

Die neuen Privilegien der Chefs

STATUSSYMBOL Protzen war gestern. Wem sein soziales Gewissen wichtig ist, demonstriert Bescheidenheit.

MADELINE STÄUBLI-RODNER

Sie benutzt geschäftlich einen Maserati. An die grosse Glocke hängen möchte sie das aber nicht. Monika Ribar, oberste Chefin des Logistikzentrums Panalpina und Top-Businessfrau, liess sich kürzlich für die Wirtschaftssendung «Eco» porträtieren, lehnte jedoch Filmaufnahmen in ihrem edlen Dienstwagen ab. Dünkel ist ihr aber fremd: Als sie erstmals in einem Magazin als einflussreichste Frau der Schweizer Wirtschaft bezeichnet worden war, habe sie beim Vorbereiten des Abendessens zu ihrem Mann gesagt: «Jetzt siehst du die einflussreichste Frau der Schweizer Wirtschaft beim Rosenkohlbraten.» Ihre Haltung steht für den neuen Umgang vieler Führungskräfte mit Statussymbolen: Man pflegt seine höchst persönlichen und zuweilen ausgesuchten Vorlieben und will keineswegs auf Vorzugsbehandlung verzichten. Aber wer etwas auf sich hält, prözt nicht.

Privilegien in Unternehmen zeigen noch immer, wer wie wichtig ist. Der Rang in der internen Hierarchie lässt sich am positionsspezifisch definierten «Bonus» ablesen. Ein Audi ist der bewährte Spitzenrenner bei den Firmenautos für Chefs und oberste Kader. Laut Kadersalärstudie 2010 der Managementberatung Kienbaum geniessen gewisse Kader der obersten Hierarchiestufe auch im Jahr 2009 fast uneingeschränkt die altbekannten Privilegien: Dienstwagen, teilweise mit Fahrer und Parkplatz, Flugreisen in der Business-Class, Zugreisen erster Klasse, zusätzliche Vorsorgepläne bei der Pensionskasse, hohe pauschale Spesenentschädigung oder gratis Hightech-Gadgets.

Statusdenken verlagert sich

«Für viele ist die Selbstdarstellung immer noch sehr wichtig», sagen übereinstimmend sechs Führungskräfte von grösseren Schweizer Unternehmen, fünf Männer und eine Frau, die alle nicht namentlich genannt werden möchten. Sie erwähnen eine besondere Büroeinrichtung, den eigenen Chauffeur, die geson-

derte Behandlung beim Fliegen, aber auch

die Wahl ihres Feriendomizils und die Mitgliedschaft in exklusiven Business-Clubs. «Sich zurückzunehmen fällt vielen Managern weiterhin schwer», sagt Germaine Siegfried, Unternehmensberaterin bei Denise Ammann & Partner in Zürich.

Der neue Umgang der Chefs mit Privilegien kristallisiert sich erst beim näheren Hinsehen heraus: «Die klassischen Statussymbole haben an Bedeutung verloren», sagt Karin Frick, Forschungsleiterin am Gottlieb Duttweiler Institute. In ihrer 2008 verfassten Studie zeigt sich: Die Hierarchien haben sich abgeflacht, die Unterschiede zwischen oben und unten sind weniger sichtbar. Frick: «Im modernen Büro wie bei Cisco Schweiz sucht sich der Chef jeden Morgen einen Arbeitsplatz – wie seine Mitarbeitenden auch. Vorgesetzte sind mit Mitarbeitern per Du, tragen die gleichen Kleider und bringen ihre Kinder in die gleiche Krippe.»

Wenn sich selbst das Fussvolk einen Porshe Cayenne, ein neues iPhone, eine Kreuzfahrt in der Karibik leisten kann, wie wollen sich die Vermögenden heute abgrenzen? Was alle tun und haben, markiert gar keinen Status mehr. Daher verlagert sich das Statusdenken in teure Liebhabereien – und immaterielle Bereiche. «Der Status wird eher mit überdurchschnittlicher Fitness/Gesundheit, mit Beziehungen und Zugang zu exklusiven Kreisen markiert», so Studienleiterin Frick.

Status erkennt man daran, wie jemand behandelt wird, nicht daran, welches Auto er fährt. Als Beispiele nennt Karin Frick die Centurion Card, die Senator-Lounge, die VIP-Lounge im Fussballstadion. «Wer viel kauft, viel fliegt, viel auswärts isst oder übernachtet, wird mit Vorzugsbehandlungen belohnt.» Den Chef erkennt man an der automatischen Vorzugsbehandlung: Man lässt ihn nicht warten, er erhält den besten Platz im Restaurant.

Ein anderes neues Statussymbol ist der bewusste Konsum, die Ernährung mit Bio-Produkten aus der Region, Sonnenkollektoren, ein Minergiehaus, Kinder im Montessori-Kindergarten. Auch die sechs befragten Führungskräfte sehen subtilere Formen von Privilegien im Vormarsch: Freiheit, Unabhängigkeit und Verantwortung. Die Einladung etwa ans WEF in Davos und zu rauschenden Bällen, die Bestellung in einen Stiftungsrat. Die Mög-

lichkeit, eigene Stiftungen zu schaffen.

Vorbilder für die Gesellschaft

Die Tendenz, sich vom Protzen abzuwenden, wurde durch die Krise verstärkt: «Wem sein soziales Ansehen wichtig ist, der demonstriert Bescheidenheit», sagt Forschungsleiterin Frick vom Gottlieb Duttweiler Institute. In der Schweiz werde ein diskreter Auftritt ohnehin mehr geschätzt. «Prunken und Protzen ist hier suspekt.» Auch Unternehmensberaterin Germaine Siegfried stellt fest: «Der Druck auf Manager, sich als Vorbild für die Gesellschaft zu verhalten, nimmt zu.»

Laut der Studie sind sich Führungskräfte heute bewusst, wie wichtig der öffentliche Auftritt ist. Eine wachsende Anzahl umgibt sich mit einem Stab von Stil- und Persönlichkeitsberatern. Für Expertin Frick lautet das Schlüsselwort «Authentizität»: «Als kompetent gilt ein authentischer Stil – wer sich zu stark an Ratgebern orientiert, wirkt hilflos und unsicher.» Mit ihrem Maserati fährt Panalpina-Chefin Ribar sicher eine authentische Linie.

PRIVILEGIEN IN ZAHLEN

Ein Dienstwagen für fast jeden zweiten Chef

Audi als Standard Bei Firmenwagen wird auf der obersten Hierarchieebene gespart. Nur noch 47 statt 51 Prozent der obersten Kader verfügen über ein Firmenfahrzeug; die Anschaffungsbudgets wurden geschrumpft. Dies zeigt die jüngste Kadersalärstudie der Managementberatung Kienbaum in Zusammenarbeit mit der «Handelszeitung». Auf allen drei Ebenen wird die Marke Audi bevorzugt.

Im Flug und Zug Bei Flugreisen sind die Privilegien auf eine kleine Gruppe beschränkt: 1 Prozent fliegt in der 1. Klasse nach Übersee, 61 Prozent benutzen Business-Class, 39 Prozent Economy. In der Bahn fahren 94 Prozent (Vorjahr 91 Prozent) 1. Klasse.

Fixe Spesen Zwei Drittel der Geschäftsführer erhalten Spesenpauschalen, im Schnitt 1200 Franken. Nur 37 Prozent der Firmen haben keine zusätzlichen Vorsorgepläne für Kader. Bei über 70 Prozent besteht die Möglichkeit einer Frührentierung ab 59.

Salärstudie Die Kadersalärstudie basiert auf einer Umfrage unter 368 Unternehmen mit knapp 10 000 Kadern.

«Heute ist es Luxus, Zeit für die Familie zu haben»



Christina Künzle

Gründerin/Partnerin choice, Zürich

Hierarchien in Unternehmen haben sich abgeflacht. Auch der Mittelstand kann sich Luxus leisten. Womit können sich Führungskräfte heute unterscheiden?

Christina Künzle: Viele der Privilegien sind verschwunden. Gut, viele Chefs fliegen noch Business, können ihre Verträge besser verhandeln als die «Standardangestellten» und bekommen sogar die Kosten für den Steuerberater zurückerstattet. Manche haben auch Anrecht auf einen persönlichen PR-Berater, der für «CEO-Profilings» zuständig ist. Doch es gehört in der Schweiz nicht mehr zum guten Ton, seine Privilegien offen zu präsentieren, denn auch der Dümme aller Privilegierten hat mittlerweile gemerkt, dass es nicht weise ist, Neid und Eifersucht zu schüren. Das Bild des «Servant-Leaders» oder «Primus inter pares» hat stark an Bedeutung gewonnen.

Was aber trotzdem immer mehr auseinander klafft, ist die Lohnskala zwischen führenden und einfachen Mitarbeitenden.

Kommen neue, immaterielle Formen von Privilegien?

Künzle: Ja, die immateriellen Privilegien, die eng mit dem Nutzen für die Firma verbunden sind, nehmen definitiv zu. Dazu gehören Gesundheits-Check-ups und individuelle, teure Weiterbildungsangebote oder komfortable Fallschirme beim Verlassen des Unternehmens. Die Finanzkrise hat jedoch teilweise dafür gesorgt, dass auch die teuren immateriellen Privilegien stärker unter die Lupe genommen werden. Das grösste Privileg einer Führungskraft: Die Chance, mit ihm anvertrauten Menschen etwas bewegen zu können. Es gibt eine enorme Befriedigung, Erfolg zu haben in einer Aufgabe, die Sinn und Spass macht.

Was bedeutet Luxus für einen Chef heute?

Künzle: Viele der grossen Chefs sind völlig überversorgt mit sogenanntem Luxus: Sie müssen zu viel reisen, zu viel essen und zu viel präsent sein. Da ist der Grenznutzen und die Grenzfriede abnehmend. Für die neue Generation von Chefs ist es Luxus, Zeit für sich und die Familie zu haben, Gestaltungsfreiraum zu bekommen. Dass es nach wie vor angenehm ist, zuvorkommend behandelt zu werden, ist unbestritten. Wer

freut sich nicht über die Vorteile der Platinum-Card, der Vielfliegerkarte, oder die VIP-Behandlung im Stammhotel! Die wirklich wertvollen Privilegien sind die, welche das Leben einfacher machen.

Die Bedeutung von materiellem Luxus hat aber nicht abgenommen, im Gegenteil: Die Luxusbranche boomt.

Künzle: Es gibt eine Art Luxus-Minimalismus: Wenige, dafür aber teuerste und ganz spezielle Dinge zu haben. In den Gesprächen mit Top-Managern merke ich aber auch, dass Nachhaltigkeit, Bescheidenheit und die Konzentration auf immaterielle Werte zugenommen hat. Soziale Verantwortung und Umweltbewusstsein sind gestiegen bei den älteren und einigen jüngeren Managern. Bei einer andern Gruppe, darunter auch viele Jüngere, sind Hedonismus und Materialismus immer noch stark ausgeprägt.

Gibt sich der ideale Chef bescheidener?

Künzle: Wenn er authentisch ist, kommt er damit sehr gut an. Wenn es einfach der neue Stil ist und er sich mit «bescheiden geben» statt «bescheiden sein» begnügt, macht er sich über kurz oder lang unglaubwürdig.

INTERVIEW: MADELEINE STÄUBLI