, und wer seinen Lehner kennt, der wundert sich über nichts, aber auch gar nichts mehr.

Aegerter hat Glück: Am Morgen des ersten April begegnet er Strasser in der Tiefgarage und kann ihm die Sache stecken. Das ist so wirksam wie ein Anschlag am Schwarzen Brett. Im Lift kann er ihm fünf Stockwerke lang beim Kopfschütteln zuschauen. Dann steigt Strasser aus, Aegerter fährt noch eins höher.

Die Sache ist so typisch Headquarters und so typisch Lehner, dass Strasser keine Sekunde daran zweifelt und noch

im Mantel neun Telefongespräche führt, die alle anfangen mit: »Ich hoffe, du sitzt.« Als er eine halbe Stunde später zum Kaffeeautomaten geht, ist es dort schon das einzige Gesprächsthema.

Aus Anlass der Kümin-Sensation organisiert er einen spontanen Lunch mit ein paar Kollegen aus der Abteilung, bei welchem er aus gleichem Anlass etwas Alkohol zu sich nimmt. Diesem Umstand schreibt er es zu, dass er bei der zufälligen Begegnung mit seinem obersten Chef Lehner im Lift – der zweiten schicksalhaften Liftbegegnung dieses ersten April – sich doch tatsächlich zur Bemerkung hinreißen lässt: »Keine schlechte Entscheidung, das mit Kümin für den Gesamtvertrieb Europa. Überraschend, aber ...«

Lehner schaut ihn kurz an mit einem Blick, den Strasser später als »verwirrt« beschreiben wird, und sagt: »Ich sehe nicht, was daran überraschend sein soll.«

In seinem Büro setzt Lehner sich in die Besuchersitzgruppe, wie er das nur in ganz schwierigen Management-situationen tut. Kümin als Leiter Gesamtvertrieb Europa? Die Idee ist so bizarr, dass sie tatsächlich nur von der Euro-pazentrale stammen kann. Er gratuliert sich, dass er richtig reagiert hat. So konnte er verhindern, dass Strasser, dieses Waschweib, herumerzählt, die Entscheidung sei ohne Lehners Wissen getroffen worden.

Was nichts daran ändert, dass sie tatsächlich ohne sein Wissen getroffen worden ist.

Lehner bittet sein Vorzimmer um eine ungestörte Stunde und verfasst ein vordatiertes Mail an die Zentrale, in welchem er Kümin wärmstens für die offene Stelle des Head of Distribution Europe empfiehlt. Er leitet es an die Zen-

trale weiter unter dem Betreff »Im Postausgang lieengeblieben«.

Die Berufung nach Brüssel trifft Kümin und seine Familie (drei Kinder im schulpflichtigen Alter) völlig unvorbereitet. Aber sie nehmen die Herausforderung an. Eine von Kümins ersten Neuerungen ist die Integration des Gesamtvertriebs Schweiz in den Gesamtvertrieb Europa. Ein großer Wurf ist das nicht, aber es bringt ein paar Synergien und spart ein paar Stellen ein.

Witzigerweise auch die von Aegerter.

Scheiblings Nachlass

Es ist schon spät. In den Gängen ist es still, die Staubsauger und Bohnermaschinen der Putztruppen schweigen. Nur im obersten Stockwerk brennt noch Licht. Frau Kappeler, Scheiblings langjährige Sekretärin, drückt sich mit geröteten Augen im Vorzimmer herum, für den Fall, dass sie noch gebraucht wird. Vor einer halben Stunde hat der Chef nach dem Armagnac verlangt und ihr gesagt, sie solle doch nach Hause gehen, sie kämen hier schon alleine zurecht. Der Chef und alleine zurecht!

Drinnen im Allerheiligsten in der Besuchersitzgruppe sitzen Scheiblin und Reust, sein Nachfolger. Das Büro sieht aus wie die gute Stube eines Fabrikanten aus den sechziger Jahren. Scheiblin hat es beim Umzug vor sechs Jahren aus dem alten Gebäude herausreißen und hier in diesen kantigen Bau aus Glas, Stahl und Beton einbauen lassen. Inklusive Täfelung. »Wenn du das rausreißen willst, Marc, keine Hemmungen. Mach einen Neuanfang, drück dem Raum deinen eigenen Stempel auf, nur zu.«

Marc Reust, zwanzig Jahre jünger als Scheiblin, aber auch schon gegen die fünfzig, winkt ab. »Das ist bestimmt nicht die dringendste Maßnahme.«

Nach kurzem Schweigen kann Scheiblin doch nicht umhin zu fragen: »Was ist denn deiner Meinung nach die dringendste Maßnahme?«

»So, wie du den Laden hinterlässt, Kurt, ist überhaupt keine Maßnahme dringend.«

»Marc, ich weiß, ich habe dir keine Ratschläge zu erteilen –« Reust will protestieren, aber Scheiblin fährt fort: »...doch lass dir von einem alten Mann gesagt sein: Dringend oder nicht, triff Maßnahmen. Egal, welche. Denn die Maßnahme ist ein wunderbares Führungsinstrument.«

Reust, auch er ein alter Hase, nickt wissend. Die beiden blicken schweigend dem Rauch von Scheiblins Romeo y Julieta nach.

»Jetzt hast du es also geschafft, Marc.«

»Nicht zuletzt dank dir, Kurt.«

Scheiblin wehrt ab. »Nein, Marc, dank dir. Nur dank dir. Du hast in deinem Karriereplanning alles richtig gemacht. Hut ab.«

Beide nehmen ein Schlückchen aus den Schwenkern, die sie in der hohlen Hand wärmen.

»Was hast du jetzt vor?«

»Die Verwaltungsratsmandate gebe ich ab. Bis auf die fünf wichtigsten. Und dann das, was ich schon immer machen wollte: mehr Golf, mehr Großwild, mehr Zeit auf der Esmeralda III.«

»Wenn es einer verdient hat, bist es du, Kurt.«

»Weißt du, was das Einschneidendste war in den letzten Jahren?«

Reust schüttelt den Kopf.

»Das radikale Umdenken. Früher konntest du dich voll auf die Karriere konzentrieren. Was der Karriere diente, nützte auch dem Unternehmen. Nach dem Motto: Wenn es dem Manager gutgeht, geht es auch der Firma gut.«

»Tja, da hast du recht, Kurt. Und du – nein, nein, lass mich ausreden –, und du warst einer der großen Pioniere dieses Umdenkungsprozesses. Ohne dich stünden wir nicht da, wo wir heute stehen.«

»Ach, komm, da waren viele andere beteiligt, größere. Ich war nur ein kleiner Fisch. Die Zeit war reif, die Wirtschaftslage schrie förmlich danach.«

»Aber es brauchte Leute wie dich, Kurt, die den Kopf hielten, die hinstanden und sagten: Nein, so einfach ist es nicht, dieser Automatismus hat ausgedient. Wenn es dem Manager gutgeht, geht es nicht automatisch auch dem Unternehmen gut.«

Scheiblin nickt bescheiden. »Ja, ja, der Gedanke war schon revolutionär damals: Dem Manager muss es auch gutgehen, wenn es dem Unternehmen schlechtgeht.«