



Jörg Kühnapfel (Autor)

Lässt sich Glück managen?

Erfolgreiches Glücksmanagement für Betriebs- und Volkswirte



<https://cuvillier.de/de/shop/publications/201>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen, Germany
Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

Statt einer Einleitung: Persönliche Anmerkungen zum Textverständnis

Wie ist der Wissenschafts- und Erkenntnistheoretiker Karl Popper mit dem Thema „Glück“ umgegangen? Hat er ihm zugestanden, wissenschaftlich fassbar zu sein? Hat er „Glück“ als Erkenntnisobjekt vor dem Hintergrund wirtschaftlichen Handelns akzeptiert?¹

Ich gebe zu, mich unwohl zu fühlen: „Glück“ managen zu wollen erscheint mir wie eine Anmaßung, eine Herausforderung der Göttlichkeit und wie ein Faustscher Missbrauch der Wissenschaft, andererseits kann ich nur den Kopf schütteln angesichts der Mystifizierung einer Selbstverständlichkeit. „Jeder ist seines Glückes Schmied“² und ungezählte andere Redewendungen, Volksweisheiten oder Aphorismen weisen den Weg: Ja, Glück kann gemanagt werden, es fehlt nur an einer Systematik und einer Anleitung.

Oder ist das ein Trugschluss? Ist die Welt, in der wir leben, so unfassbar komplex, dass unsere eigene Position nicht mehr ist als der Spielball der Zufälligkeit, so dass es uns allenfalls gelingt, durch ein paar Kunstgriffe unsere Position marginal zu verbessern? Sind wir die Spielwiese der Götter, die sich köstlich über unser Strampeln und vielleicht auch über diese Zeilen amüsieren?

Der nachfolgende Text versucht, Glück als Erkenntnis- und Erfahrungsobjekt zu betrachten. Auf volkswirtschaftlicher Ebene ist diese Sicht etabliert, versuchen doch viele Regierungen und sogar die OECD³, die Entwicklung einer Gesellschaft jenseits des Bruttoinlandsprodukts (BIP) zu messen.

¹ Bei weitergehendem Interesse zu empfehlen: Popper (1994) und hierzu kommentierend und auch den (radikalen) Konstruktivismus einbeziehend: Unger (2005).

² 1999 waren immerhin 50% der deutschen Bevölkerung der Meinung, das Glück das Produkt eigener Anstrengung sei, 30% waren der Auffassung, dass sich Anstrengung nicht lohne und 20% waren unentschieden. Noelle-Neumann, Köcher (2002, S. 33)

³ OECD: Organization for Economic Co-operation and Development. Slogan: *“Better Policies for Better Life”*, Budget in 2011: 342 Mio. €.

Messen? Bewerten? Hier beginnen die Probleme, Glück als volkswirtschaftliches, aber auch als persönliches Lebensziel in den kybernetischen Brei des Alltags zu integrieren: Wie messen wir Glück? Wie bewerten wir Glück? Gibt es eine Skala, eine Maßeinheit? Oder ist Glück eben doch nur eine akute Hormonausschüttung, die wir uns genauso gut durch Drogen erkaufen könnten? Sind Wertmaßstäbe nicht eine zwingende Voraussetzung, um Glücksmanagement betreiben zu können?

Erschreckend allgegenwärtig erscheint mir das Verständnis von Glück als etwas, was „daher kommt“.⁴ Ob von Gott, dem Partner, der Lottofee oder dem Chef gebracht, es muss nur erkannt und angenommen werden. Auch wird gerne auf das Glück gewartet: „Heute bin ich unglücklich, weil mich mein Chef ärgert, aber am Wochenende, wenn ich frei habe, da bin ich glücklich. Oder im nächsten Urlaub am Strand, da werde ich glücklich sein. Heute nervt mich mein Beruf, aber wenn ich erst in Rente bin, lasse ich es mir gut gehen und bin glücklich.“ Das ist natürlich ein Trugschluss. Niemand bringt Glück vorbei und das in der Zukunft erhoffte Glück hat einen abdiskontierten Barwert von bestenfalls 0. Es ist aber auch kein Wirtschaftsgut, das sich im Tausch gegen andere Güter nutzenmaximierend⁵ erwerben ließe. Glück ist ein Zustand auf der Zeitachse, der erreicht, gehalten, ausgebaut und in jedem Moment erlebt (und nicht für die Zukunft erhofft oder retrospektiv betrachtet) werden will. Dies impliziert einen aktiven Beitrag, eine Anstrengung, die zielorientiert erfolgen muss. Und wann immer ein Beitrag eine zielorientierte Anstrengung verlangt, ist es sinnvoll, diese zu planen, zu steuern, zu kontrollieren und die richtigen Entscheidungen zu treffen – zu managen. Nicht zuletzt darum ist die Zielgruppe dieses Beitrags jene der Volks- und Betriebswirte, für die das methodische Vorgehen und die verwendete Sprache – so, wie jene in der nachfolgenden Definition von Glücksmanagement – alltäglich sind.

⁴ Ich folge damit Hermann Hesse, der sich darüber beschwert, dass Glück zwar in aller Munde und etwas Positives und unbedingt Wertvolles sei, aber dennoch als etwas Banales angesehen wird, dem nicht die gebührende Aufmerksamkeit entgegen gebracht werde. Vgl. Hesse (2002, S. 12 f.)

⁵ im Sinne der Gossenschen Gesetze

Definition 1: **Glücksmanagement** ist das Gestalten der eigenen Aktivitäten unter Einsatz der zur Verfügung stehenden Ressourcen mit dem Ziel, das persönliche Glück dauerhaft zu maximieren.

Ziel dieses Beitrages ist es, und so komme ich zur Beschreibung des Vorgehens, ausgehend von definitorischen Präzisierungen und Ein- und Ausgrenzungen, zunächst die Relevanzfrage zu klären. Ich unterstelle, dass Glück als Lebensziel für jeden Einzelnen Relevanz besitzt. Die nächste zu beantwortende Frage ist jene nach der Sinnhaftigkeit, Glück aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu erfassen. Die mit diesem Blickwinkel verbundenen Schwierigkeiten werden anschließend erörtert, bevor die Frage nach dem Nutzen von Glück und darauf folgend dessen determinierende Faktoren gestellt wird. Abschließend versuche ich mich an einem Leitfaden, der dem Wesen dieses Beitrags folgend jedoch kein volkpsychologischer Ratgeber („How to be happy“) ist, sondern ein explikativer Rahmen, ein Standardmodell für das Management des persönlichen Weges zum Glück – eine Blaupause.

Empfehlen möchte ich einen Blick in das Literaturverzeichnis. Es spannt einen weiten Bogen von psychologisch motivierter bis wirtschaftswissenschaftlicher Literatur, von eher unauffällig veröffentlichten bis hin zu mit viel „Tam-Tam“ publizierten Schriften. Diese Spannbreite mag belegen, dass sich die Glücksforschung noch in einem frühen Stadium befindet und wahrlich spannend ist.