



Eva Ullmann

Humor ist Chefsache

Besser führen, verhandeln
und präsentieren –
so entwickeln Sie Ihren
humorvollen Fingerabdruck

SACHBUCH



Springer

Humor ist Chefsache

Eva Ullmann

Humor ist Chefsache

Besser führen, verhandeln und
präsentieren – so entwickeln
Sie Ihren humorvollen
Fingerabdruck

2. Auflage



Springer

Eva Ullmann
Deutsches Institut für Humor
Leipzig, Deutschland

ISBN 978-3-658-40064-4 ISBN 978-3-658-40065-1 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-40065-1>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020, 2023

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Copyright informations, image source: https://stock.adobe.com/de/images/young-beautiful-brunette-businesswoman-wearing-jacket-and-glasses-over-red-background-smiling-and-laughing-hard-out-loud-because-funny-crazy-joke-with-hands-on-body/335964307?prev_url=detail

Planung/Lektorat: Rolf-Guenther Hobbeling

Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Für JR und AU.

*Danke für die Spielräume, die meine Denk- und Handlungs-
räume gnadenlos erweitern*

Geleitwort

In Deutschland kennt jeder den Slogan quadratisch. praktisch. gut. Dem hinter der Marke Ritter Sport stehenden, 1912 gegründeten Familienunternehmen sind – bei aller Modernität – Tradition und Werte wichtig. Ritter Sport wurde erst national, später auch international bekannt: 48 % des Umsatzes entfallen mittlerweile auf das Ausland. 2021 wird Ritter Sport international mehr verkauft als in Deutschland. Der Gesamtumsatz liegt bei 480 Mio. Dabei investiert Ritter Sport bei aller Tradition immer wieder speziell in die Zukunft, z. B. wurden jüngst 16 Mio. EUR für ein „New-Work-Building“ ausgegeben.

Humor schafft Vertrautheit zwischen Menschen

Wie zahlreiche Manager beschäftige auch ich mich viel mit Führung, mit Leadership. Meine persönliche Erfahrung mit Humor im Management ist super: wenn man ihn denn richtig einsetzt. Im Alltag heißt das bei uns Lockerheit in Meetings zuzulassen und zu fördern. Die

VIII Geleitwort

Stimmung entspannen zu können, damit Mitarbeitende performen können. Humor schafft Vertrautheit zwischen Menschen. Auf der anderen Seite kann ein Witz an der falschen Stelle, oder ein kulturell unpassender Witz, auch einiges kaputt machen. Humor kann Probleme auch weglachen. Dann wird etwas weggedeckelt. In einem Unternehmen kann Humor zynisch werden über Probleme, die nicht verändert werden. Das halte ich für sehr gefährlich.

Humor ist hierarchielos, er verbindet oder untermauert Hierarchien. Das ist spannend zu unterscheiden. Humor heißt für mich vor allem Haltung. Humor heißt für mich menschlich zu sein. Ich bin als Führungskraft so wie ich auch privat bin. Alles andere wäre für mich viel zu anstrengend und für unsere Mitarbeitenden demotivierend. Humor ist wie viele Dinge für mich ein Werkzeugkasten: eine Bohrmaschine ist gut zum Löcher bohren. Man kann damit aber nur schlecht einen Nagel in die Wand bekommen.

Im Alltag erlebe ich immer wieder Situationskomik. Hier bei Ritter Sport nimmt sich keiner zu ernst. Situationskomik erfreut uns immer wieder. Es gibt kleine Sprüche. Der Personalleiter hat einen Abdruck auf der Stirn und ich sage: Oh, hast Du auf der Tastatur geschlafen? Wir kennen uns gut und ich weiß, bei ihm kann ich das machen. Hier bei uns sind alle ein bisschen verrückt. Ritter Sport hat bereits in den 70er Jahren in einem Fernsehspot gezeigt, also in der Zeit, in der wir als Marke bekannt geworden sind, wie eine ältere Dame sich die dunklen Biedermeier-Stühle gelb anmalte. Jede Schokoladen-Sorte bekam bei uns eine eigene Farbe. Unser humorvoller Auftritt ist Teil unserer Marke. Natürlich sind wir ein leichteres Lebensmittel, wir sind kein ernstes Produkt. Trotzdem arbeiten wir sehr fleißig und mit schwäbischer Genauigkeit. Seit vielen Jahren können

wir nun mit unseren Fans interagieren: „Liebe auf den ersten Knick“, „Marzipanik“, ein Currywurst-Bild aus Mini-Ritter Sport und drüber steht: „Nix gegen Currywurst, aber dieser Imbiss hat auch was.“ Viele Tafeln auf einem Plakat. Drüber steht: „Unser Beitrag gegen einseitige Ernährung.“

Wir haben uns an vielen Stellen gegen das Gießkannenprinzip und für sehr gezielte Werbung entschieden. Wenn ein Konzern 200 Mio. für Marketing als Geiz ist geil ausgeben kann, hat auch jeder die Werbung gesehen. Als Mittelständler kann man mit 30 Mio. für Fernsehwerbung im Gießkannenprinzip weniger erreichen. Dagegen funktionieren großformatige Plakattomotive an Bahnhöfen wiederum sehr gut. „Wir verschönern Stuttgart 21“ hängt am Stuttgarter Bahnhof. Eine Schokoladenskyline prägt Frankfurt. Die Kunden bzw. Fans dürfen über ihr Lieblingsplakat abstimmen. Unsere Kunden dürfen auch Limited Editions entwickeln und manchmal entsteht tatsächlich eine Einhorn-Schokolade. Selbst Fake-Marken haben unsere Fans erfunden: Rollmops-Aspirin. Ritter Sport Mett. Nein, natürlich ist das keine Sonderedition geworden. Anstatt den Verbrauchern das zu verbieten, haben wir einen Editor zur Verfügung gestellt, in dem jeder eine neue Sorte entwickeln kann. Das wird von den Fans gerne angenommen und selten missbraucht. Die „Braune Nuss“ oder „Nazipanik“ haben wir allerdings untersagt. Wir sind seit ca. 15 Jahren eine Dialogmarke und damit sehr erfolgreich. Nur unsere Aktivität in Punkto Nachhaltigkeit darf noch deutlich bekannter werden. Wir haben eine eigene Kakao-Farm, und engagieren uns schon lange für Nachhaltigkeit. Als Mittelständler können wir seit vielen Jahren gut mit den großen Playern und der Konkurrenz mithalten. Wir dürfen stolz von einer gestützten und

ungestützten Markenbekanntheit von 98 % sprechen. Da hat das Freche und Verrückte natürlich seinen Anteil.

Für mich ist Humor eine Lebenseinstellung. Ich muss mich bei aller Verantwortung auch nicht immer zu wichtig nehmen. Nicht nur mein Weg als Führungskraft ist der Richtige. Ich muss weder immer alles perfekt machen, noch mich zu ernst nehmen. Gemeinsam lachen möchte ich nicht nur zu Hause, sondern auch im Job. Das schafft hier bei uns Gemeinschaft und Zusammenhalt.

Ich habe in meinem Leben viel Vereinssport gemacht und auch Leistungssport. Auch heute fahre ich viel Rad. Ich kann gut denken auf dem Rad. Auch kreative Ideen habe ich eher auf dem Rad als an meinem Schreibtisch. Höchste Performance hat man, wenn eine gewisse Leichtigkeit entsteht. Wenn ich zu sehr verkrampfe, dann liefere ich auch keine gute Leistung, dann spielt das Team kein gutes Spiel. Man kann mit Humor eingefahrene Meeting-Momente unterbrechen und Mitarbeitende entspannen. Dann sind wir alle erfolgreich. Das wird nichts, wenn alle unter Strom stehen und verkrampft arbeiten. Und für Leichtigkeit und Kreativität muss man sich erden, darf nicht intellektuell zu sehr abheben. Man benötigt für neue Ideen Bodenhaftung. Wir sind ein modernes Unternehmen mit Werten und Tradition und einer inhabergeführten Geschichte. Damit identifizieren sich auch die ca. 1500 Mitarbeitenden sehr. Als Führungskraft achte ich darauf, dass Humor menschlich bleibt und nicht auf Kosten von anderen gemacht werden darf. Humor in der Führung heißt für mich, Leichtigkeit zu ermöglichen und nicht Kalauer oder Schenkelklopfer-Witze.

Nun fragt sich vielleicht mancher, ob bei einer straffen Lean-Produktion wie bei Ritter Sport überhaupt Spielraum für Humor und Leichtigkeit bleibt. Aus meiner Sicht ist das überhaupt kein Widerspruch, denn eine

richtig verstandene Lean-Produktion ist wie Ordnung halten zu Hause: wenn man den Schrank aufräumen will, dann entwickelt man zunächst bei einer entspannten Tasse Kaffee ein gutes Ordnungskonzept dafür. Wenn man erstmal ein System kreativ erarbeitet hat und danach sortiert und aufräumt, dann muss man später nicht mehr so viel suchen. Dann hat man wiederum mehr Zeit für kreative Prozesse. Das fördert Teamarbeit, sichtbare Erfolge, Spaß und Freude. Man hat mehr Zeit für Kreatives, zum Durchatmen und für neue Ideen. Nun wünsche ich Ihnen jedoch erst mal viel Vergnügen mit „Humor ist Chefsache“.

Andreas Ronken
CEO Alfred Ritter GmbH & Co KG
Waldenbuch, Deutschland