

Lachen, damit der Arzt nicht kommt

von Carolyn Braun und Handelsblatt

Humor ist auch im Geschäftsalltag ein soziales Schmiermittel und motiviert. T-Online und Daimler-Chrysler arbeiten mit Lachtrainern.

„Hoxenschlopfen fluxlibuxlie lollipop...“ Klingt komisch, und soll es auch sein. Die Berliner Kommunikationstrainerin Mia von Waldenfels schwört auf die Wirkung der Phantasiesprache gegen kreative Tiefs. Der Beruf der 33-Jährigen: Sie ist Lachtrainerin. Sie bringt gestressten Büromenschen bei, die Mundwinkel hochzuziehen.



Der Reiseveranstalter Melas Sprach- und Kulturreisen hat von Waldenfels in seine Verkaufsräume in der Nähe des Ku'damms bestellt. Ausgewert seien die fünf Mitarbeiterinnen nach den stressigen Tagen auf der Tourismusbörse ITB, sagt Inhaberin Petra Weber-Yildirim. Für etwas Entspannung und Motivation zwischendurch soll nun von Waldenfels' „Happy-Hour“-Programm sorgen. Also stecken sich die Frauen Strohhalme quer in den Mund oder grunzen und quieken wie Eisbären bei den „Gesängen zur Erlangung der Fröhlichkeit“.

Höhepunkt der anschwellenden Heiterkeit: Die Damen legen sich im Fischgrätmuster auf den Boden, ihre Häupter jeweils auf die Bäuche der Kolleginnen. Von Waldenfels erzählt Witze, und bald hüpfen die Köpfe im Takt des Zwerchfells der Nachbarin. Ein Selbstläufer. Dass Passanten durch die großen Schaufenster Einblick in das seltsame Treiben nehmen können, stört sie nicht. Hinterher sind sie erschöpft, aber zufrieden. „Wir hatten ja überhaupt keine Erwartungen“, sagt die 23-jährige Marketingspezialistin des Reiseveranstalters. „Aber es hat richtig gut getan“, gibt sie zu.

Die Melas-Mitarbeiter arbeiten eng zusammen und kannten sich so vor dem Training schon gut. Da mag es leicht fallen, sich zum Affen respektive zum Eisbären zu machen. Was aber, wenn von Waldenfels eine 60-köpfige Entwicklungsmannschaft von Daimler-Chrysler in Stuttgart während einer Klausurveranstaltung erheitert? Sie hatten Anlaufschwierigkeiten, sagt Karen Hirschberg von Daimler-Chrysler. Aber schließlich hat jeder mitgemacht, sie war selbst erstaunt. „Und mittelfristig haben wir gelernt, Alltagsproblemchen mit einem Lächeln zu betrachten.“

Bei T-Mobile hat von Waldenfels gleich die ganze Führungsmannschaft Region Ost im Lachen trainiert, einen ganzen Tag lang. Und die Manager erlebten tatsächlich einen Motivationsschub: „Humor steigert die Leistungsfähigkeit“, glaubt Kerstin Soedel, Assistentin Regionalmanager Region Ost.

Wissenschaftlich erwiesen ist das – noch – nicht. „Es gibt kaum valide Untersuchungen“, sagt Professor Rolf Hirsch von der Rheinischen Landeslinik Bonn, der sich auf die Wissenschaft vom Lachen, die Gelotologie, spezialisiert hat. „Einerseits ist es schwer zu untersuchen“, sagt er. Andererseits sei das Interesse auch gering, schließlich bestehe die „Gefahr, dass sich auf natürlichem Wege Psychopharmaka überflüssig machen lassen“, merkt er sarkastisch an. Erwiesen sei, dass sich Lachen positiv auf Herz, Zwerchfell, Kreislauf, Muskulatur und Durchblutung auswirke. Außerdem wirke Lachen als Konfliktlöser, es ist „das soziale Schmiermittel überhaupt“, sagt Hirsch. Und: Humor beugt Krankheiten vor, das ist erwiesen. Er fördert nicht nur den Genesungsprozess, sondern stärkt auch die Abwehrkräfte, erläutert der Wissenschaftler.

Bisher wenden sich vor allem Privatleute an von Waldenfels und ihre Kollegen. Unternehmenskunden sind die Ausnahme. Dabei wusste doch schon La Rochefoucauld: „Die Menschen haben fast nur bei Dingen Erfolg, die ihnen Spaß machen.“