

**Zeitschrift:** Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin  
**Band:** 114 (1988)  
**Heft:** 24

**Vorwort:** "Management by Incentives"  
**Autor:** Schmid, Jürg

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 01.04.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# «Management by Incentives»

Von Jürg Schmid

DER BIEDERE FIRMENAUSSFLUG MIT DEM obligaten Filetsteak im lauschigen Landgasthof hat ausgedient. Mit verordneter Fröhlichkeit und etwas zuviel Weisswein lassen sich Kaderleute nicht mehr einseifen. Sie haben Gescheiteres zu tun, es sei denn, der «Firmenausflug» fände in einem ganz anderen Rahmen statt.

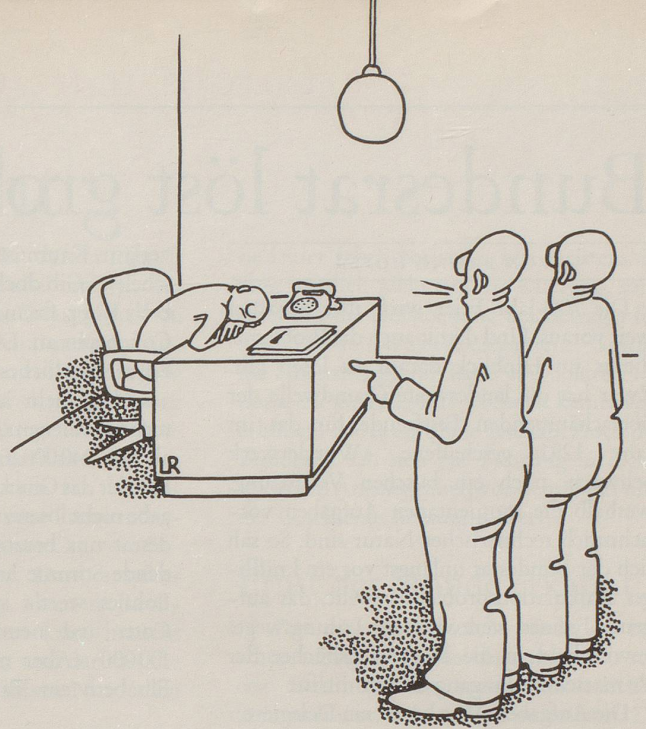
Die neue Form wurde drüben in den USA gefunden und hat sich auch bei uns gut eingelebt. Das Zauberwort heisst «Incentive-Reise». Wie es der englischen Sprache so eigen ist, wird die Bedeutung direkt und unverblümt gesagt. «Incentive» heisst soviel wie «anspornend», aber auch «antreibend». Wie ein Wortspiel zu incentive tönt intensiv, und so soll die Reise auch sein: kurz, intensiv, über alles originell, am besten sogar etwas verrückt, luxuriös und teuer. (Wie das in Wirklichkeit aussieht, zeigt Ihnen das Bild in der Heftmitte.)

Die Beträge, die ein Unternehmen springen lässt, hängen auch von der Wichtigkeit der eingeladenen Mitarbeiter ab. Mag Hundeschlittenfahren im Engadin für die vierte Garnitur reichen, ist der Wasserbüffeltreck auf Fidschi für die erste Garde gerade gut genug. Das ungelernete Botenmädchen wird allerdings weiterhin im Landgasthof Filetsteak essen müssen.

SÄMTLICHE DESTINATIONEN AUF ALLEN Erdteilen kommen in Frage, wenn sie die Anforderungen erfüllen. Ausgetretene Pfade und der Geruch des Gewöhnlichen werden strikt gemieden. Was die Teilnehmer genau erwartet, wissen sie in der Regel nicht. Wie sie sich dabei zu fühlen haben, ist festgelegt: als Auserkorene, als Prämierte, als Gekrönte auf Zeit. Langweilig wird's auch für Verwöhnte nicht, darum muss das Unerwartete perfekt geplant werden.

Das kostet natürlich eine Kleinigkeit. Zwischen 1500 und 10000 Franken werden für den Stimmungspegel des Mitarbeiters bezahlt, und die Teilnahme der Ehefrauen ist beinahe obligatorisch. Die Touristikbranche baut einen neuen Riesemarkt auf, und die Unternehmer sehen ihr Geld gut angelegt. Warum?

Das muss wohl so sein: Die Reise ist für die Angetriebenen und soll deren eigenen Antrieb wieder anheizen, das sagt ja schon der Name. Wer sich immer angetrieben fühlt, lässt den Antrieb verkümmern und kommt auf falsche Gedanken. Sie oder er beginnt zu zweifeln, ob der eigene Antrieb auch ihr oder ihm selbst zugute kommt. Diesen Zweifel sehen die Mitarbeiter bestätigt, wenn sie wegen des pausenlosen Einsatzes in der Firma abends gar nichts mehr Gescheites unternehmen mögen, am Sonntagnachmittag mit den Gedanken bereits wieder im Geschäft sind und nachts über den Sinn des Lebens zu grübeln beginnen.



«Nein, nein, wir entlassen ihn nicht. Wir brauchen ihn hier im Betrieb als schlechtes Beispiel bei der Lehrlingsausbildung.»

DIESER ENTWICKLUNG SIEHT DAS MANAGEMENT weltweit mit Sorge entgegen und will das Übel ganz an der Wurzel packen. Es ist höchste Zeit. Wie soll die Wirtschaft weiterfunktionieren mit Mitarbeitern, die sich nicht mehr motivieren lassen, die nicht mehr richtig relaxen können, die nicht mehr freudig Verantwortung auf sich nehmen, kurz, die so unzufrieden sind wie der Hund, der den Hasen niemals erwischt?

Darum wurde die Incentive-Reise erfunden. Man ist ganz unter sich, wie im Betrieb, darf aber endlich neben dem Leid auch die Freude miteinander teilen. Über das Geschäft, das die ganze Sache bezahlt, spricht man nicht, damit die Freude ungetrübt erhalten bleibt. Jeder einzelne ist mit Erleben so beschäftigt, dass er gar nicht merkt, wie er mit jedem Tag zufriedener wird.

Na also. Das wichtigste an der ganzen Sache ist eben die Psychologie. Wer mitgehen darf, spürt genau, dass ihm die Geschäftsleitung auf subtile Art etwas sagen möchte: Wir *sehen* deine Sorgen, deine Überarbeitung, deine Anstrengungen und Entbehrungen und wollen dich etwas ablenken und belohnen. Spass muss doch auch sein, gell? Weiter so, du bist auf dem richtigen Weg, trotz aller Selbstzweifel. Sei weiter innovativ, belastbar, umsichtig, charakterfest, verantwortungsbewusst, risikofreudig. Lass dich nicht unterkriegen, die nächste Incentive-Reise kommt bestimmt.

Das stellt auf. Wenn nun alle Angesporneten ihrerseits antreiben, kommt das der Geschäftstätigkeit insgesamt zugute, und mit Leichtigkeit werden fast so nebenbei die Mittel für die nächste Incentive-Reise erwirtschaftet. Diese dient ausschliesslich dem Wohl der Mitarbeiter, die das dann wieder bitter nötig haben ...