



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Die Betriebsweihnachtsfeier als Bestandteil der
vorweihnachtlichen Feierkultur – das Weihnachtsfest
2008 eines Wiener Unternehmens

Verfasserin

Astrid Petron

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juni 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 308 295

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Volkskunde (Ethnologia Europaea)

Betreuer:

em. o. Univ.-Prof. Dr. Konrad Köstlin

„Tradition ist uns zwar wichtig, doch selbstverständlich wollen wir nicht in der Geschichte verharren – auf uns warten viele neue Aufgaben: Mit der fortschreitenden EU-Osterweiterung entsteht für viele Geschäftsbereiche ein neues Umfeld. Unser Ziel ist nicht Umsatz um jeden Preis, sondern nachhaltige Ertragskraft.“

Unternehmensphilosophie des Konzerns (Stand 23.02.2009)

„[...] In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen ein schönes Weihnachtsfest, vom gesamten Vorstand, dass Sie sich gut erholen, das werden wir alle notwendig haben, dass wir mit frischer Kraft das Jahr 2009 beginnen, es wird ein schwieriges, aber lösbares Jahr. Danke schön.“

*Betriebsweihnachtsansprache des Vorstandsvorsitzenden vor den MitarbeiterInnen
(Stand 22.12.2008)*

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Vorwort | 6 |
| 1. Einleitung | 8 |
| 2. Das Weihnachtsfest im Spannungsfeld zwischen Brauch, Ritual und Tradition | 10 |
| 2.1 Bräuche | 10 |
| 2.2 Ritual | 11 |
| 2.3 Tradition | 12 |
| 3. Das Weihnachtsfest unter volkskundlichen Aspekten | 13 |
| 4. Entstehungsgeschichte | 15 |
| 4.1 Kalendarium der Weihnachtszeit | 15 |
| 5. Der Stellenwert des Festes im 21. Jahrhundert | 18 |
| 6. Unternehmens- und Organisationskulturen (kurzer Überblick mit Schwerpunkt betriebliche Feierkultur) | 19 |
| 6.1 Unternehmens- und Organisationskulturansätze | 21 |
| 6.1.1 Charakteristika von Unternehmens- und Organisationskulturen | 21 |
| 6.2 Äußerungsformen | 26 |
| 6.2.1 Symbole | 26 |
| 6.2.1.1 Sprache | 27 |
| 6.2.1.1.1 Mythen | 27 |
| 6.2.1.1.2 Anekdoten | 28 |
| 6.2.1.1.3 Slogans | 28 |
| 6.2.1.1.4 Geschichten | 28 |
| 6.2.1.1.5 Lieder und Hymnen | 29 |
| 6.2.1.2 Interaktion | 29 |
| 6.2.1.2.1 Riten | 29 |

| | |
|--|-----------|
| 6.2.1.2.2 Rituale | 29 |
| 6.2.1.2.3 Zeremonien | 30 |
| 6.2.1.3 Objekte | 30 |
| 6.2.1.3.1 Statussymbole | 30 |
| 6.3 Unternehmenskultur aus volkskundlicher und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht | 31 |
| 6.4 Bedeutung von betrieblichen Feiern | 32 |
| 7. Die betriebliche Weihnachtsfeier | 34 |
| 7.1 Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933 | 36 |
| 8. Das Unternehmen | 39 |
| 8.1 Geschichte der Gesellschaft | 40 |
| 8.1.1 Gründungszeit – Monarchie (1873 – 1915) | 40 |
| 8.1.2 Der Dornröschenschlaf (1916 – 1990) | 41 |
| 8.1.3 Die Entwicklung zu einer europäischen Gesellschaft (ab 1991) | 43 |
| 8.2 Personalstruktur der Gesellschaft | 44 |
| 8.2.1 Multikulturelle Aspekte der Personalstruktur | 45 |
| 9. Methodik der Untersuchung | 45 |
| 9.1 Offene Interviews mit dem Vorstand der Gesellschaft | 45 |
| 9.2 Offene Interviews mit MitarbeiterInnen des Unternehmens | 46 |
| 9.3 Offene Interviews mit OrganisatorInnen | 47 |
| 9.4 Teilnehmende Beobachtung der betrieblichen Weihnachtsfeier | 48 |
| 9.5 Anonyme schriftliche Befragung | 50 |
| 10 Die Ethnographie der Weihnachtsfeier der Gesellschaft (Auswertung) | 52 |
| 10.1 Vorweihnachtliche Planung | 52 |
| 10.1.1 Vorstellungen der Unternehmensleitung | 52 |
| 10.1.2 Vorstellungen der MitarbeiterInnen | 55 |

| | |
|---|------------|
| 10.2 Organisation | 73 |
| 10.2.1 Betriebsinterne Organisation | 73 |
| 10.2.1.1 Entscheidungsprozess über Ort und Zeit | 73 |
| 10.2.1.2 Einladung | 76 |
| 10.2.2 Betriebsexterne Organisation | 77 |
| 10.3 Der Tag der Feier | 78 |
| 10.3.1 Vorbereitungen der MitarbeiterInnen | 78 |
| 10.3.1.1 Kleidung | 78 |
| 10.3.1.2 Dekoration | 81 |
| 10.3.1.3 Essen | 84 |
| 10.4 Ablauf der Feier | 85 |
| 11. Nach der Feier | 93 |
| 11.1 Anonyme schriftliche Befragung | 93 |
| 11.1.1 Erfüllung der Erwartungshaltungen | 93 |
| 12. Resümee – Die Betriebsweihnachtsfeier als Bestandteil der vorweihnachtlichen Feierkultur | 102 |
| 12.1 Der Einfluss der Tradition | 102 |
| 12.2 Der Stellenwert der Weihnachtsfeier im vorweihnachtlichen Alltag | 103 |
| 12.3 Die Betriebsweihnachtsfeier – ein Blick in die Zukunft | 104 |
| 13. Literaturverzeichnis | 108 |
| 14. Verzeichnis der Interview-PartnerInnen mit Kurzbiografien | 113 |
| 15. Bildverzeichnis | 118 |
| 16. Bildanhang | 119 |
| Abstract | 122 |
| English Abstract | 123 |
| Lebenslauf | 124 |

Vorwort

Die Idee zu dieser Arbeit ist im Sommer entstanden. Sommer und Weihnachten – das sind zwei Begriffe, die auf den ersten Blick überhaupt nicht zusammenpassen.

Sie passen aber doch zusammen – wer jemals bei spätsommerlichen Außentemperaturen von 25 Grad Celsius und strahlendem Sonnenschein den ersten Weihnachtsschmuck in den Baumärkten bestaunt hat, muss an Weihnachten denken.

Das erste Kopfschütteln über die Marketingstrategien in den Konzernzentralen wandelt sich in vielen Fällen zur Schnäppchenjagd – es kann ja sein, dass zu Weihnachten alles ausverkauft ist (was auch meistens der Fall ist).

Die Weihnachtszeit, die sich von den traditionellen vier Wochen auf mittlerweile sechs Wochen ausgeweitet hat – der Wiener Christkindlmarkt öffnet Mitte November – steht im Mittelpunkt des Alltagslebens von uns allen.

Werbung im Fernsehen und Zeitschriften, Postwurfsendungen, Punschhütten und Maroniverkäufer – Weihnachten ist überall zu Hause in den vier Wänden.

Aber wie findet Weihnachten in den Arbeitsstätten der Menschen statt?

Diese Frage hat mich im Zusammenhang mit den oben festgehaltenen Gedanken beschäftigt. Ich wollte herausfinden, wie Weihnachten in Unternehmen gefeiert wird. Es war mir klar, dass es in der Gestaltung einer betrieblichen Weihnachtsfeier viele Möglichkeiten gibt und dass eine lückenlose Beantwortung dieser Frage unmöglich ist, da es branchen- und standesgemäße Unterschiede gibt. Die Weihnachtsfeier einer Bank wird anders verlaufen als die Weihnachtsfeier einer Magistratsabteilung der Stadt Wien, ArbeiterInnen werden anders feiern als Angestellte in Büros.

Für meine Arbeit habe ich eine Weihnachtsfeier in einem Privatunternehmen gewählt, in dem es Büroarbeitsplätze gibt.

Im Rahmen meiner beruflichen Tätigkeiten habe ich einige betriebliche Weihnachtsfeiern selbst miterlebt, umso mehr hat mich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Thema interessiert. Die Teilnahme an einer Weihnachtsfeier in der Position der wissenschaftlichen Beobachterin stellt eine herausfordernde Tätigkeit dar.

Für den erfolgreichen Abschluss dieser Arbeit war die Mithilfe und Unterstützung einiger Personen notwendig.

Mein Dank gilt den Vorständen des untersuchten Unternehmens, die mir die Möglichkeit boten, die Weihnachtsfeier des Unternehmens zu beobachten und zu analysieren. Ich komme gerne dem ausdrücklichen Wunsch des Managements nach, das Unternehmen in der Arbeit anonymisiert zu beschreiben.

Mein Dank gilt weiters allen fünfzehn MitarbeiterInnen des Unternehmens, die sich bereit erklärt haben, meine Fragen zu beantworten.

Ausdrücklich möchte ich mich bei einer Mitarbeiterin des Unternehmens bedanken, die für die Organisation der Weihnachtsfeier verantwortlich ist. Ihre Informationen brachten wichtige Hinweise für die Feldforschungsarbeit.

Mein besonderer Dank geht an Herrn Universitätsprofessor Dr. Konrad Köstlin für die umfassende Vermittlung volkscundlichen Wissens in vielen Vorlesungen und Seminaren während der Zeit meines Studiums. Besonders hervorheben möchte ich die vielen volkscundlich interessanten Erfahrungen der Exkursionen.

Ich bedanke mich ebenfalls besonders für die wertvolle und hilfreiche Unterstützung während der Betreuung meiner Diplomarbeit.

Aufrichtigen Dank an Herrn Professor Dr. Hermann Steininger für seine wichtigen Informationen und Hinweise bei der Erfassung, Analyse und Dokumentation von Quellen und Bibliografien.

1. Einleitung

Wenn die Schulferien zu Ende gehen und die Tage wieder kürzer werden, wenn die Weinernte vor der Tür steht – und in den Supermärkten die Lebkuchenvorräte aus dem Vorjahr zum Verkauf angeboten wird – dann steht das Weihnachtsfest vor der Tür. Es beginnt dann die dreimonatige Vorbereitungszeit des Handels auf die Weihnachtszeit und die Einstimmung der KonsumentInnen auf das kommende Fest.

Das Weihnachtsfest mit seinen traditionellen Bestandteilen unterliegt seit einigen Jahren einem ständigen Prozess der Wandlung. Am Ende des 20. Jahrhunderts erfuhr das typische Familienfest einen Wandel durch sogenannte „Christmas Parties“, die ab 22 Uhr vor allem in Diskotheken und Jugendlokalen veranstaltet wurden. Eine weitere – bereits angesprochene – Neuentwicklung ist im Handel zu beobachten, wo bereits im Oktober damit begonnen wird, traditionelle Weihnachtsware zum Verkauf anzubieten. Diese Tendenz kann sich aber auch nur deswegen festigen, weil viele KonsumentInnen diesem „vorweihnachtlichen Kaufzwang“ Folge leisten. Unter diesen Gesichtspunkt fällt auch die Verwendung des Wortes „Weihnachtsfeier“ in der betrieblichen Arbeitswelt. Die betriebliche Weihnachtsfeier hat in ihrer Gestaltung und im Ablauf vielfach keinen Bezug zum klassischen Weihnachtsfest, zählt aber zum nicht mehr wegzudenkenden fixen Bestandteil der weihnachtlichen Kultur. Diese Entwicklungen im Verständnis der vorweihnachtlichen Alltagskultur im betrieblichen Umfeld stehen im Mittelpunkt dieser wissenschaftlichen Arbeit.

Die folgende Episode, die ein Mitarbeiter des untersuchten Unternehmens im Rahmen eines Gespräches vom 5.12.2008 erzählt hat, soll einen ersten Einblick in das Themengebiet geben. Der Mitarbeiter ist 55 Jahre alt und hat im Gespräch immer wieder davon gesprochen, wie feierlich die Weihnachtsfeiern im Betrieb vor 30 Jahren waren, als er in das Unternehmen eingetreten ist. Im Vergleich mit heute war damals die betriebliche Weihnachtsfeier ein festliches Ereignis.

Er erzählte von einer Weihnachtsfeier aus dem Jahr 1979.

Die Feiern waren aufgeteilt auf die einzelnen Abteilungen – es gab also bis zu zwanzig gesonderte Feiern im Bürohaus. Essen und Getränke für diese kleinen Feiern wurde teilweise von den MitarbeiterInnen von zu Hause mitgenommen – vor allem die Weihnachtsbäckerei –

und teilweise im nahen Lebensmittelgeschäft zugekauft. Zwei bis drei Bürotische wurden abgeräumt und zu einer festlichen Tafel umgestaltet, mit Tannenzweigen, Kerzen und Servietten mit weihnachtlichen Motiven. Zu der von der Firmenleitung vorgegebenen Zeit haben sich die MitarbeiterInnen zusammengesetzt, die AbteilungsleiterInnen haben den MitarbeiterInnen für den Einsatz im abgelaufenen Jahr gedankt, dann hat man gegessen und getrunken und sich unterhalten. Durch den kleinen Kreis hatte die Feier einen nahezu familiären Charakter und die Gespräche waren auch durch Inhalte aus dem privaten Bereich geprägt.

Nach zirka zwei bis drei Stunden der Unterhaltung im kleinen Kreis ging dann die Tür auf, und der Generaldirektor des Unternehmens kam mit einer Flasche Wein und einem Glas in der Hand in die Abteilung. Er wünschte allen Anwesenden ein frohes Weihnachtsfest, nahm ein paar Kekse, schenkte sich Wein aus der mitgebrachten Flasche in sein Glas. Er sagte, das mache er deswegen, um den Überblick zu behalten, wie viel er getrunken hat. Wenn er in jeder Abteilung das trinkt, was ihm angeboten wird, dann kann es passieren, dass er den Überblick verliert. Der Besuch des Generaldirektors war der Höhepunkt der betrieblichen Weihnachtsfeier in der Abteilung und vor allem auch für die neuen MitarbeiterInnen interessant, weil der Generaldirektor neue Gesichter sofort erkannt hat und diese KollegInnen dann besonders begrüßt hat. Das gleiche hat er auch mit den älteren KollegInnen gemacht, die diesen Ablauf wohl schon seit Jahrzehnten mitgemacht haben und den Witz bereits auswendig kannten, den er erzählte, bevor er ging. Wenn der Generaldirektor seine Runde beendet hatte, dann durften sich die KollegInnen der Abteilungen auch untereinander besuchen und so ging die Feier dann weiter.

Die Arbeit analysiert das Umfeld und den Ablauf einer betrieblichen Weihnachtsfeier unter den Rahmenbedingungen des vorweihnachtlichen Alltages. Die zentrale Fragestellung untersucht die These, ob die Betriebsweihnachtsfeier ein fester Bestandteil der vorweihnachtlichen Feierkultur ist. Aus der Analyse der Aussagen des Managements und der MitarbeiterInnen über Erwartungen und Stimmungen vor und nach der Weihnachtsfeier, sowie durch die teilnehmende Beobachtung der Feier erfolgt unter Berücksichtigung des Einflusses von weihnachtlicher Tradition die Betrachtung des Stellenwertes der betrieblichen Weihnachtsfeier. Dabei werden unter anderem folgende Fragen beantwortet: Welchen Einfluss hat die weihnachtliche Tradition? Wie verändert sich der Alltag durch die betriebliche Weihnachtsfeier? Welche Bedeutung hat die Weihnachtsfeier für die individuelle Feierkultur und die Feierkultur des Unternehmens? Das Ritual „betriebliche Weihnachtsfeier“

– Alltagshandlung oder Fest? Welche Entwicklungen hinsichtlich der betrieblichen Weihnachtsfeier in der vorweihnachtlichen Zeit lassen sich erkennen? Wie hat sich die betriebliche Weihnachtsfeier im Wandel der Zeit verändert? Welchen Einfluss hat die Multikulturalität auf eine betriebliche Weihnachtsfeier?

2. Das Weihnachtsfest im Spannungsfeld zwischen Brauch, Ritual und Tradition

2.1 Bräuche

Bräuche sind aus Sitten und Normen entstandene, gemeinschaftsbezogene, gemeinschaftsbildende und ritualisierte Handlungen mit großer Wirkung, die aus einem bestimmten Weltbild oder einer bestimmten Kultur entspringen. Für die Anfänge der wissenschaftlichen Volkskunde galten „Sitte und Brauch“ als ein zusammenhängendes Paar – aus einer Kultur erwachsene Sitten als moralische und ethische Grundsätze auf Basis der Normen und den daraus abgeleiteten ritualisierten Handlungen.

Bräuche sind Verhaltensformen oder Verhaltensmuster, die der Übereinstimmung einer Gruppe entspringen und die Gleichheit der Gruppe garantieren. Als fixer Bestandteil eines Festkreises oder einer Jahreszeit stellen sie auch Zäsuren im Jahr- und Lebenslauf dar, sie machen Zeit erlebbar und messbar. Das Weihnachtsfest ist ein bedeutsames Fest im Jahresablauf und kann in diesem Sinn als Brauch klassifiziert werden.

Bräuche entsprechen dem Bedürfnis der Menschen nach lokaler und sozialer Gemeinschaftsbildung, Selbstdarstellung und Identifikation. Bräuche haben daher eine wichtige soziale und psychologische Bedeutung. Das Weihnachtsfest, sowohl in der Familie als auch im Unternehmen – erfüllt seine soziale Bedeutung durch das gemeinsame Feiern und seine psychologische Bedeutung durch das Gefühl des Teilhabens an einer Gemeinschaft.

Viele Bräuche wurden und werden von Herrschenden zur Durchsetzung ihrer Interessen erfunden.¹

¹ Vgl. Hobsbawn, Eric/ Ranger, Terence (1989): The Invention of Tradition. Cambridge, S. 58f.

Antibräuche richten sich gegen solche Bräuche und zeigen unterschiedliche Auffassungen in der Gesellschaft an.²

Bräuche geben Arten der Kommunikation bzw. Distinktion³ vor. Bräuche haben ihren Ursprung oft aus Perspektiven der Rechtsgeschichte, Rechtssprechung, der Wirtschaft und Religion. Die Erneuerungsbewegungen des 20. Jahrhunderts haben vergessen lassen, dass neben organisierten öffentlichen Schaubräuchen eine Fülle von Sitten und Bräuchen im Alltag existieren, die den Ausübenden selbstverständlich und unverzichtbar erscheinen und damit Ausdruck ihrer Kultur sind.

Das Weihnachtsfest ist fest in der europäischen Kultur verankert, nicht nur das Feiern mit der Familie, sondern auch die betriebliche Weihnachtsfeier ist zu einem fixen Bestandteil im weihnachtlichen Kalendarium vieler Menschen geworden – ob die Feier allerdings zur vorweihnachtlichen Feierkultur gezählt wird oder als Betriebsfeier gesehen wird, das soll diese Arbeit untersuchen.

2.2 Ritual

Unter Ritual versteht man ursprünglich den durch ein Gesetz (geschrieben oder ungeschrieben) festgelegten Vollzug eines Kultaktes. Die Gesamtheit der Riten bildet das Ritual. Im übertragenen Sinne verwenden heute die Kultur- und Sozialwissenschaften den Begriff als präzisierte Verhaltensweisen in einem Handlungsrahmen.

Auch die betriebliche Weihnachtsfeier besteht aus verschiedenen Riten. Die Ansprache der Firmenleitung zu Beginn des Festes mit den wiederkehrenden Inhalten des Dankes an die MitarbeiterInnen für die Leistungen des vergangenen Jahres und den Glückwünschen für die Familie, die Eröffnung des Buffets oder die Kommunikation mit jedem Tisch (und somit zumindest theoretisch mit allen MitarbeiterInnen) sind diese Riten, die die Feier zu einem Ganzen machen.

Ritual ist von lat. „ritus“ abgeleitet, es ist Brauch im Sinne eines präzise geformten und tradierten Verhaltensmusters.

² Vgl. Wolf, Helga Maria (2003): Österreichische Feste und Bräuche im Jahreskreis. St. Pölten/ Wien/ Linz, S. 28.

³ Vgl. Bourdieu, Pierre (1987): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt/Main, S. 158.

„Das ausgehende 20. Jahrhundert entwickelte – ausgehend von der großen Säkularisation und Differenziertheit der Gesellschaft – ein großes Bedürfnis nach neuen Ritualen für Situationen und Höhepunkte des Lebens, dem heute Agenturen, „Masters of Ceremony“ und Eventmanager nachkommen.“⁴

Derartige Agenturen veranstalten heute auch betriebliche Weihnachtsfeiern.

2.3 Tradition

Auch der Begriff „Tradition“ steht oft im engen Zusammenhang mit dem Weihnachtsfest. Der Begriff „Tradition“ zeigt eine Überlieferung, mündliche Weitergabe an. Nach dem Untergang des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation kam es in den deutschsprachigen Ländern, besonders in den fremdbeherrschten, zu einer Suche nach Traditionen und Nationalismen. Insgesamt ist das 19. Jahrhundert eine Suche nach den eigenen Wurzeln, nach mehr Authentizität und Kreativität in einer gefügig gemachten Geschichte.⁵

Im 20. Jahrhundert wurde der Begriff „Tradition“ zum Garanten von historischer Anbindung und schließlich zu einer Garantie nationaler Werte. Im letzten Viertel des 20. Jahrhunderts verlagerte sich einerseits die Verwendung in kulturpolitische Bereiche und andererseits in eine kritische Debatte in den Wissenschaften. Vielfach ersetzte „Authentizität“ als persönlichkeitswirksames Erleben den Wert historischer Anbindung. „Indem die Volkskunde Traditionen fand, erfand sie diese zum Teil auch, sie selbst wurde zur Produzentin von Traditionalität.“⁶

⁴ Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (2002 – 2005) (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. CD-ROM-Reihe, Folge 1 – 3. Salzburg, S. 36.

⁵ Vgl. ebd., S. 38.

⁶ Kaschuba, Wolfgang (2003): Einführung in die Europäische Ethnologie. München, S. 288.

3. Das Weihnachtsfest unter volkskundlichen Aspekten

Hermann Bausinger hat den Zusammenhang zwischen Geschichte und Volkskunde am Beispiel des Weihnachtsfestes untersucht. Ein ganz wesentlicher Aspekt dabei ist die Mythisierung des Weihnachtsfestes. „Es lohnt sich nicht, sich mit den expliziten und impliziten Thesen zur mythischen Verankerung des Weihnachtsfestes auseinanderzusetzen. Aber es lohnt sich, zu fragen nach den Gründen für die lange Haltbarkeit dieses Forschungsparadigmas.“⁷

Hermann Bausinger erkennt drei wesentliche Gründe:

- ❖ Die Mythisierung hatte ideologische Funktion. Jacob Grimm hat in seiner „Deutschen Mythologie“ Kritik an der Wissenschaft geübt, die sich für ihn zu sehr mit der griechischen und römischen Antike beschäftigte und die nordische Mythologie nicht beachtete.

„[...] unsre gelehrsamkeit, dem vaterland abspenstig, an pracht und ausbildung der fremde gewohnt, mit auswärtiger sprache und wissenschaft beladen, in der heimischen armselig, war bereit die mythen unserer vorzeit griechischen und römischen, als höheren, stärkeren unterzuordnen und die selbständigkeit deutscher poesie und sage zu verkennen [...]“⁸

In dieser Argumentation sieht Hermann Bausinger die Widerspiegelung des Stammbaumdenkens von Fürstenhäusern, die daraus ihre Legitimation ableiteten und die Ablehnung des Totalitätsanspruches der bürgerlichen Gesellschaft.

„Diese ideologische Funktion der Mythisierung trat nicht immer und überall mit der gleichen Deutlichkeit und Schärfe hervor; aber sie war ein wesentliches Element bei der Absicherung der letztlich eher unhistorischen als historischen Auffassung der Vergangenheit und ihrer Zeugnisse.“⁹

- ❖ Der zweite Grund für die Beständigkeit liegt für Hermann Bausinger darin, „dass sie diskutabel, etwas gewagter: richtige Elemente enthielt. In einer kaum jemals

⁷ Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 173.

⁸ Grimm, Jacob (Nachdruck 1953): Deutsche Mythologie. Tübingen, S. XLI.

⁹ Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 174.

bemerkten, verdeckten Konkurrenz zur nationalen Fixierung enthielten die entsprechenden Interpretationen ja auch Momente des Universalen.“¹⁰

- ❖ Den dritten Grund, den Hermann Bausinger anführt, ist der Aspekt, dass der wissenschaftliche Impuls sehr schnell und nachhaltig in „popularisierende und popularisierte Tendenzen“¹¹ umgesetzt wurde, die sich als Verstärker und Stabilisator von wissenschaftlich längst überholten Erkenntnissen herausstellten.

Das führt dazu, so Hermann Bausinger, dass jedes Jahr vor Weihnachten dutzende Journalisten vorstellig werden und immer die gleichen Fragen stellen, wie lange es das Weihnachtsfest schon gibt oder wie lange es den Weihnachtsbaum gibt.

Weihnachten erscheint in der Volkskunde auch als bürgerliches Familienfest. Ingeborg Weber-Kellermann hat sich mit beiden Themen beschäftigt und das Weihnachtsfest sowohl von der familiären als auch festlichen Seite betrachtet. Fest und Familie gehören zusammen. Utz Jeggle hat das Fest nicht als Weihnachten bezeichnet, sondern als ein Spiel, das „die bürgerliche Idealfamilie“¹² darstellt.

Hermann Bausinger bezeichnet Weihnachten als „ein wichtiges Tor für die politische Ideologie.“¹³ Das zeigt besonders deutlich das im Kapitel 7.1 gebrachte Beispiel der Weihnachtsfeier der deutschen Reichsbahnstelle in Berlin.

Der politische Einfluss zeigt sich an der Art der häufigsten Geschenke und der beliebtesten Weihnachtslieder ebenso wie an der Darstellung des Weihnachtsfestes von Soldaten im Ersten Weltkrieg.

Hermann Bausinger: „Die Emotionalität familiärer Zusammengehörigkeit fungierte als Basisstimmung für die militärische Bereitschaft im Dienst der nationalen Idee.“¹⁴

Die Familienweihnachtsfeier war aber nur eine abgeschwächte Version von Weihnachtsfeiern früherer Jahrhunderte. Die kirchlichen Feiern standen zwar immer im Mittelpunkt, es kam

¹⁰ Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 174.

¹¹Ebd., S. 174.

¹² Jeggle, Utz (1997): Schöne Bescherung. Spekulationen über Weihnachten. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 281.

¹³ Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 178.

¹⁴ Ebd., S. 179.

aber auch vor, dass der Klamauk nicht zu kurz kam und es sogar zu Unruhen kam. „Weihnachten war nicht zuletzt ein Fest, an dem junge Leute ihre eigenen Wege gingen und der Obrigkeit zu schaffen machten.“¹⁵ Bevor sich das Weihnachtsfest zu einer privaten Familienfeier entwickelte, wurde Weihnachten in der Öffentlichkeit gefeiert – mit Weihnachtsmärkten und Tanz.

Die Politisierung und Ideologisierung des Weihnachtsfestes – an der die Volkskunde in vielen Fällen mitbeteiligt war – hatte zur Zeit des Nationalsozialismus ihren Höhepunkt. Um 1800 kam es zur Säkularisierung des Festes, seit den 1860er-Jahren begann die Nationalisierung, mit dem Jahr 1870 die Militarisierung und seit der Jahrhundertwende die Paganisierung. Esther Gajek schreibt, dass „das Weihnachtsfest im Nationalsozialismus buchstäblich in Dienst genommen wurde: vom christlich geprägten Familienfest hin zu einem politischen Bekenntnis zu Führer, Vaterland, Heldentod, Mütterkult, Volksgemeinschaft und Krieg.“¹⁶

4. Entstehungsgeschichte

4.1 Kalendarium der Weihnachtszeit

„Unser Wort „Weihnachten“ scheint aus dem mittelhochdeutschen *ze den wihen nachten* – in den geweihten Nächten – entstanden und tritt das erste Mal literarisch 1170 bei dem Spruchdichter Spervogel auf, einem bayrischen Spielmann. Zunächst ist es wohl nichts anderes als die Übersetzung des lateinischen *nox sancta*. Die später allgemein gebräuchliche Pluralform sagt vielleicht etwas über das Vorhandensein einer längeren bedeutungsvollen Festzeit.“¹⁷ So erklärt Ingeborg Weber-Kellermann die Herkunft des Wortes „Weihnachten“. Paulus Cassel stellt im Jahr 1862 fest, dass das Wort „Weihnachten“ in einer

¹⁵ Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 179.

¹⁶ Gajek, Esther (1997): Nationalsozialistische Weihnacht. Die Ideologisierung eines Familienfestes durch Volkskundler. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 204.

¹⁷ Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit. Luzern/ Frankfurt am Main, S. 14.

althochdeutschen Urkunde noch nicht gefunden wurde, „wenn es auch offenbar alt ist.“¹⁸ Das hohe Alter des Wortes „Weihnachten“ lässt sich nach Paulus Cassel daraus erkennen, „dass es durch Benennung des Festes, nicht durch römisch-kirchliche Gebräuche beeinflusst worden ist“¹⁹, was bei anderen Festen durchaus den Normalfall darstellt.

Die betriebliche Weihnachtsfeier eines Unternehmens findet – man möchte traditionell sagen – im Dezember des Jahres statt und ist damit in das Kalendarium der Weihnachtszeit eingebettet. Ein kurzer Überblick über die Entstehungsgeschichte des Festes soll zeigen, ob neben dem religiösen Weihnachtsfest bereits Ansätze von betrieblichen Feiern zu erkennen sind.

Am Beginn des Christentums gab es das sogenannte Passah-Fest, das ein Erinnerungsfest an das Christi Abendmahl darstellt. Es kam zur Errechnung einer Vielzahl von Terminen für die Christgeburt. „Man errechnete den 28. März, den 2. oder 19. April, den 20. Mai, aber auch den 8. und den 18. November.“²⁰

Diese Idee von neuen Festen als Gedenktagen wurde vor allem von den Gnostikern verbreitet, einer religiös philosophisch-sozialen Bewegung im Mittelmeerraum. Das Christentum war aber für lange Zeit im Mittelmeerraum nur eine von vielen Religionen. Erst als das Römische Reich das Christentum zur Staatsreligion erhoben hat, ist der Termin von Christi Geburt in den Vordergrund getreten. Die religiösen Aspekte standen im Mittelpunkt des Festes.

Dennoch dominierte im Römischen Reich weiterhin der vorderasiatische Mithras-Kult, der ursprünglich die Verehrung eines indischen Lichtgottes darstellte. Diese Gottesverehrung wurde vor allem von den Soldaten gefeiert, die am 25. Dezember mit ausgedehnten Tempelfeiern den Sonnengott ehrten. Langsam kam es zur Christianisierung dieses Festes und „der Sonnengott wurde gewissermaßen umfunktioniert zum Christengott.“²¹

Eine Feier unter Soldaten des Römischen Reiches, die ihre Tätigkeit als Beruf ausübten, lässt sich aber schon im Ansatz als Feier bezeichnen, deren Ausrichtung sich nicht mehr komplett auf religiöse Inhalte konzentriert.

¹⁸ Cassel, Paulus (1862): *Weihnachten. Ursprünge, Bräuche und Aberglauben. Ein Beitrag zur Geschichte der christlichen Kirche und des deutschen Volkes.* Wiesbaden, S. 128.

¹⁹ Ebd., S. 128.

²⁰ Ebd., S. 10.

²¹ Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): *Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit.* Luzern/ Frankfurt am Main, S. 12.

Das erste glaubwürdig belegbare Weihnachtsfest datiert Hans Förster im Jahr 362, als Optatus, der Bischof von Mileve in Nordafrika, eine Weihnachtspredigt hält über die Geburt Jesu und den Kindermord durch König Herodes. Auch die Anbetung durch die drei Weisen aus dem Morgenland schildert er ausführlich.²²

Im deutschen Raum wurde erst im Jahr 813 die Christgeburtstagsfeier zum allgemeinen Feiertag erklärt. In den folgenden Jahrhunderten sind dann Krippenspiele sehr populär geworden, wodurch es zu einer Verbreitung des Festes gekommen ist.

Die Weihnachtsfeiertage im heutigen Sinn haben jedoch über die kirchliche Bindung hinaus bis in das 14. Jahrhundert keine Bedeutung erlangt. Da der Schwerpunkt der wirtschaftlichen Tätigkeit im Bereich des Handwerkes lag, kann auch kein Zusammenhang zwischen religiöser und betrieblicher Weihnachtsfeier hergestellt werden.

Erst mit der zunehmenden Industrialisierung im 18. und 19. Jahrhundert und der damit verbundenen Entwicklung von industriellen Strukturen sowie durch das Entstehen der Arbeiterschaft hat auch die betriebliche Weihnachtsfeier ihre Bedeutung gewonnen. Gleichzeitig hat sich auch das Weihnachtsfest in der heutigen Form entwickelt.

Im Rahmen des Wiener Kongresses sind viele Adelige nach Wien gekommen, die für die „Innovation des Christbaumes- und Christkindbrauches“²³ angesehen werden. Das Weihnachtsfest lag im Zeitgeist. Nach Kaiser Joseph II herrschte in Österreich ein strenger Überwachungsstaat unter Clemens Wenzel Metternich, der alle öffentlichen Veranstaltungen kontrollieren und zensurieren ließ. Es war somit verständlich, dass man sich im Freundeskreis in die Häuslichkeit zurückzog und sich der neuen Feierkultur widmete. Der mit vielen Kerzen geschmückte Weihnachtsbaum wurde erst in den 1830er-Jahren durch die industrielle Produktion der Kerzen für breite Bevölkerungsschichten erschwinglich. Die Zeit der Romantik war auch geprägt vom Wunsch zum „Zurück zur Natur, zurück zur Kindheit“ und das Weihnachtsfest war eines von vielen Indikatoren für dieses Zeitphänomen. Auch die Volksmärchen der Gebrüder Grimm sind in dieser Zeitspanne entstanden. Für Helga Maria Wolf ist Weihnachten daher „eine Welt der Geborgenheit, voller Zuwendung und Begegnung. So, wie man sie aus den Kindertagen in Erinnerung hat.“²⁴

Im 21. Jahrhundert hat die betriebliche Weihnachtsfeier einen fixen Platz im weihnachtlichen Kalendarium und nähert sich im Stellenwert immer mehr an das familiäre Weihnachtsfest an.

²² Vgl. Förster, Hans (2003): Weihnachten. Eine Spurensuche. Berlin, S. 84.

²³ Wolf, Helga Maria (2005): Weihnachten. Kultur und Geschichte. Ein Kalendarium vom ersten Advent bis zum Dreikönigstag. Wien/ Köln/ Weimar, S. 12.

²⁴ Ebd., S. 15.

5. Der Stellenwert des Festes im 21. Jahrhundert

In den letzten Jahrzehnten hat sich das Weihnachtsfest in vielen Familien grundsätzlich verändert. Ingeborg Weber-Kellermann hat im Jahr 1978 dazu einige Gedanken festgehalten, die 30 Jahre später mehr denn je aktuell sind. Sie meint, dass der theologische Grundgedanke des Festes der Friede auf Erden sei, „aber gerade an dieser christlichen Parole reibt sich die Kritik der Nachkriegsgeneration, die den satten Haus- und Heimatfrieden als einen faulen Frieden entlarvt angesichts des großen Unheils und der krassen Armut an so vielen Stellen der Welt.“²⁵

Vor allem die Familie und die Dorfgemeinschaft hat als Träger des Weihnachtsfestes ihre Bedeutung verloren. „Gerade die Familie als Weihnachtsort mit all ihren sentimental Zwängen, Harmonie-Verpflichtungen und starrem Fest-Programm ist oftmals Anlass für Unlust und Aggressionen.“²⁶

Ingeborg Weber-Kellermann stellt aber auch fest, dass Traditionen nicht ewig auf demselben Stand verharren und sich nicht wandeln – das betrifft genauso das Weihnachtsfest. „Jede Generation soll sich ihre Feste nach ihren Bedürfnissen gestalten und die Weihnachtszeit betrachten als Freiraum für Güte und Freundschaft – und für den spielenden Menschen im Rhythmus des Jahres.“²⁷

Konrad Köstlin bezeichnet die Vorweihnachtszeit des 21. Jahrhunderts als neue Jahreszeit. Aus der vierwöchigen Adventzeit sei das „Weihnachtsquartal“²⁸ geworden. „Auf den ersten Blick sind auch nicht alle Zeichen weihnachtlich. Da klappern wieder die Sammelbüchsen, mit denen vor allem Schulkinder für allerlei gute Zwecke auf die Straße geschickt werden.“²⁹

Das Quartal der Weihnachtszeit ist aber auch ein Quartal der Geselligkeit. An jeder freien Ecke in den Fußgängerzonen der Städte werden Punschhütten aufgestellt, an denen für wohltätige Zwecke süßliche alkoholische Getränke ausgeschenkt werden, deren Zusammensetzung oft nicht nachvollziehbar ist. Mittlerweile hat sich die Beliebtheit von

²⁵ Wolf, Helga Maria (2005): Weihnachten. Kultur und Geschichte. Ein Kalendarium vom ersten Advent bis zum Dreikönigstag. Wien/ Köln/ Weimar, S. 15.

²⁶ Ebd., S. 15.

²⁷ Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit. Luzern/ Frankfurt am Main, S. 15.

²⁸ Köstlin, Konrad (2002): Das Weihnachtsquartal – eine neue Jahreszeit. In: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. Im Winter und zur Weihnachtszeit. CD-ROM-Reihe, Folge 1. Salzburg.

²⁹ Ebd.

Weihnachtsmärkten so ausgebreitet, dass jedes Dorf einen Weihnachtsmarkt veranstalten muss, um nicht das Ansehen zu verlieren. Konrad Köstlin bezeichnet diese Zeit auch als Quartal der Geselligkeit, weil es „die Zeit der Weihnachtsfeiern in Vereinen und Betrieben ist, deren Termine bereits im November beginnen und sich dann im Dezember heftig drängen.“³⁰

6. Unternehmens- und Organisationskulturen (kurzer Überblick mit Schwerpunkt betriebliche Feierkultur)

Kultur leitet sich von lat. „colere“ = pflegen, bearbeiten, verfeinern ab. „Während im Gegensatz dazu der Kult oder Kultus die religionsgeschichtlich festgesetzte und geordnete Form des menschlichen Umgangs mit dem Heiligen und Göttlichen ist, ist unter Kultur die Gesamtheit der geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leitvorstellungen und Leistungen sowie Lebensbedingungen einer Bevölkerung in einem regional, historisch und zeitlich abgrenzbaren Raum als Ausdruck menschlicher Entwicklung zu verstehen.“³¹

Helge Gerndt bezeichnet die Kultur als einen historisch konstituierten und konkret sozialisierten Bezugs- und Reflexionsrahmen, durch den Menschen ihre Umwelt wahrnehmen, gestalten und bewerten.³²

„Kulturräume stellen kulturell (und meist auch politisch und/oder territorial) relativ geschlossene und relativ einheitliche Gebiete dar, in denen eine verbindende Kultur vorherrscht. Je geschlossener ein solcher Kulturraum ist, desto stärker sind in ihm die Lebensvorgaben (Systeme von Werten und Symbolen) für einzelne Individuen und Gruppen.“³³ Die betriebliche Weihnachtsfeier stellt in diesem Kontext einen länderübergreifenden Brauch dar, der in vielen verschiedenen Kulturräumen zum Tragen kommt.

³⁰ Köstlin, Konrad (2002): Das Weihnachtsquartal – eine neue Jahreszeit. In: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. Im Winter und zur Weihnachtszeit. CD-ROM-Reihe, Folge 1. Salzburg.

³¹ Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (2002 – 2005) (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. CD-ROM-Reihe, Folge 1 – 3. Salzburg, S. 34.

³² Vgl. Gerndt, Helge (1986): Kultur als Forschungsfeld. Über volkskundliches Denken und Arbeiten. Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 5. München, S. 34.

³³ Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (2002 – 2005) (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. CD-ROM-Reihe, Folge 1 – 3. Salzburg, S. 35.

Die Entwicklung anderer, eigenständiger Lebenskonzepte kann dadurch erschwert werden. Moderne Kulturwissenschaften nehmen daher die geschichtliche Bedingtheit, Relativität und Wandelbarkeit von Kultur als Selbstverständlichkeit und begegnen damit Ethnozentrismen. Das Verlassen der eigenen Kultur, ermöglicht Toleranz, Akkulturation und friedliches Zusammenleben. „Kultur wird daher heute als Handlungsrahmen verstanden. Sie ist ein Struktursystem kulturellen Denkens und Handelns, das vom jeweiligen Weltbild mit seinen Hintergründen ein strukturiertes Gefüge aus unterschiedlichen Normen, Handlungsanleitungen, Ritualen und Bräuchen erzeugt, das in sich geschlossen ist und auch nur aus sich heraus ersichtlich und erklärbar wird.“³⁴

Der Begriff „Kultur“ ist sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch als auch in der Wissenschaft auf unterschiedlicher Weise in Verwendung. Beim Begriff der „Kultur“ handelt es sich „um eine wichtige Leitvokabel der theoretischen Eigendeutungen“³⁵, auch für die Kulturwissenschaft Volkskunde.

Sehr oft wird Kultur mit dem verbunden, was höhere SchülerInnen in der Oberstufe aus „dem Bereich des Erhabenen und Schönen“³⁶ lernen und in ihrer Freizeit tun (müssen). Kultur ist aber mehr als eine Oberflächlichkeit – Kultur ist als soziales Erbe zu verstehen, dass über dem Alltag liegt. Kultur ist nach Georg Korff keine statische Größe, sondern ein Produkt des Verhältnisses zwischen Kultur und Alltag. „Kultur ist danach ein Prozess, den der Mensch ebenso vermittelt, wie der Mensch dadurch vermittelt wird.“³⁷

Die Alltagskultur des täglichen Lebens steht auch im Einfluss des „Basis-Überbau-Modells“³⁸, einer forschungsstrategischen Überlegung, die auf historisch-empirische Detailanalysen ausgerichtet ist. Die Alltagskultur ist ein Funktionsgefüge, das seine spezielle Vorgeschichte hat.

Helene und Mathias Karmasin vergleichen die Kultur mit unserem monetären System. Wir müssen bestimmte Spielregeln befolgen, zum Beispiel Geld innerhalb der Grenzen seiner Gültigkeit annehmen, wenn wir Geld als Zahlungsmittel beibehalten wollen. „Kultur ist nichts anderes: Sie ist ein System, das als ein Set von Regeln und Annahmen unserem Verhalten in sozialer Hinsicht zugrunde liegt und das vom Einzelnen nicht willkürlich verändert werden

³⁴ Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (2002 – 2005) (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. CD-ROM-Reihe, Folge 1 – 3. Salzburg, S. 35.

³⁵ Korff, Gottfried (1993): Kultur. In: Bausinger, Hermann/ Jeggle, Utz/ Korff, Gottfried/ Scharfe, Martin (Hg.): Grundzüge der Volkskunde. Darmstadt, S. 17.

³⁶ Ebd., S. 18.

³⁷ Ebd., S. 18.

³⁸ Ebd., S. 79.

kann, es ist auch ein Regelsatz, der nicht voll bewusst ist, da seine Besonderheit eben darin besteht, das als normal, natürlich und richtig erscheinen zu lassen, was diese Kultur so festsetzt.“³⁹

6.1 Unternehmens- und Organisationskulturansätze

6.1.1 Charakteristika von Unternehmens- und Organisationskulturen

Unternehmen stellen für die Wirtschaftswissenschaften eine Form von Organisation dar. Im wissenschaftlichen Diskurs sind zwei Ansätze von Organisationskultur zu unterscheiden: der funktionalistische Organisationskulturansatz geht davon aus, dass Organisationen eine Kultur *haben*. „Die produzierte Kultur ist dabei als Konglomerat von spezifischen, unverwechselbaren Verhaltensdispositionen und -mustern der Organisationsmitglieder zu verstehen. Diese finden ihren sichtbaren Ausdruck in einem cultural network, das als Inbegriff der unternehmensspezifischen Symbole gilt.“⁴⁰ Dieser Ansatz soll einen Beitrag zur Reduktion des organisatorischen Koordinationsbedarfes darstellen, soll eine motivierende Auswirkung auf das Identitätsgefühl der Organisationsmitglieder haben und soll auch einen Beitrag zur Sinnschaffung für die Organisationsmitglieder bringen.⁴¹

Für die Führungskräfte der Organisation bedeutet dieser Ansatz, dass „neben formalen und informalen Steuerungs- und Kontrollfunktionen auch unternehmungskulturelle Symbole, wie z.B. organisationale Geschichten, Legenden, Riten, Rituale, Anekdoten und Zeremonien zur zielorientierten Verhaltenssteuerung der MitarbeiterInnen einzusetzen“⁴² sind.

Der interpretative Ansatz der Organisationskultur zielt darauf ab, dass „Symbole bzw. symbolisches Handeln von Individuen als zentrales Mittel der Sinnschaffung“⁴³ begriffen wird. Es geht dabei nicht um die funktionalen Symbole im Hinblick auf ein übergeordnetes, reales System „Organisation“, sondern um ein Verständnis der Prozesse, die zu einer

³⁹ Karmasin, Helene/ Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien, S.16.

⁴⁰ Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 100.

⁴¹ Vgl. ebd., S. 101.

⁴² Ebd., S. 101.

⁴³ Ebd., S. 101.

gemeinsamen Interpretation von Situationen führen, wobei hier der Weg vom Objektivismus wegführt und zum Subjektivismus neigt.⁴⁴ Die Wirklichkeit kann bei diesem Organisationsansatz vom Management nicht einseitig vorgegeben werden, sondern ist ein Ergebnis von Deutung, Interpretation, Gestaltung und Aushandlung. Allerdings muss einschränkend angemerkt werden, dass die Deutungen von mächtigen und in der Hierarchie hochstehenden MitarbeiterInnen eher eine Chance haben, Realität zu werden, als die von Rangniedrigeren.

Helene und Matthias Karmasin bezeichnen Unternehmenskultur als eine heterogene Menge von Gegebenheiten. Dazu gehören der Führungsstil, das Verhalten von MitarbeiterInnen gegenüber KundInnen, der optisch und zeichenhaft geprägte Auftritt – als Corporate Design bezeichnet – die Selbstdefinition, die Verpflichtung auf das explizit formulierte Wertesystem und die Unternehmensphilosophie.⁴⁵

Der Begriff der „Unternehmenskultur“ findet sich neben wirtschaftswissenschaftlichen Arbeiten auch in volkswissenschaftlichen Publikationen. Die Definition des Begriffes im kulturwissenschaftlichen Sinn unterscheidet sich aber von der wirtschaftswissenschaftlichen Beschreibung. „Unternehmenskultur ist aus der Sicht der Kulturwissenschaften nur als ein lockerer Verständigungsbegriff anzusehen, der zunächst nicht mehr und nicht weniger besagt, als dass ein Wirtschaftsunternehmen ein Feld ist, in dem kulturelle Phänomene zu beobachten sind.“⁴⁶ Irene Götz versteht unter dem Begriff weiters „ganz allgemein gruppengebundene Werte und Normen, Einstellungen und Haltungen, die *erstens* aus der Auseinandersetzung der Menschen mit der internen und externen betrieblichen Welt entstehen, die *zweitens* die Wahrnehmungen und Handlungen der Unternehmensangehörigen prägen, *drittens* in symbolischer Form existieren und *viertens* als betriebliche Traditionen weitervermittelt werden [...]“⁴⁷ Diese Definition zeigt aber auch Verknüpfungen zur Wirtschaftswissenschaft auf, sowohl Helmut Kasper/ Jürgen Mühlbacher als auch Irene Götz sprechen zum Beispiel die Symbolik von Werten und Einstellungen an oder sehen Traditionen und Legenden als Teil der Unternehmenskultur.

⁴⁴ Vgl. Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 101.

⁴⁵ Vgl. Karmasin, Helene/ Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien, S. 159.

⁴⁶ Götz, Irene (1997): Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 40.

⁴⁷ Ebd., S. 41.

Irene Götz zieht auch noch eine hierarchische Trennungslinie in den Begriff ein: sie unterscheidet Unternehmenskultur *von oben* – aus Sicht der Unternehmensführung – und *von unten* – aus der Sicht der Angestellten und ArbeiterInnen. Darüber hinaus sieht Irene Götz weitere Perspektiven der Unternehmenskultur in der offiziellen, offenliegenden und in der inoffiziellen, verdeckten Kultur.

„Kultur soll hier nicht [...] als Konglomerat aus isolierten Kulturelementen [...] aufgefasst werden, sondern als ein komplexes Bedeutungsgewebe, in dem einzelne Bestandteile nur aus ihrer Vernetzung mit dem Ganzen verstanden werden können.“⁴⁸

*Der wirtschaftswissenschaftliche Begriff der Organisationskultur weist nach Helmut Kasper und Jürgen Mühlbacher zehn dominante Merkmale auf:*⁴⁹

- ❖ Organisationskultur ist sozial, denn Kultur ist nicht die Tat eines Einzelnen, sondern vieler – somit als soziales Phänomen anzusehen.
- ❖ Organisationskultur ist verhaltenssteuernd, da Kultur die Modalitäten des sozialen Lebens entscheidend bestimmt. „Die Verhaltenssteuerung durch die Kultur geschieht, ohne dass der Einzelne ein Verständnis dieser Kultur besitzen muss.“⁵⁰
- ❖ Organisationskultur ist menschengeschaffen und das Produkt von kollektivem, gesellschaftlichem und individuellem Handeln.
- ❖ Organisationskultur ist allgemein akzeptiert, weil kulturelle Dinge als selbstverständlich angesehen und gelebt werden. „Akzeptanz bedeutet demnach, dass kulturelle Werte gelebt werden, was sowohl bewusste als auch unbewusste Aspekte inkludiert.“⁵¹
- ❖ Organisationskultur ist tradiert, das bedeutet, dass die Organisationskultur das soziale Erbe eines Unternehmens ist, die Summe der von Generation zu Generation weitergegebenen Überzeugungen, Verhaltensweisen und Verhaltensregeln.

⁴⁸ Götz, Irene (1997): Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 41.

⁴⁹ Vgl. Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 102f.

⁵⁰ Ebd., S. 103.

⁵¹ Ebd., S. 103.

- ❖ Organisationskultur ist erforschbar, sie wird erfahrbar und erlernbar, weil die Menschen die Fähigkeit der Symbolbildung haben. Da die Bereitschaft zur Kulturübernahme von Individuum zu Individuum jedoch verschieden ist, spielen die Organisationsmitglieder eine große Rolle bei der Gestaltung der Organisationskultur.
- ❖ Organisationskultur istentwicklungsfähig und veränderbar. „Nur in dem Umfang, in dem sie für Problemlösungen geeignet sind, haben kulturelle Inhalte und Formen langfristig Überlebenschancen.“⁵²
- ❖ Organisationskultur ist bewusst und unbewusst. Aus den oben angeführten Punkten geht hervor, dass Kultur aus kognitiven und evaluativen Aspekten besteht. „Organisationskulturen richten sich auf Werte und Normen, die Verhalten prägen sowie kognitiv auf das Wissen um bewährte Problemlösungen, die Verfahren des Handelns bestimmen. Eine Systemkultur ist daher [...] in den Köpfen und Herzen der Systemmitglieder bewusst und unbewusst verankert.“⁵³
- ❖ Organisationskultur ist nicht direkt fassbar, sie ist unwägbare, unfassbar, aber durchdringend. Es ist daher nicht möglich, eine Organisationskultur im naturwissenschaftlichen Sinne zu analysieren, sondern man muss sie auf indirekten Weg betrachten und ihre Symbole interpretieren. „Die Tatsache, dass Kultur nicht direkt greifbar ist, hat unmittelbare Auswirkungen auf die Methoden, mit denen Kultur bzw. das Ungreifbare sozusagen dingfest gemacht werden kann.“⁵⁴
- ❖ Organisationskultur kann als Ergebnis (Organisation HAT Kultur), als Prozess (Organisation IST Kultur) oder als Ergebnis und Prozess (Organisation HAT und IST Kultur) gesehen werden. Diese Bezeichnungen zeigen den politischen Diskurs. „Kultur als Ergebnis und Prozess formt einerseits das menschliche Miteinander und ist andererseits auch Ergebnis der damit verbundenen Interaktion.“⁵⁵

⁵² Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 104.

⁵³ Ebd., S. 102f.

⁵⁴ Ebd., S. 105.

⁵⁵ Ebd., S. 105.

Helene und Matthias Karmasin beschreiben vier unterschiedliche Firmenkulturen, die aber einander bedingen und durch ein fruchtbares Nebeneinander Aufgaben erfüllen, die die anderen Kulturen nicht zu erfüllen bereit sind.

Die Kultur der Bürokratie ist typisch für das hierarchisch organisierte Unternehmen, die Kultur des Oligopols findet man im individualistischen Unternehmen, die Kultur der Abgrenzung in egalitär ausgerichteten Unternehmen und die Kultur der Isolation in fatalistisch organisierten Unternehmen.⁵⁶

Ein wichtiger Begriff für die volkskundliche Definition von Unternehmenskultur ist die „betriebliche Lebenswelt“. Unter „Lebenswelt“ versteht man die Alltagspraxis, durch die Ergänzung des Betrieblichen wird der Begriff ausgeweitet auf die Praxis im betrieblichen Alltag. Die ArbeitnehmerInnen eines Unternehmens bewegen sich in diesem betrieblichen Alltag und sind somit die „Schnittstelle der kulturellen Dynamik, die sich aus der Vernetzung von gesellschaftlichem Kontext, betrieblicher subkultureller Muster und individueller Interpretations- und Handlungsweisen ergibt.“⁵⁷

Die Lebenswelt und das betriebswirtschaftliche System – die Organisation – eines Unternehmens bedingen sich wechselseitig und sind zusammen die Alltagspraxis eines Betriebes und somit die Kultur eines Betriebes.

Der Begriff „Unternehmenskultur“ wurde jedoch mit der Kultur der Unternehmer in Verbindung gebracht.

Die Kulturwissenschaft prägte daher den Begriff der „Belegschaftskultur.“ Damit sollte eine Gegenkultur geschaffen werden, die sich nicht auf die Organisation bezieht, sondern auf die Organisationsmitglieder. Andreas Wittel und Eva Hesslinger untersuchten beide Begriffe in einem Forschungsprojekt mit dem Titel „Unternehmenskultur und Belegschaftskultur“⁵⁸, allerdings mussten sie erkennen, dass eine starre Trennung nicht mehr möglich ist, da MitarbeiterInnen unternehmerisch zu denken lernen und Manager mit Konsequenzen rechnen müssen, wenn sie Zielvereinbarungen nicht erreichen.

⁵⁶ Vgl. Karmasin, Helene/ Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien, S.163ff.

⁵⁷ Götz, Irene (1997): Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 43.

⁵⁸ Hesslinger, Eva/ Wittel, Andreas (1991): Plakatierte Kultur. Über Firmenideologien und deren Rezeptionsweisen. In: Soziale Welt 46/ 2, S. 154ff.

Die Lösung dieser Unmöglichkeit der Abgrenzung fand Andreas Wittel durch die Verwendung des Wortes „Firmenideologie“ statt „Unternehmenskultur“ und „Kultur der Organisationsmitglieder“ statt „Belegschaftskultur“.⁵⁹

Die Weiterentwicklung des wissenschaftlichen Ansatzes der Belegschaftskultur liegt im Konzept, das Innenleben einer Organisation zum Ausgangspunkt theoretischer Überlegungen über Organisationskulturen zu machen. „Entsprechend lässt sich eine Theorie des Innenlebens nicht allein auf die Analyse organisationsinterner Faktoren beschränken. Sie öffnet die Organisation von innen heraus für die Gesellschaft. [...] Eine Theorie des Innenlebens der Organisation sollte daher die Fragen nach Macht und Gegenmacht stellen, ohne die Theorie mit der Frage nach Macht und Gegenmacht gleichzusetzen oder die Antworten auf diese Fragen in der Konstruktion der Theorie schon vorwegzunehmen.“⁶⁰

6.2 Äußerungsformen

6.2.1 Symbole

Symbole und Zeichen sind der einfachste Zugang zur Unternehmenskultur, da sie sichtbar sind. Was versteht man unter dem Begriff der „kulturellen Symbole“? Helmut Kasper und Jürgen Mühlbacher betrachten Symbole als Zeichen mit Bedeutungsinhalten, die komplexe Kommunikationsinhalte vermitteln. Symbole müssen immer definiert werden, sie werden im Alltag aktiv durch Definition und passiv als Deutungsdruck verarbeitet. Die Medien der symbolischen Vermittlung lassen sich in drei Arten einteilen,⁶¹ die in der neueren wissenschaftlichen Literatur noch um die Dimension der Zeit ergänzt wird.

⁵⁹ Wittel, Andreas (1997): Belegschaftskultur im Schatten der Firmenideologie. Eine ethnographische Fallstudie. Berlin, S. 130ff.

⁶⁰ Bachmann, Götz (2000): Der Belegschaftskultur-Ansatz und die Links-Volkskunde. Ein Blick zurück nach vorn. In: Götz, Irene/ Wittel, Andreas (Hg.): Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 51f.

⁶¹ Vgl. Karmasin, Helene/ Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien, S. 109.

| | |
|---------------------------------|---|
| Sprachliche Medien | Mythen, Anekdoten, Slogans, Mottos, Leitsätze, Geschichten, Parabeln, Legenden, Sagen, Märchen, Grundsätze, Jargons, Lieder, Hymnen, Sprachregelungen |
| Interaktionale Medien | Riten, Rituale, Zeremonien, Tabus, Feiern, Festessen, Jubiläen, Konferenzen, Tagungen, Vorstandsbesuche, Beförderungen, Degradierungen, Entlassungen, Pensionierungen, Sponsionen, Promotionen |
| Objektivierte Medien | Statussymbole, Architektur und Design, Abzeichen, Embleme, Geschenke, Fahnen, Preise, Urkunden, Incentive-Reisen, Idole, Totems, Fetische, Kleidung, äußere Erscheinung, Broschüren, Werkszeitung |
| Sozial konstruierte Zeit | Zeitpläne, Abgabetermine (Deadlines), Zeitfenster für verschiedene Aufgaben, Pünktlichkeitsmessungen (Stechuhr) |

6.2.1.1 Sprache

6.2.1.1.1 Mythen

Organisationsmythen haben den Zweck, „gegenwärtige und künftige Verhaltensweisen und Handlungen zu bewahren, zu leiten und im Nachhinein samt ihren Konsequenzen zu legitimieren. Mythen halten das Wertsystem einer Organisation aufrecht, indem sie es verschleiern.“⁶²

⁶² Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 110.

Mythen haben die Funktion von Wahrnehmungsfiltern, um alternative Betrachtungsweisen auszuschalten. Wichtig ist auch die Steuerungswirkung der Mythen – diese erfolgt nicht über die Führung oder Sachzwänge, sondern über die „Herzen und Köpfe.“⁶³

6.2.1.1.2 Anekdoten

Anekdoten sind Erzählungen über Handlungen und Aussprüche meist hochrangiger Manager, deren Wert für die Organisation als hoch angesehen wird. Sie verfügen auch über einen gewissen Unterhaltungswert.

6.2.1.1.3 Slogans

Wichtige Aspekte für das Selbstverständnis einer Organisation werden oft in Form von Schlagwörtern oder Slogans ausgedrückt. Allerdings besteht die Gefahr, dass diese Leitsätze nur Worthülsen sind. Helmut Kasper und Jürgen Mühlbacher zeigen als Beispiel für diese Gefahr, dass das Wort „Problem“ im Holiday-Inn-Konzern verboten ist und anstelle dessen das Wort „Chance“ zu verwenden ist.⁶⁴ Die zweite Gefahr von Slogans besteht darin, dass diese durch Gegenslogans ins Lächerliche gezogen werden.

6.2.1.1.4 Geschichten

Für die MitarbeiterInnen bieten unternehmensspezifische Geschichten die Möglichkeit der Orientierung. Diese Geschichten verdeutlichen die traditionellen Wege der Problemlösung und zeigen die MitarbeiterInnen, welche Handlungsweisen in bestimmten Situationen erwartet werden. „Sie dienen der Vereinheitlichung des komplexen und konfliktreichen organisatorischen Prozesses und erzeugen eine bestimmte Darstellung der Wirklichkeit.“⁶⁵

⁶³ Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 110.

⁶⁴ Vgl. ebd., S. 112.

⁶⁵ Ebd., S. 113.

6.2.1.1.5 Lieder und Hymnen

Diese sinnvermittelnden sprachlichen Medien gehören zu den „Exoten“⁶⁶, jedoch ist es durchaus üblich, dass es in japanischen Unternehmen gemeinsame Rufe und Gesänge oder in US-Unternehmen sogenannte „company-songs“ gibt.

6.2.1.2 Interaktion

6.2.1.2.1 Riten

„Riten sind standardisierte Verhaltensabläufe, in denen existenzielle Fragen einer Gemeinschaft durch kollektiv reglementiertes Handeln bearbeitet oder bewältigt werden.“⁶⁷ Die Riten in einer betrieblichen Organisation haben eine Doppelfunktion: sie lösen Probleme für die Gemeinschaft und für den Einzelnen. Organisationsriten stellen Prozeduren zur Verfügung, mit denen heikle Themen bearbeitet werden können, für die es keine unstrittige sachliche Lösung geben kann, weil gegenläufige Interessen oder existenzielle Ängste bewältigt werden.⁶⁸

6.2.1.2.2 Rituale

„Formalisierte Riten – d.h. die Form wurde wichtiger als der Inhalt – werden als Rituale bezeichnet. Rituale sind demnach stilisierte, sich wiederholende soziale Aktivitäten, die durch die Benutzung von Symbolen soziale Beziehungen ausdrücken und sich auch definieren.“⁶⁹ Rituale betonen Status- und Machtsymbole, sie bestätigen und stabilisieren Strukturen und regeln und kontrollieren dabei emotionale und soziale Kräfte. Auch die Rituale haben im betrieblichen Alltag eine Doppelfunktion – sie können eine Organisationskultur stärken oder – durch „Vernebelung“⁷⁰ schwächen.

⁶⁶ Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 113.

⁶⁷ Ebd., S. 113.

⁶⁸ Vgl. ebd., S. 114.

⁶⁹ Ebd., S. 114.

⁷⁰ Ebd., S. 114.

6.2.1.2.3 Zeremonien

Zeremonien dienen dazu, emotionale Erregung in Form von Gefühlen zu zeigen. Sie sind eine Art „Konvention, drücken Bräuche und Gewohnheiten der Kultur aus und werden zu bestimmten Gelegenheiten eingesetzt.“⁷¹

Beispiele für Zeremonien sind Gründungsfeiern, Geburtstagsfeiern, Weihnachtsfeiern, Betriebsausflüge und Partys. Diese Veranstaltungen machen das Leben in Organisationen erträglicher. Sie dienen nicht nur den Zwecken der Gemeinschaftspflege oder dem Dank an bewährte MitarbeiterInnen, sondern sind auch ein Ventil für die zeitweilige Lockerung von strengen Verhaltensnormen, dem Austausch sonst tabuisierter Informationen und dem Knüpfen informeller Kontakte.

6.2.1.3 Objekte

6.2.1.3.1 Statussymbole

„Statussymbole sind objektive Gegebenheiten, die verhaltensregulierend wirken. Sie zeichnen aus, grenzen ab, motivieren, ersparen Ringkämpfe, signalisieren Positionen und Befugnisse.“⁷²

Beispiele für Statussymbole sind Titel, Möbel, Autos oder zugeordnetes Personal. Der Besitz oder die Zuschreibung von Statussymbolen hebt den Einzelnen über eine vergleichbare Gruppe hinaus. Von Bedeutung für die Kennzeichnung von Statussymbolen ist der Umstand, dass die Vergabe der Statussymbole von der Unternehmensleitung kontrolliert wird und durch Verknappung begehrenswert gemacht wird.

⁷¹ Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 115.

⁷² Ebd., S. 115.

6.3 Unternehmenskultur aus volkskundlicher und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht

Zusammenfassend ergeben sich aus dem kulturwissenschaftlichen Ansatz im Vergleich zur wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive der Unternehmenskultur einige Unterschiede: der kulturwissenschaftliche Ansatz fragt nicht danach, „ob ein Unternehmen eine Kultur hat, ob diese gut oder schlecht, passend oder unpassend, stark oder schwach ist, ob sie als Führungsinstrument geeignet ist, ob ein Unternehmen eine neue, andere oder überhaupt eine Kultur benötigt.“⁷³

Die wirtschaftswissenschaftliche Auseinandersetzung untersucht überwiegend die oben genannten Aspekte, da die Wirtschaftswissenschaften konsequenterweise dem Prinzip der Gewinnmaximierung in Unternehmen folgen sollen.

Die Kulturwissenschaft kann sich dem Thema ideologiekritisch und gleichzeitig deskriptiv nähern, da EthnografInnen nicht in das Betriebssystem eingebunden sind.

Die Kulturwissenschaft sieht ein Unternehmen als ein kulturelles System, als ein „mit Hilfe qualitativer Feldforschungsmethoden beschreibbares gesellschaftliches Subsystem, in dem Arbeitsnormen gesetzt, Berufsprofile vermittelt, Wertvorstellungen und habitualisiertes Verhalten gepflegt sowie offizielle Sinnkonstrukte [...] verbreitet werden.“⁷⁴

Die vorliegende Arbeit untersucht den kulturwissenschaftlichen Aspekt der betrieblichen Weihnachtsfeier. Aus der Auswertung der Interviews lässt sich erkennen, dass wirtschaftliche Überlegungen des Managements, aber auch der MitarbeiterInnen, immer wieder zum Vorschein kommen.

Der Inhalt der Weihnachtsansprache des Managements ist zum Beispiel hauptsächlich von wirtschaftlichen Themen geprägt, woraus erkennbar ist, dass die Trennung von kulturwissenschaftlicher und wirtschaftswissenschaftlicher Sicht im betrieblichen Alltag kaum erkennbar ist.

⁷³ Götz, Irene (2000): Unternehmensethnographie. Bemerkungen zur Debatte um Kultur(alisierung) und zur kulturwissenschaftlichen Betrachtungsperspektive. In: Götz, Irene/ Wittel, Andreas (Hg.): Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 61.

⁷⁴ Ebd., S. 61.

6.4 Bedeutung von betrieblichen Feiern

Die Bedeutung von betrieblichen Feiern für den beruflichen Alltag konzentriert sich auf die Schwerpunkte Motivation und Förderung des Gruppenverhaltens.

Die Wissenschaft geht von der grundsätzlichen Annahme aus, dass jeder Mensch motiviert ist. „Auf Grund seiner inneren Verfassung, dass heißt der verschiedenen Komponenten seines Erlebens- und Aktivitätsbündels ist er bereit, Verhaltensweisen zu zeigen, die er im Bezug darauf für sinnvoll hält.“⁷⁵

Die wissenschaftliche Erforschung von Betriebsfeiern unter kulturwissenschaftlichen Aspekten ist im deutschsprachigen Raum unterrepräsentiert.

Eva Hesslinger hat unter dem Titel „Betriebsfeiern als Spiegel des Betriebsalltags?“ zwei Weihnachtsfeiern durch teilnehmende Beobachtung untersucht, um dadurch Erkenntnisse zur Definition der Unternehmenskultur zu finden.

Sie untersucht ein „Fest der Moderne, das die Grenze zwischen Privat und Firma verwischen soll.“⁷⁶ Es handelt sich dabei um ein Fest, das von Kulturmanagern durchgeplant und organisiert wurde und es ermöglicht, dass alle betrieblichen Gruppen einbezogen werden.

Das zweite von ihr analysierte Weihnachtsfest ist ein selbstorganisiertes „traditionelles Basisfest“⁷⁷, das Belegschaftstraditionen erhalten soll und auf eine Trennung zwischen Arbeit und Firma abzielt. Die Untersuchung von Betriebsfeiern ist für Eva Hesslinger zweckmäßig für die Erforschung der kulturellen Umgangsformen mit betrieblichen Strukturen, für Formen der Sozialintegration oder für belegschaftskulturelle Verhaltensweisen, sie ist aber nicht ausreichend für die Erschließung aller Aspekte einer Organisationskultur.

Betriebliche Feiern, und daher auch die betriebliche Weihnachtsfeier, fallen somit unter den Aspekt der Motivation. Viele MitarbeiterInnen erwarten sich, dass das Unternehmen Feiern organisiert, sie sehen diese Feiern als Anerkennung für ihre Leistung. Diese Anerkennung wirkt sich positiv auf das Verhalten der MitarbeiterInnen aus und hilft der Organisation

⁷⁵ Mayrhofer, Wolfgang (2002): Motivation und Arbeitsverhältnis. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 257.

⁷⁶ Hesslinger, Eva (1997): Betriebsfeiern als Spiegel des Betriebsalltags? In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 93, S. 159.

⁷⁷ Ebd., S. 159.

„Unternehmen“ zu existieren. „Zum Überleben von Organisationen ist es notwendig, dass Menschen sich entscheiden, in eine Organisation einzutreten, diese Mitgliedschaft [...] aufrechtzuerhalten, die ihnen übertragenen Aufgaben [...] auszuführen und darüber hinaus kreativ, spontan und innovativ zu handeln.“⁷⁸

Ein zweiter wichtiger Aspekt für die Bedeutung von Betriebsfeiern ist die Förderung des Gruppenverhaltens der MitarbeiterInnen. Die sozialen Kontakte innerhalb der MitarbeiterInnen-Gruppe sind eine oft genannte Erwartung an betriebliche Feiern.

Monika Heinrich gibt als einen entscheidenden Grund für die Entstehung einer Gruppe „intensive Face-to-Face-Beziehungen“⁷⁹ an.

Diese Beziehungen lassen sich idealerweise bei Betriebsfeiern anbahnen oder vertiefen. In den Gesprächen mit den MitarbeiterInnen im Rahmen dieser Arbeit hat sich der strukturelle Ablauf einer Betriebsfeier verdeutlicht.

Die MitarbeiterInnen treffen am Ort der Feier ein, es kommt zu ersten Gesprächen der Anwesenden, wenn sich die Zahl der Anwesenden vergrößert, bilden sich mehr und mehr Gruppen, die miteinander kommunizieren.

Mit Eintreffen des Managements wird die Kommunikation gestoppt – meist wegen einer Ansprache der Unternehmensleitung –, dann folgt das Essen. Während dieser Zeit ist die Kommunikation ebenfalls von untergeordneter Bedeutung, erst danach bilden sich wieder Gruppen, die sich im Gespräch besser kennenlernen und berufliche Erfahrungen austauschen.

Das wesentliche Merkmal einer Gruppe ist „jedenfalls die Möglichkeit zur unmittelbaren, direkten und intensiven Interaktion einzelner Personen über eine längere Zeit hinweg auf ein bestimmtes, gemeinsames Ziel hin.“⁸⁰ Damit wird ausgedrückt, dass die Kommunikation für die Gruppe als soziales System ein wesentliches und konstituierendes Element ist.

Ein funktionierendes Gruppengefühl im betrieblichen Alltag steigert die Arbeitszufriedenheit und damit auch die Ausgeglichenheit zwischen den beiden Polen beruflicher Alltag und Freizeit.

⁷⁸ Mayrhofer, Wolfgang (2002): Motivation und Arbeitsverhältnis. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 258.

⁷⁹ Heinrich, Monika (2002): Gruppenarbeit. Theoretische Hintergründe und praktische Anwendungen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. Wien, S. 299.

⁸⁰ Ebd., S. 300.

7. Die betriebliche Weihnachtsfeier

Die betriebliche Weihnachtsfeier des 21. Jahrhunderts unterscheidet sich in vielen Punkten von den Weihnachtsfeiern der vorhergehenden Jahrhunderte. Das hat einerseits mit der industriellen Entwicklung zu tun und andererseits mit politischen Einflüssen. Diese Arbeit beschreibt in diesem Kapitel nur betriebliche Weihnachtsfeiern zwischen der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis in die 1950iger-Jahre.

Mit der industriellen Revolution im 19. Jahrhundert kam es zu einer Veränderung in der Größe und Organisationsform der Betriebe. Kleine Handwerkerbetriebe wurden zunehmend durch industriell produzierende Mittel- und Großbetriebe abgelöst. Die Führung dieser Betriebe war streng hierarchisch ausgerichtet, der Firmenpatriarch stand im Mittelpunkt und war für alle Entscheidungen in Familie und Betrieb verantwortlich.

In großen Betrieben ist immer auch die Politik ein Einflussfaktor bei Feiern. Vor allem diktatorische Regimes haben die Möglichkeit zur politischen Propaganda auch in diesem Rahmen genützt.

Einige Beispiele von historischen Weihnachtsfeiern sollen einen Einblick in die Geschichte geben.

Der Orgelbauer Franz Berger hat in den Jahren 1919 bis 1922 seine Autobiografie verfasst, in der er sich an eine betriebliche Weihnachtsfeier im Jahr 1864 erinnert hat. Er erinnert sich, dass am Heiligen Abend jeder Arbeiter eine Einladung in die Wohnung des Meisters erhalten hat. In der Wohnung gab es eine Tafel mit Weihnachtsgeschenken, die aus einem Laib Weißbrot und anderen Backwerk bestanden. Als sich alle MitarbeiterInnen versammelt hatten, hielt der Chef eine festliche Ansprache. „Dann wurde ein Weihnachtslied gesungen, welches der älteste Sohn auf dem Klavier begleitete. Hierauf nahm jeder seine mit einem Zettel versehene Gabe in Empfang und mit Dank und gegenseitigen Glückwünschen entfernte man sich. Es war eine schöne, altehrwürdige Feier.“⁸¹

Dieses Beispiel einer Weihnachtsfeier aus dem 19. Jahrhundert zeigt das Bild des Patriarchen, der für die MitarbeiterInnen ein Fest und Geschenke organisiert.

⁸¹ Berger, Franz (1993): ... hielt der Chef eine auf das Fest Bezug habende Ansprache. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 18.

Ein Beispiel für einen Firmenpatriarchen des 19. Jahrhunderts war Arthur Krupp, der im Alter von 23 Jahren die Leitung der Berndorfer Metallwaren-Fabrik in Niederösterreich übernehmen musste.

Arthur Krupp hat in den folgenden drei Jahrzehnten den wirtschaftlichen Erfolg seines Unternehmens vervierfacht und die Produktpalette des Betriebes ausgeweitet.

Arthur Krupp war aber nicht nur der erfolgreiche Unternehmer, er war auch ein „gütiger Vater“⁸², der für das soziale Wohl seiner ArbeiterInnen sorgen wollte.

Er schuf Einrichtungen, die Wohnen, Lebensmittelversorgung, Infrastruktur, Gesundheitswesen, Ausbildung, Kirche und Freizeitunterhaltung ermöglichte.

Sein Leitspruch war „Arbeit – Bildung – Friede.“⁸³ Unter diesem Motto sorgte er für seine ArbeiterInnen.

Er gründete eine Arbeiterkrankenkasse, führt eine Arbeiterunfallversicherung ein und bestellte einen Betriebsarzt. Darüber hinaus gab es eine Betriebsküche, in der die ArbeiterInnen günstig essen konnten.

Besonderen Wert legte Arthur Krupp auch auf die Bildung. Es entstanden Volksschulen, ein privates Gymnasium und die Inneneinrichtung der berühmten Berndorfer Stilklassen der Volks- und Bürgerschulen.

Um das Bildungsniveau der ArbeiterInnen zu heben, kam es zur Gründung eines Arbeiter-Fortbildungsvereines und eines Arbeitertheaters.

„Kaum ein anderer Fabrikant der Monarchie verkörperte wie Arthur Krupp den Inbegriff des Patriarchen besser. Als gütiger Vater war er auch um den inneren Frieden seiner Arbeiter bemüht.“⁸⁴

⁸² Schmieder-Haslinger, Susanne/ Schöberl, Gabriele (2007): Von Berndorf in die ganze Welt. In: krupp stadt museum BERNDORF (Hg.): Berndorfsilber. Tafeln mit Stil. Besteckkulturen von 1843 bis heute. Berndorf, S. 31.

⁸³ Ebd., S. 31.

⁸⁴ Ebd., S. 37.

7.1 Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933

Um den politischen Hintergrund der betrieblichen Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin des Jahres 1933 definieren zu können, sind zunächst einige religionsgeschichtliche Vorbemerkungen notwendig.

Die allgemein-historischen und die kirchengeschichtlichen Ereignisse, von denen das religionspolitische Geschehen im ersten Jahr der Hitler-Herrschaft bestimmt wurde, sind in vielen Untersuchungen erforscht worden. Demgegenüber ist die für die politisch-religiösen Auseinandersetzungen jener Zeit kennzeichnende Mentalität noch weitgehend unerforscht. Sie entzieht sich einer gründlichen Analyse, weil phänomengraphische Zeugnisse, in denen Realsituationen religiös-politischer Kommunikation ihren Niederschlag gefunden haben, nur in Ausnahmefällen zur Verfügung stehen.⁸⁵

Über die Weihnachtsfeier 1933 der Reichsbahndirektion existiert ein Filmdokument, das in reportageähnlicher Berichtsform große Ausschnitte von der nationalsozialistischen Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin zeigt, die zum Weihnachtsfest 1933 – „im Stil einer religiösen Großkundgebung“⁸⁶ – im Berliner Sportpalast für die Reichsbahnangehörigen aller Dienstrichtungen und deren Familien veranstaltet wurde. Der Film hat folgenden Inhalt:

„Noch vor dem Aufblenden des Anfangstitels setzt Glockenläuten ein. Dann wird das Lied „O du fröhliche ...“ gesungen, am Ende des Films das Lied „Stille Nacht, heilige Nacht ...“

Der erste Teil des Films dokumentiert die Ansprachen, die Präsident Dr.-Ing. e. h. Clemens Marx, der Stellvertretende Generaldirektor Wilhelm Kleinmann, Werksdirektor Philipp Ludwig als Veranstaltungsleiter und der Stellvertretende Gauleiter von Berlin, Staatsrat Arthur Görlitzer, aus Anlass dieser Sportpalast-Feier gehalten haben. Zwischen den Aufnahmen der Redner sind Übersichts- und Gruppenaufnahmen von Zuschauern geschnitten. Insgesamt enthält der erste Filmteil 54 Kameraeinstellungen, von denen 23 die Redner in Halbnahe-, Nah- und Großaufnahmen zeigen, und zwar dreimal Dr. Marx, fünfmal Kleinmann, zehnmal (zumeist kurz) Ludwig und fünfmal Görlitzer.

⁸⁵ Vgl. Barkhausen, H./ Reimers, K. F. (1965/66): Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933. Göttingen, S. 9.

⁸⁶ Ebd., S. 12.

Dr. Marx und Ludwig erscheinen in Zivil, Kleinmann hat die Uniform eines SA-Standardführers, Görlitzer die eines Parteibeamten angelegt.

Im zweiten Teil des Films wird ein Querschnitt aus dem Weihnachtsspiel „Im Zeichen des Kreuzes“ gezeigt, das der Verfasser, Oberspielleiter Hans Batteux, selbst einleitet. Im Verlauf des Spiels erläutert Batteux dann – sitzend, von der Seite aufgenommen – die einzelnen Auftritte.

Das Weihnachtsspiel beginnt mit Gesang und Glockenläuten und Kind; die Weisen aus dem Morgenland gruppieren sich um die Familie; ein Zug der Kreuzritter kommt; eine Gruppe Landsknechte mimt die SA mit Hakenkreuzfahne; zum Schluss die Heilige Familie, Engel und die SA-Männer. Im Hintergrund ein Weihnachtsbaum, dazu in Leuchtschrift „Ehre sei Gott in der Höhe“, „Friede auf Erden“, „und den Menschen ein Wohlgefallen.“

Einmal wird ein Hitler-Foto eingeblendet und mehrere Male ist ein Hakenkreuz aus Lichtern zu sehen.“⁸⁷

Der gesellschaftspolitische Hintergrund der gezeigten Weihnachtsfeier offenbart inhaltlich wie formal die Mentalität des Kleinbürgertums, das 1933 die Herrschaft in Deutschland angetreten hatte. Auch in den Ansprachen, die dieses Dokument überliefert, drückt sich das geistige Niveau der neuen Führungsschicht aus. An der Rede, die Reichsbahndirektor Dr. Marx auf dieser Weihnachtsfeier hielt, ist erkennbar, dass selbst ein gehobeneres Bürgertum von diesem Niveau angesteckt werden konnte. Hinzu kommt die deutliche Unsicherheit, mit der ein solcher älterer Beamter dem Phänomen des Nationalsozialismus und den Forderungen, die dieser erhob, gegenüberstand: Zögernd hebt er die Hand zum befohlenen Gruß. Er wendet in seiner Rede die geistigen Plattheiten an, von denen er meint, dass sie erwartet werden, damit er dem Geist der neuen Zeit seinen persönlichen Tribut zolle. „Die Plattheiten seiner Rede werden in dem Film, was ebenfalls einen besonderen Hinweis verdient, keineswegs durch mögliche gestalterische Eingriffe gemildert, etwa wenn er vom buntgeschmückten „Tannenbaum im Lichterglanz der flackernden Kerzen“, der „im Auslandsdeutschen tiefes Heimweh nach dem Vaterhaus“ erweckt.“⁸⁸

Ein weiteres Indiz für die Kleinbürgerlichkeit ist für die Autoren der Filmanalyse das Weihnachtsspiel „Im Zeichen des Kreuzes“, im zweiten Teil des Dokuments. „Der Dilettantismus feiert Triumphe. Verfasser und Regisseur in einer Person, lässt Hans Batteux

⁸⁷ Barkhausen, H./ Reimers, K. F. (1965/66): Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933. Göttingen, S. 13.

⁸⁸ Ebd., S. 20.

Bilder abrollen, wie man sie sonst allenfalls im Weihnachtsspiel einer Dorfschule erwarten könnte. Sein Kommentar zu dem eigenen Werk zeigt, welch primitives und verworrenes Geschichtsbild in diesem Kopf herrscht.

Es liegt in der propagandistischen Konsequenz des Films, der mit seinem Stil sichtlich als Dokument des geistigen und staatspolitischen Selbstbewusstseins der neuen Machthaber in den Wintermonaten 1933/34 gedacht war, dass er mit Glockenläuten und dem Weihnachtslied „O du fröhliche ...“ beginnt, in der Mitte den gemeinsamen Gesang des „Horst-Wessel-Liedes“ („Die Fahne hoch ...“) bringt und mit „Stille Nacht, heilige Nacht ...“ und Glockenläuten endet.“⁸⁹

Dieses ausführlich geschilderte Beispiel zeigt die Ideologisierung der betrieblichen Weihnachtsfeier, die vor allem von politischen Diktaturen als Mittel der Verbreitung ihrer Ideologie verwendet wurde. In der ehemaligen DDR wurde versucht, Weihnachten so weit wie möglich aus dem Alltag fernzuhalten. Im Dezember feierte man den Geburtstag Stalins, die Gründung der „Jungen Pioniere“ oder die Gründung der UdSSR. Bei Weihnachtsfeiern für Kinder trat der Weihnachtsmann als „Symbol der Völkerfreundschaft und als ein Friedensbote“⁹⁰ auf. Bei Weihnachtsveranstaltungen standen die politisch besetzten Schlagworte „Friedenspolitik, Sozialismus, Freude“ im Mittelpunkt. Die betrieblichen Weihnachtsfeiern wurden von den sogenannten „Brigaden“ organisiert, als „Jahresabschlussfeier“ bezeichnet und dienten der Förderung des sozialistischen Kollektivs.⁹¹

Im Vergleich zu diesen politisch inszenierten Feiern schildert Josef Berkmann die Weihnachtsfeier einer Handelsfirma im Jahr 1939. „Der Chef hatte für die Gefolgschaft eine Weihnachtsfeier im Grünen Kranz veranstaltet. Ich habe fast einen Liter Wein getrunken, eine Menge Schinken und Brot gegessen, Torten und Kaffee vertilgt.“⁹² Weiter erinnert er sich, dass er sich danach schrecklich gelangweilt hat und erst um halb zwei ins Bett gekommen ist. Bei dieser Beschreibung einer Weihnachtsfeier gibt es keinen Hinweis auf politische Einflüsse. Es ist auch als Unterschied zur Weihnachtsfeier aus dem Jahr 1864 festzustellen, dass als Ort der Veranstaltung ein Lokal ausgewählt wurde.

⁸⁹ Barkhausen, H./ Reimers, K. F. (1965/66): Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933. Göttingen, S. 21.

⁹⁰ Lorenz, Christa (1997): Friede, Freude, Völkerfreundschaft. Weihnachten in der DDR. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 259.

⁹¹ Vgl. ebd., S. 268.

⁹² Berkmann, Josef (1993): Zu Hause ein paar Tage den großen Bruder spielen. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 75.

Es gab große Unterschiede, wie Arbeitgeber Weihnachten mit ihren MitarbeiterInnen feierten. Maria Schuster erinnert sich, dass sie im Dienst bei Bauern nur eine Milchsuppe bekam, während sie bei einer Arbeitsstelle in einem Gasthof am Attersee ein reichhaltiges und gutes Abendessen serviert bekam und es „zwischen Chefleuten und Angestellten“⁹³ keinen Unterschied gab.

Weihnachten ist für viele Menschen aber auch ein Tag der Arbeit. Hans Stejskal hat in einer Stahlhütte gearbeitet, wo der Betrieb jeden Tag im gleichen Rhythmus abgelaufen ist. „Die ganze Ofenumgebung wurde in einen rotglühenden Flammenschein getaucht. Durch den verbrannten Kohlenstoff leuchteten millionfach verglühende Sternchen auf. Für einen flüchtigen Augenblick sah ich die Sternspritzer meiner Kindheit ...“⁹⁴

8. Das Unternehmen

Der Unternehmensgegenstand des untersuchten Unternehmens liegt in der Entwicklung, der Vermietung und dem Verkauf von Immobilien in ganz Europa mit Schwerpunkt auf die Länder in Zentral- und Osteuropa (CEE-Staaten). Damit bringt das Unternehmen Erfahrungen aus ihrer mittlerweile mehr als 130-jährigen Firmengeschichte in den Bereichen Immobilien-Entwicklung und -Beratung sowie als Bauträger und Generalunternehmer in vielen verschiedenen Ländern ein.

Professionelle Investoren, die für ihre Immobilien-Aktivitäten die Vorzüge eines einzigen Ansprechpartners für unterschiedliche Fragestellungen und Regionen schätzen, bauen ganz klar auf das Unternehmen.

Das Vertrauen der Aktionäre auf die Sicherheit von Immobilieninvestments beruht auf den „realen Werten“, die hinter einer solchen Veranlagung stehen. Die Unternehmensphilosophie des Unternehmens trägt diesem Vertrauen in hohem Maße Rechnung. Die Streuung des Engagements auf unterschiedliche europäische Märkte und Sektoren gewährleistet die

⁹³ Schuster, Maria (1993): „Lichte Mett'n, finstere Stad'l“ In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 91.

⁹⁴ Stejskal, Heinz (1993): Weihnachten beim Hochofen. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 91.

Minimierung des Unternehmensrisikos. Damit kann das Unternehmen Dank fundierter Marktkenntnisse den optimalen Verwertungszeitpunkt ihrer Liegenschaften eruieren.

Unterschiedliche Positionen in der Wertschöpfungskette, zum Beispiel Projektentwickler, Vermieter oder Objektmanager, sichern dem Unternehmen flexible Reaktionsmöglichkeiten auf Veränderungen der Marktgegebenheiten.

8.1 Geschichte der Gesellschaft

| 1873-1915 | 1916-1990 | 1991-2006 | Markteintritte |
|---|---|--|-------------------|
| Gründung: 3. März 1873 | Rückzug aus der Ziegelproduktion (Verkauf an die heutige Wienerberger Baustoffindustrie AG) | Vertiefung der Aktivitäten im Bereich Projektentwicklung und Projektmanagement | 1992: Tschechien |
| Zweitgrößter Ziegelhersteller der österr. Monarchie | Fokussierung auf den Immobilien-Development-Bereich in Österreich mit Schwerpunkt Großraum Wien | Internationalisierung | 1993: Polen |
| 10 Ziegelwerke mit über 2.000 MitarbeiterInnen | | | 1994: Ungarn |
| Marktanteil von ca. 30 % am Wiener Ziegelmarkt | | | 1999: Deutschland |
| | | | 2001: Frankreich |
| | | | 2004: Slowakei |
| | | | 2005: Schweiz |

Tabelle 1: Überblick über die Geschichte des Unternehmens

8.1.1 Gründungszeit – Monarchie (1873 – 1915)

Das Unternehmen wurde am 3. März 1873 in Wien gegründet und war der zweitgrößte Ziegelhersteller der Monarchie. Das Wachstum des Unternehmens war durch die rege Bautätigkeit im Zuge der fortschreitenden Industrialisierung begünstigt. Die Produktionsstätten für die Ziegel befanden sich am Stadtrand von Wien – am Laaerberg, dort wo heute Wolkenkratzer stehen und riesige Wohnsiedlungen errichtet werden.

Das Unternehmen betrieb zehn Ziegelwerke und hatte rund 2000 MitarbeiterInnen beschäftigt. Viele dieser MitarbeiterInnen kamen aus dem damaligen Böhmen und sind als die sogenannten „Ziegelböhm“ in die Geschichte Wiens eingegangen.

Die "Ziegelböhm"⁹⁵ lebten bei den großen Wienerberger Ziegelwerken. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts herrschte in Wien ein bis zu diesem Zeitpunkt noch nie da gewesener Bauboom. Für die neuen Bauten waren Unmengen von Ziegeln nötig, die zum größten Teil aus den Wienerberger Fabriken am Wienerberg und am Laaer Berg stammten. Allein für die Errichtung des Arsenalts etwa benötigte man über eine Million Ziegel. Die Arbeiter stammten zum Großteil aus Böhmen und Mähren - die Ziegelböhm, wie sie bald genannt wurden. Der erste Besitzer der Wienerberger Ziegelfabriken, Alois Miesbach, führte sein Unternehmen noch als Patriarch alten Stils. Er fühlte sich für seine Arbeiter verantwortlich und spendete einen Teil seiner Einnahmen für soziale Einrichtungen und Stiftungen. Doch 1869 wurde der Betrieb in eine Aktiengesellschaft umgewandelt, ein Bankenkonsortium hatte nun das Sagen, und in der Folge ging es den Ziegelböhm immer schlechter.

Der Marktanteil am Wiener Ziegelmarkt betrug rund 30 %. Ein heute noch sichtbares Bauwerk aus dieser Zeit findet sich in Budapest – das Unternehmen hat die Ufermauern an der Donau errichtet.

Im Jahr 1912 hat dann ein großer österreichischer Baukonzern die Mehrheit am Ziegelhersteller übernommen, um anschließend die Ziegelfabrikation sofort zu verkaufen. Über die Unternehmenskultur dieser Zeit gibt es keine Aufzeichnungen in den Archiven der Gesellschaft. Nach mühsamer Suche und auch durch ein wenig Zufall konnten die Original-Gründungsakten gefunden werden – sie befanden sich im Büro eines Direktors der Gesellschaft, bei der Räumung des Büros nach dessen Pensionsantritt entdeckte man die Dokumente. Den Umstand, dass keine Aufzeichnungen existieren, erklärt man damit, dass nach Ende des Zweiten Weltkrieges das Unternehmen unter die Kontrolle der russischen Besatzungsmacht gestellt wurde und während dieser Zeit viele Originalpapiere und –unterlagen vernichtet bzw. nach Russland gebracht worden sind.

8.1.2 Der Dornröschenschlaf (1916 – 1990)

Mit der Übernahme durch ein Bauunternehmen war die erste Blütezeit der Gesellschaft zu Ende. Die Ziegelproduktion wurde an die Wienerberger-Werke verkauft – die wesentlichste Geschäftsgrundlage war somit verloren gegangen.

⁹⁵ Vgl. Pufler, Karl (2001): Die Ziegelböhm in Wien. In: <http://www.wiener-zeitung.at> (Stand 04.08.2000).

Das Unternehmen – das im Rahmen der Monarchie auch außerhalb der heutigen österreichischen Grenzen tätig war – musste sich in seinen Aktivitäten auf den Wiener Raum beschränken.

Das Unternehmen hat in den 1930iger-Jahren einige Zinshäuser in Wien erworben und diese über Jahrzehnte hinweg vermietet und verwaltet.

Diese Tätigkeit dauerte annähernd 60 Jahre. Während dieser Zeit betrug die Zahl der MitarbeiterInnen zwischen Null und Zwei.

Es gibt aber MitarbeiterInnen, die sich an diese Zeit erinnern können und die auch Informationen über die Unternehmenskultur – vor allem in Hinblick auf die betriebliche Weihnachtsfeier – geben können. Bis vor einigen Jahren hat man die mittlerweile in den Ruhestand getretenen MitarbeiterInnen aus dieser Zeit der Firmengeschichte auch zu den Weihnachtsfeiern eingeladen, durch das rasche personalmäßige Wachstum der Gesellschaft ist von dieser Vorgangsweise aber nunmehr Abstand genommen worden.

Ein Mitarbeiter dieser Epoche in der Firmengeschichte erinnert sich im Rahmen des Gespräches vom 04.12.2008 an eine Weihnachtsfeier in den 1970iger-Jahren:

Wir waren zu dritt, es war ja damals nicht viel zu tun. Wir hatten ein paar Häuser zu verwalten, aber da war nicht viel zu tun. Die Mieter waren alle schon seit Jahrzehnten in ihren Wohnungen und wir kannten alle – und sie kannten uns. Wir sind meistens in der Woche vor Weihnachten noch einmal in alle Häuser gegangen und haben von den Mietern Geschenke bekommen – eine Flasche Wein oder Kekse und Süßigkeiten. Es wohnten viele ältere Personen in den Wohnungen und wir waren sozusagen der Hausherr. Wir wünschten frohe Weihnachten und haben dafür diese Kleinigkeiten erhalten.

Damit haben wir dann unsere eigene kleine Weihnachtsfeier gemacht. Wir haben damit schon zu Mittag begonnen – wir haben uns hingesetzt, eine Flasche Wein geöffnet und die Kekse gegessen. Wir haben geplaudert, was jeder zu Weihnachten machen wird und welche Geschenke gekauft wurden. Die Sachen, die übrig geblieben sind, haben wir unter uns verteilt.

Wir haben deswegen so früh mit unserer Feier begonnen, weil wir dann am Nachmittag – die offiziellen Weihnachtsfeiern durften erst um 16 Uhr starten – bei anderen, größeren Abteilungen eingeladen waren. Da wir viel mit der Buchhaltung zu tun hatten, weil in der Buchhaltung unsere Belege verarbeitet wurden – waren wir immer dort eingeladen. Meistens

haben wir auch eine Flasche Wein in die Buchhaltung gebracht – aber nur den Wein, den wir selber nicht trinken wollten.

Als die Firma dann größer wurde, war das alles ganz anders. Wir waren plötzlich zwanzig, dreißig Personen, viele Junge waren dabei und wir waren nur mehr eine Abteilung und nicht mehr die Firma. Die Jungen haben dann eine eigene Feier gemacht – es war schon eine große Umstellung.

8.1.3 Die Entwicklung zu einer europäischen Gesellschaft (ab 1991)

Mit Beginn der 1990er-Jahre kam es zu einer Internationalisierung der Gesellschaft. Der Tätigkeitsbereich wurde zunächst auf die Staaten Tschechische Republik und Polen ausgeweitet, später folgte dann Ungarn. Im Laufe der Jahre erweiterte sich der Markt auf alle Nachbarstaaten Österreichs, mittlerweile zählen auch Rumänien, Bulgarien, Russland und die Ukraine zu den Märkten der Gesellschaft.

Mit dieser geografischen Ausweitung einhergehend kam es auch zu einer Ausweitung des Personalstandes der Gesellschaft (die Personalstruktur und die daraus entstehenden multikulturellen Aspekte werden in den anschließenden Kapiteln näher beschrieben).

Es hat sich sowohl die MitarbeiterInnenzahl in Österreich als auch im Ausland stetig erweitert. Die heutige Situation zeigt, dass mehr als die Hälfte der MitarbeiterInnen nicht aus Österreich stammt, auch wenn viele dieser MitarbeiterInnen in Österreich leben.

Auf die betriebliche Weihnachtsfeier hatte dies zunächst nur den Einfluss, dass die ausländischen MitarbeiterInnen nach Wien eingeladen wurden. Als die Zahl der ausländischen MitarbeiterInnen immer mehr zunahm, entschied man sich, in Polen und der Tschechischen Republik eigene Weihnachtsfeiern zu veranstalten und aus Wien zu diesen Feiern anzureisen.

Dieser Umstand kommt auch heute noch zum Tragen, sodass das Management der Gesellschaft vor Weihnachten eine 3-Tages-Reise auf dem Programm stehen hat.

8.2 Personalstruktur der Gesellschaft

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Personalstruktur der Gesellschaft. Die Gesellschaft ist auch an einigen Hotels beteiligt, wodurch sich die Zahl von 357 MitarbeiterInnen erklärt. Diese MitarbeiterInnen sind aber aus der gegenständlichen Untersuchung ausgeklammert.

| PERSONAL | | per 31.3.2009 | | |
|--|---------------|----------------------|-----------------|--|
| Firmen | Gesamt | Angestellte | Arbeiter | |
| Österreich | 81 | 75 | 6 | |
| Deutschland | 19 | 19 | - | |
| Tschechien | 30 | 30 | - | |
| Polen | 44 | 44 | - | |
| Hotelbedienstete | 132 | 132 | - | |
| VOLLKONSOLIDIERTE | 225 | 225 | - | |
| Fremde Gesellschaften | 51 | 40 | 11 | |
| EQUITY | 51 | 40 | 11 | |
| Gesamtes Unternehmen (100%) | 357 | 340 | 17 | |

Tabelle 2: Personalstruktur der Gesellschaft

Die Untersuchung wurde unter den 81 MitarbeiterInnen der Angestellten in Österreich durchgeführt.

8.2.1 Multikulturelle Aspekte der Personalstruktur

Die Personalstruktur zeigt, dass eine große Zahl der MitarbeiterInnen aus dem Ausland stammt. Durch diese multikulturelle Zusammensetzung ergeben sich einige Aspekte, die hier nur kurz angesprochen werden sollen, weil sie den Rahmen dieser Arbeit übersteigen würden. Der religiöse Aspekt des Festes ist bei den MitarbeiterInnen aus osteuropäischen Ländern nicht von Bedeutung. In den ehemaligen kommunistischen Ländern gab es offiziell keine Religionsausübung, das Weihnachtsfest ist ein weltliches Fest. Das ist auch daran erkennbar, dass der 6. Januar in den osteuropäischen Ländern kein Feiertag ist und somit die Weihnachtsfeiertage mit dem 1. Januar enden.

19 MitarbeiterInnen sind Deutsche, 30 MitarbeiterInnen sind Tschechen und 44 MitarbeiterInnen aus Polen.

Darüber hinaus beschäftigt die Gesellschaft MitarbeiterInnen aus Ungarn (2), der Slowakei (1), Rumänien (2), Bulgarien (1), Kroatien (2), den USA (1) und Russland (1).

9. Methodik der Untersuchung

9.1 Offene Interviews mit dem Vorstand der Gesellschaft

Ein Interview ist „das planmäßige wissenschaftliche Vorgehen, bei dem Gesprächspartner durch Erzählstimuli oder gezielte Fragen zu verbalen Äußerungen veranlasst werden.“⁹⁶ Das qualitative Interview ist eine „besondere Form menschlicher Kommunikation“⁹⁷, die in der Volkskunde vor allem in zwei Praxisformen angewandt wird. Das *offene Interview* verzichtet weitgehend auf Fragevorgaben und Strukturierung. Es überlässt den Gesprächspartnern die größtmögliche Freiheit. Die gebräuchlichste Variante ist das narrative Interview. Das

⁹⁶ Schmidt-Lauber, Brigitta (2007): Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Götsch, Silke/ Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin, S. 174.

⁹⁷ Ebd., S. 174.

leitfadenorientierte Interview hat keine festen Antwortvorgaben, verfügt aber über einen bestimmten eingegrenzten Katalog von Themen und Fragen. Die Interviewführung sollte im Idealfall am Ort der Erhebung stattfinden. Wichtig für die spätere Analyse der Daten ist die Gesprächsprotokollierung nach dem Interview und anschließende Transkription, die nach Schmidt-Lauber schon früh im Forschungsprozess stattfinden soll. Bei der Analyse des Materials eignet sich in der Volkskunde der qualitative Zugang, der weniger auf vorgefasste Theorien zurückgreift, sondern vielmehr die Thesen und Argumente aus dem Material selbst entwickelt.

Für die vorliegende Untersuchung wurde das offene Interview zur Datengewinnung ausgewählt. Es wurde eine Einstiegsfrage vorbereitet, um die Gesprächseröffnung für jedes Interview gleich zu gestalten und um nicht nachdenken zu müssen, wie das Gespräch am besten begonnen wird. Die Frage ist von der Formulierung sehr einfach gewählt: „Welche Einstellung haben Sie zur betrieblichen Weihnachtsfeier?“ Auf Basis dieser Einstiegsfrage soll sich dann ein Gespräch entwickeln, das die notwendigen Informationen über die Einstellungen des Managements zur betrieblichen Weihnachtsfeier beschaffen soll.

Für den Fall, dass das Gespräch nicht in Schwung kommt bereite ich einen Leitfaden vor, mit dem ich dem Dialog neue Impulse geben kann. Diese Impulsfragen behandeln einerseits biographische Themen (z.B. persönliche Erfahrungen mit betrieblichen Weihnachtsfeiern) und die soziale Interaktion während einer betrieblichen Weihnachtsfeier (Wie wird ein Gespräch begonnen, wer beginnt ein Gespräch, worüber wird gesprochen, gibt es einen Unterschied im Verhalten zur Kommunikation im Rahmen der täglichen Arbeit, wie viele betriebliche Weihnachtsfeiern müssen aus beruflichen Gründen besucht werden?).

9.2 Offene Interviews mit MitarbeiterInnen des Unternehmens

Die Interviews mit ausgewählten MitarbeiterInnen sind für diese Untersuchung nach dem gleichen System aufgebaut worden. Es wurde ebenfalls eine Einstiegsfrage vorbereitet, die das Gespräch über die betriebliche Weihnachtsfeier motivieren soll. Als Einstiegsfrage bei den MitarbeiterInnen wurde folgende Frage gewählt: „Wenn Sie an vergangene Betriebsweihnachtsfeier denken – woran können Sie sich erinnern?“

Diese Frage soll es ermöglichen, dass die InterviewpartnerInnen mit jedem Thema in das Gespräch einsteigen können. Damit soll das Erinnerungsvermögen geweckt werden und der Eindruck einer regulierten Befragung vermieden werden.

Natürlich wird auch für die Interviews mit den MitarbeiterInnen ein Leitfaden für das Gespräch vorbereitet, um den Fortgang des Interviews sicherzustellen.

Der Leitfaden für das Gespräch enthält Stichworte wie Bekleidung, Festessen, Kommunikation mit KollegInnen und Verweildauer.

9.3 Offene Interviews mit OrganisatorInnen

Die betriebliche Weihnachtsfeier erfordert in jedem Fall einige vorbereitende organisatorische Maßnahmen. Es muss eine geeignete Räumlichkeit für die Feier gefunden werden, es muss ein Buffet ausgewählt werden und es muss für den äußeren Rahmen der Feier gesorgt werden. Die optimale Abstimmung dieser wesentlichen Voraussetzungen für die betriebliche Weihnachtsfeier ist deswegen von Bedeutung, da jede Einzelheit einer Weihnachtsfeier von den MitarbeiterInnen kritisch betrachtet wird.

Die OrganisatorInnen stehen bei ihrer Arbeit im Spannungsfeld zwischen Management und MitarbeiterInnen. Das Management verlangt eine kostengünstige Organisation, die MitarbeiterInnen erwarten eine Feier im exquisiten Rahmen.

Die Einstiegsfrage für das Interview mit den OrganisatorInnen zielt genau auf dieses Spannungsfeld ab. „Wann beginnen Sie mit der Organisation der betrieblichen Weihnachtsfeier – wann erhalten Sie den Auftrag vom Management?“

Der Leitfaden für das Gespräch enthält die Stichwörter Ort der Veranstaltung, Auswahl des Buffets und Auswahl der weihnachtlichen Dekoration.

9.4 Teilnehmende Beobachtung der betrieblichen Weihnachtsfeier

Die Interviews sowohl mit dem Management, den MitarbeiterInnen als auch mit den OrganisatorInnen – wobei beim untersuchten Unternehmen die OrganisatorInnen aus dem MitarbeiterInnenkreis stammen – erhalten durch die Beobachtung der Weihnachtsfeier eine wichtige Ergänzung.

Die Diskussionen um die teilnehmende Beobachtung konzentrieren sich nach Christian Lüders auf zwei Punkte: teilnehmende BeobachterInnen und die Beziehungen im und zum Feld sowie auf die verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses. Beim *ersten Punkt* geht es vor allem um den Rollenkonflikt des Beobachters zwischen Unvoreingenommenheit und persönlicher Beteiligung, beim *zweiten Punkt* um die unterschiedliche Phaseneinteilung.⁹⁸ Die teilnehmende Beobachtung hat sich im deutschsprachigen Raum erst durchgesetzt, als man begann, sie als „flexible, methodenplurale kontextbezogene Strategie zu verstehen, die unterschiedliche Verfahren beinhalten kann (= Ethnographie).“⁹⁹

Die wesentlichen Charakteristika der ethnographischen Forschung sind die längere Teilnahme, die Ausrichtung als flexible Forschungsstrategie und das ethnographische Schreiben. Für die längere Teilnahme im Feld sind der erfolgreiche Zugang sowie die Akzeptanz der Erforschten wichtig. Erfolgreiche Ethnographien beruhen auf der richtigen Mischung aus gelebter Teilnahme und Vertrauen.¹⁰⁰

Als flexibel wird die ethnographische Forschung bezeichnet, weil die methodischen Zugänge der jeweiligen Situation und des jeweiligen Gegenstandes angepasst werden können. Das ethnographische Schreiben beruht auf der Führung von Protokollen, in denen das Beobachtete festgehalten wird. Die Interpretation kann sofort bei Protokollerstellung erfolgen oder erst bei der späteren Verschriftlichung der Forschungsergebnisse.

⁹⁸ Vgl. Lüders, Christian (2003): Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe u.a. (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg, S. 386.

⁹⁹ Ebd., S. 389.

¹⁰⁰ Vgl. ebd., S. 392.

Die Beobachtung der betrieblichen Weihnachtsfeier verfolgt zwei Ziele: es ist notwendig, das Umfeld der Feier so neutral wie möglich kennenzulernen. Der Ort der Feier ist für die Stimmung und Atmosphäre der betrieblichen Weihnachtsfeier von großer Bedeutung.

Faktoren wie Beleuchtung, Belüftung, Geräuschkulisse, farbliche Gestaltung der Räumlichkeiten spielen die gleiche Rolle wie auch Anfahrtsmöglichkeiten und Parkgelegenheiten. Wenn der Veranstaltungsort über ungenügende Parkmöglichkeiten für die TeilnehmerInnen verfügt, dann gibt es von vornherein negative Emotionen bei einigen VeranstaltungsteilnehmerInnen.

Andererseits ist die Räumlichkeit der Veranstaltung auch der Ort, an dem der Einstieg in das Feld erfolgt. Hier werden jene MitarbeiterInnen beobachtet, die auch interviewt wurden, um einen Vergleich zwischen dem Interview und der Beobachtung herstellen zu können.

Um hier eine für die Untersuchung effiziente Auswahl zu treffen, ist die Kenntnis des Feldes unabdingbar.

In der Literatur unterscheidet Rolf Lindner zwei Standpunkte: es gibt einerseits die „strenge“ Methodik, die eine Interaktion während der Beobachtung als Störvariable betrachtet¹⁰¹ und andererseits die Position, die gezielt für eine Reflexion der Interaktion in den Forschungsprozess eintritt. Die „strenge“ Methodik hat das Ziel des strikten neutralen Verhaltens, das Feld wird als Labor gesehen, der zweite Ansatz verfolgt die Frage nach dem „what is it like“.¹⁰²

Im Feld betreibt der Forscher ein Rollenspiel. Seine Anstrengungen, natürlich zu wirken, zeigen sich als Anstrengungen, natürlich wirken zu wollen, was Unbehagen und Misstrauen hervorrufen kann. Rolf Lindner zieht daraus den Schluss, dass „die Angst des Forschers paradoxerweise als Produkt angstvermeidender Strategien erscheint.“¹⁰³ Der Autor leitet daraus drei Aspekte ab:

- 1) Die Phase der Kontaktaufnahme, die vom Forscher als schwierig gesehen wird, ist eine Phase mit besonderem Datenreichtum.
- 2) Die Störungen durch Interaktion sind unvermeidlich und führen zu Verunsicherung. Es gibt aber nach Rolf Lindner keinen wissenschaftlichen Weg, dieser Verunsicherung auszuweichen.
- 3) Distanz heißt nichts anderes als Präsentation der eigenen Identität. Somit schließt der

¹⁰¹ Vgl. Lindner, Rolf (1981): Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozess. In: Zeitschrift für Volkskunde 77, S. 51.

¹⁰² Ebd., S. 51.

¹⁰³ Ebd., S. 57.

Forschungsprozess Lernprozesse auf beiden Seiten ein, aus denen sowohl ForscherInnen als auch Erforschte dazulernen.

9.5 Anonyme schriftliche Befragung

Als Nachbearbeitung der Beobachtung der betrieblichen Weihnachtsfeier ist eine anonyme schriftliche Befragung durchgeführt worden. Der Fragebogen umfasst einen sehr eng begrenzten Fragenkomplex mit vorgegebenen Antworten, um die Auswertung schnell und effizient durchführen zu können. Die Fragen beziehen sich auf die Themen weihnachtliche Stimmung, äußerer Rahmen und Organisation der Feier.

Die Fragebogenaktion soll auch Erkenntnisse und Kritikpunkte über die betriebliche Weihnachtsfeier herausfiltern.

Um Inhalt abzudecken, die die vorgegebenen Fragen nicht behandeln, wurde die letzte Frage als offene Frage gestaltet, ohne Platzeinschränkung für die Beantwortung.

Der Fragebogen wurde auf eine A4-Seite eingeschränkt, um die Motivation der MitarbeiterInnen für das Ausfüllen des Fragebogens zu erhöhen.

Fragebogen an die MitarbeiterInnen
Die Betriebsweihnachtsfeier 2008 – Wünsche, Anregungen
für das nächste Jahr

| | <input type="checkbox"/> + | | | | <input type="checkbox"/> - |
|--|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Werden Ihre Vorstellungen, Ideen, Bedürfnisse, Wünsche bei der Betriebsweihnachtsfeier berücksichtigt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Können Sie den Entscheidungsprozess über Ort und Zeit bestimmen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Sollen kulturelle Veranstaltungen ein Bestandteil der Betriebsweihnachtsfeier sein? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Werden Sie in die Organisation miteingebunden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Möchten Sie gerne intensiver in die Organisation miteinbezogen werden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Werden Ihre Erwartungshaltungen an die Betriebsweihnachtsfeier erfüllt? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Dient die Betriebsweihnachtsfeier dazu, dass Sie die MitarbeiterInnen besser kennenlernen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Sind Sie mit dem Verhalten der Unternehmensleitung auf der Betriebsweihnachtsfeier zufrieden? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Können Sie auf der Betriebsweihnachtsfeier mit Ihrem Vorgesetzten über wichtige Inhalte sprechen, die für Sie ein Anliegen sind? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Entspricht das Buffet Ihren Ansprüchen? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Soll die Betriebsweihnachtsfeier abgeschafft werden?

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Ja | Nein |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Was stört Sie besonders an der Betriebsweihnachtsfeier bzw. welche Wünsche haben Sie für das nächste Jahr? (Bitte Rückseite verwenden)

DANKE FÜR DIE MITARBEIT!!!

10. Die Ethnographie der Weihnachtsfeier der Gesellschaft (Auswertung)

Alle Gespräche wurden in Deutsch geführt. Das Gespräch wird in grammatikalisch richtigem Deutsch wiedergegeben. Um Gesprächsunterbrechungen zu vermeiden, wurden zusätzliche Fragen vorbereitet, die zum Einsatz kamen, um dennoch die notwendigen Informationen von den Interviewten zu erhalten. Durch die Transkription der Gespräche kam es zu einer Veränderung der Quelle¹⁰⁴, da zum Beispiel Gesprächspausen oder Fehler in der Aussprache etc. nicht transkribiert wurden. Brigitta Schmidt-Lauber stellt dazu fest, „dass die Schriftsprache anderen Ausdrucksregeln und -formen, einer anderen Ästhetik sowie differenten Modi der Plausibilisierung unterliegt als die mündliche Rede.“¹⁰⁵ Die Transkription repräsentiert hier in ihrer Frage der Angemessenheit und Authentizität nicht nur Übersetzung, sondern auch einen literarisch-künstlerischen Akt¹⁰⁶, auch unter Berücksichtigung von Christian Lüders kritischer Anmerkung, dass bereits bei der Protokollierung des Gesprächs damit begonnen wird, inhaltlich zu interpretieren.¹⁰⁷

10.1 Vorweihnachtliche Planung

10.1.1 Vorstellungen der Unternehmensleitung

Im Mittelpunkt der Befragung des Managements standen die Fragen der persönlichen Einstellung zur betrieblichen Weihnachtsfeier sowie zu persönlichen Erfahrungen mit betrieblichen Weihnachtsfeiern.

Das Gespräch wurde mit dem Vorsitzenden des Vorstandes in den Räumlichkeiten der Gesellschaft geführt. Die Einstiegsfrage in das Gespräch behandelte die persönliche Einstellung zur betrieblichen Weihnachtsfeier. Die Antwort lässt erkennen, dass die

¹⁰⁴ Vgl. Schmidt-Lauber, Brigitta (2007): Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Göttsch, Silke/ Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin, S. 181.

¹⁰⁵ Ebd., S. 181.

¹⁰⁶ Vgl. ebd., S. 181.

¹⁰⁷ Vgl. Lüders, Christian (2003): Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe u.a. (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg, S. 398.

betriebliche Weihnachtsfeier als unabdingbarer Bestandteil der Unternehmenskultur angesehen wird und dass die Feier eine Veranstaltung ist, deren Durchführung von den MitarbeiterInnen erwartet wird, die jedoch vom Management aufgrund der zahlreichen beruflichen Verpflichtungen in der Weihnachtszeit in gewissem Maße auch distanziert gesehen wird.

„ [...] die Weihnachtsfeier wird von den MitarbeiterInnen erwartet, ganz gleich, in welcher wirtschaftlichen Lage sich das Unternehmen befindet. Die Feier ist eine Art Anerkennung und Dank an die Leistungen der MitarbeiterInnen für das abgelaufene Jahr. Es ist auch – zumindest in unserem Unternehmen – die einzige Gelegenheit im Jahr, wo wirklich alle MitarbeiterInnen in Wien zusammenkommen. Aufgrund unserer breit gestreuten Tätigkeit ist es während des Jahres kaum möglich, alle KollegInnen zu versammeln [...]. Ein Problem ist es für den Vorstand natürlich, dass bedingt durch die Internationalität unseres Konzerns eine Feier nicht ausreichend ist und drei bis vier Weihnachtsfeiern stattfinden und es der Respekt vor den KollegInnen in den Auslandstöchtern erfordert, dass man an allen Feiern teilnimmt [...].“¹⁰⁸

Eine weitere Frage galt den persönlichen Erfahrungen mit betrieblichen Weihnachtsfeiern. Im Zuge dieses Themenbereiches kam das Gespräch auf die persönliche Vorbereitung für die Feier. Die MitarbeiterInnen erwarten sich vom „Chef“ eine Ansprache, in Prag und Warschau genauso wie in Wien.

„ [...] für mich ist das Wichtigste die Ansprache an die MitarbeiterInnen am Beginn der Feier. Wenn die Worte nicht passen, dann kann der Beginn der Feier ziemlich schwerfällig sein. Ich bereite mich für die kurze Ansprache immer vor. Ich spreche immer von den Ereignissen des vergangenen Jahres, wo wir Erfolge hatten und versuche auch immer, die Leistungen der MitarbeiterInnen des jeweiligen Landes besonders hervorzuheben. Es ist ganz wichtig zu zeigen, dass wir die Leitungen der regionalen Einheiten respektieren und schätzen. Natürlich darf der Ausblick auf das kommende Jahr nicht fehlen. Heuer war das eine besonders sensible Sache, weil die wirtschaftlichen Aussichten für 2009 nicht sehr gut sind und wir in den letzten Jahren sehr gute Gewinne erzielt haben und daran auch die MitarbeiterInnen teilhaben ließen. Ich sah es als notwendig an, bereits anlässlich der Weihnachtsfeier die Sensibilität der MitarbeiterInnen auf wirtschaftlich härtere Zeiten zu

¹⁰⁸ Interview mit dem Vorstand vom 19.12.2008.

*lenken. [...] Auf keinen Fall darf bei der Ansprache der weihnachtliche Gruß an die Familien der MitarbeiterInnen fehlen [...].*¹⁰⁹

In diesem Zusammenhang kam das Kommunikationsverhalten zur Sprache und die Frage, ob Vorstände vor einer Ansprache an MitarbeiterInnen nervös sind.

*„ [...] eine Ansprache vor Menschen erzeugt immer eine gewisse Anspannung. Die Ansprache bei der betrieblichen Weihnachtsfeier vor den Angestellten ist natürlich auch deshalb eine gewisse Herausforderung, da diese besonders kritisch sind und ein falsches Wort lange im Gedächtnis bleibt [...].*¹¹⁰

Für das Management ist die betriebliche Weihnachtsfeier eine Veranstaltung mit Verpflichtungen. Die Pflicht der Teilnahme und die Pflicht der Kommunikation mit allen MitarbeiterInnen sind vorherrschend. Das Kommunikationsverhalten mit den MitarbeiterInnen wurde in einer Frage direkt angesprochen.

*„ [...] es ist schon notwendig, sich an jeden Tisch zu setzen und ein paar Worte mit den MitarbeiterInnen zu sprechen. Das ist schwer genug – die Zahl unserer MitarbeiterInnen wächst ständig und ich brauche bis zu vier Stunden, um eine ganze Runde zu schaffen [...].*¹¹¹

Die betriebliche Feier als Bestandteil der vorweihnachtlichen Zeit – oder einfach Unternehmenskultur. In diesem Punkt ist natürlich auch die terminliche Festlegung der Weihnachtsfeier von Bedeutung. Es gibt Unternehmen, die die betriebliche Weihnachtsfeier bereits Ende November oder Anfang Dezember veranstalten – einfach um den vorweihnachtlichen Stress aus dem Weg zu gehen.

Viele Unternehmen bezeichnen die „Weihnachtsfeier“ nicht mehr als Weihnachtsfeier, sondern als Jahresabschlussfeier, weil primär kein Zusammenhang mehr mit dem Weihnachtsfest besteht.

„ [...] Wir bezeichnen diese Feier als Weihnachtsfeier, obwohl sie natürlich mit Weihnachten nichts zu tun hat, außer dass der Termin in der Woche vor den Weihnachtsfeiertagen ist. Die

¹⁰⁹ Interview mit dem Vorstand vom 19.12.2008.

¹¹⁰ Ebd.

¹¹¹ Ebd.

Dekoration auf den Tischen ist weihnachtlich und es gibt Weihnachtskekse – aber das ist es schon. Wenn Sie zum Beispiel die Weihnachtsfeier in Warschau hernehmen, dann ist das mehr eine Party als eine Feier. Ab 22 Uhr gibt es Live-Musik – in Polen herrscht ein anderes Verständnis für die sogenannte Weihnachtsfeier – ich glaube in Prag gibt es einen Weihnachtsbaum. Aber das sind Nebensachen. Wichtig für die MitarbeiterInnen ist ein ansprechendes Buffet in einem noblen Rahmen. In Wien findet die Weihnachtsfeier heuer zwei Tage vor dem Heiligen Abend statt, es war terminmäßig nicht anders möglich [...].“¹¹²

Aus dieser Antwort des Managements lässt sich herauslesen, dass die betriebliche Weihnachtsfeier ein fixer Bestandteil der Unternehmenskultur ist und nach Ansicht des Managements kein Zusammenhang mit vorweihnachtlichem Brauchtum besteht. Konkret nachgefragt war die Antwort so:

„ [...] ich sehe keine Verbindung zwischen der Weihnachtsfeier in der Firma und dem Weihnachtsfest. Die betriebliche Weihnachtsfeier ist eine – wenn Sie so wollen – Veranstaltung des Unternehmens, so wie ein Sommerfest oder irgendein anderes Firmenfest. Weihnachten findet für mich in der Familie statt – nicht im Unternehmen [...].“¹¹³

10.1.2 Vorstellungen der MitarbeiterInnen

Die Analyse und anschließende Auswertung von fünfzehn themenbezogenen, narrativen Interviews mit 15 MitarbeiterInnen (zehn männliche Mitarbeiter und fünf weibliche Mitarbeiterinnen) sollen Aufschluss über die aktuelle Praxis der betrieblichen Weihnachtsfeier in einem Privatunternehmen in Wien geben.

Entsprechend der Struktur des Personals wurden zehn männliche und fünf weibliche MitarbeiterInnen ausgewählt, acht MitarbeiterInnen sind in Österreich beschäftigt, sieben MitarbeiterInnen in ausländischen Filialen.

Die Gespräche mit den MitarbeiterInnen wurden in den Räumlichkeiten der Gesellschaft durchgeführt.

¹¹² Interview mit dem Vorstand vom 19.12.2008.

¹¹³ Ebd.

Der erste Schritt betraf die Auswahl der InterviewpartnerInnen. Die Auswahl wurde so getroffen, dass sich ein möglichst repräsentativer Querschnitt aus der MitarbeiterInnenstruktur der Gesellschaft ergibt.

Anhand der von der Unternehmensleitung zur Verfügung gestellten Personaldaten – die aus Datenschutzgründen nicht im Anhang dieser Arbeit angegeben werden können – wurden 15 MitarbeiterInnen ausgewählt, die für ein Gespräch über die betriebliche Weihnachtsfeier angefragt wurden.

Dankenswerterweise haben sich alle ausgewählten MitarbeiterInnen bereit erklärt, ein Interview zu geben.

Da die Aussagen der InterviewpartnerInnen in diesem Kapitel miteinander verglichen werden, folgen an dieser Stelle zunächst einige biografische Daten der betreffenden Personen.

Interviewpartner 1:

Der erste Gesprächspartner ist 39 Jahre alt. Er hat die Höhere Technische Lehranstalt absolviert, trägt den Titel „Ingenieur“ und hat im zweiten Bildungsweg die Ausbildung zum Baumeister abgeschlossen.

Er ist seit zehn Jahren im Unternehmen als Techniker und Projektleiter beschäftigt und hat in den letzten drei Jahren zwei Großprojekte des Unternehmens in Österreich abgewickelt.

Den größten Teil der Arbeitswoche verbringt er nicht in Wien, er lebt in Linz, wo sich auch das Bauprojekt befindet, das er betreut.

Er ist meistens nur einen Tag in Wien in der Zentrale, sein Kontakt mit den KollegInnen in Wien und in den anderen Ländern erfolgt per Telefon oder bei betrieblichen Veranstaltungen und Feiern.

Interviewpartner 2:

Der zweite Gesprächspartner ist 25 Jahre alt. Er ist als Projektentwickler im Unternehmen tätig. Er hat eine Allgemein Bildende Höhere Schule abgeschlossen, ein Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien begonnen, dieses aber abgebrochen. Derzeit besucht er eine Fachhochschule.

Er ist seit zwei Jahren im Unternehmen. Seine Tätigkeit umfasst die Vermietung von Büroobjekten und die organisatorische Betreuung von Messeteilnahmen des Unternehmens. Er ist ständig in Wien am Sitz des Unternehmens tätig.

Interviewpartnerin 3:

Die dritte Gesprächspartnerin ist 30 Jahre alt. Sie ist Juristin und Leiterin der Rechtsabteilung des Unternehmens.

Ihr Aufgabenbereich umfasst alle juristischen Problemstellungen, die an das Unternehmen herangetragen werden.

Sie ist seit drei Jahren im Unternehmen tätig und ist ebenfalls ständig am Sitz des Unternehmens beschäftigt.

Zusätzlich zu ihren juristischen Aufgaben ist sie verantwortlich für die Investor Relations des Unternehmens, das bedeutet, dass sie Ansprechpartnerin für die Anliegen der AktionärInnen ist.

Interviewpartner 4:

Der vierte Interviewpartner ist 55 Jahre alt. Er hat die Handelsakademie abgeschlossen und Betriebswirtschaft studiert. Er ist seit mehr als 25 Jahren im Unternehmen tätig und ist nun Geschäftsführer der polnischen Gesellschaften des Unternehmens.

Er lebt ständig in Warschau und ist nur alle zwei Wochen in Österreich, wenn er seine Mutter in der Steiermark besucht.

Der Kontakt mit den MitarbeiterInnen in Wien ist sehr spärlich, sein Lebensmittelpunkt ist Warschau.

Die betriebliche Weihnachtsfeier in Wien ist für ihn nicht relevant, für ihn ist die Weihnachtsfeier in Warschau von Bedeutung.

Interviewpartnerin 5:

Die fünfte Interviewpartnerin ist 46 Jahre alt. Sie hat ein Studium an der Wirtschaftsuniversität absolviert.

Sie ist seit 15 Jahren für das Unternehmen tätig und ist verantwortlich für die Projektentwicklung in der Tschechischen Republik, wo sie auch Geschäftsführerin der Landesgesellschaften ist.

Sie pflegt guten Kontakt mit der Zentrale in Wien und besucht auch regelmäßig die betriebliche Weihnachtsfeier in Wien.

Als Geschäftsführerin in der Tschechischen Republik ist die Weihnachtsfeier in Prag ebenfalls ein geschäftlicher Pflichttermin für sie.

Interviewpartner 6:

Dieser Interviewpartner arbeitet in der Gesellschaft als Konsulent. Er ist vor drei Jahren in Pension gegangen, bringt aber sein Wissen und seine Erfahrung nach wie vor in das Unternehmen ein.

Er war Leiter der Rechtsabteilung und ist 66 Jahre alt. Er ist nicht jeden Tag im Büro, sondern kommt je nach Bedarf zwei bis dreimal in der Woche.

Sein Aufgabengebiet ist die Betreuung eines Wohnbauprojektes direkt am Neusiedlersee, das aufgrund vieler gesetzlicher Auflagen zahlreiche juristische Problemstellungen aufwirft.

Sein Büro ist mit Aktenbergen und Papierstößen angeräumt und nur er kennt sich in seinem System aus. Das gibt er auch ganz offen zu.

An betrieblichen Feiern, die sich im untersuchten Unternehmen in Wien auf drei Feiern beschränken – neben der Weihnachtsfeier gibt es im Februar einen Heringsschmaus und im April eine sogenannte „Steirische Jause“ aus Anlass des Geburtstages eines Vorstandsmitgliedes – nimmt er gerne Teil, da es für ihn eine Gelegenheit ist, mit den ehemaligen KollegInnen zu sprechen. Während eines normalen Arbeitstages ist das kaum möglich, da jeder mit Arbeit eingedeckt ist.

Die Weihnachtsfeier ist für ihn ein Pflichttermin, den er auf alle Fälle wahrnimmt.

Interviewpartner 7:

Dieser Interviewpartner ist ein geborener Wiener, lebt und arbeitet aber seit vielen Jahren in München.

Er ist der kaufmännische Leiter der deutschen Tochter des Unternehmens und Geschäftsführer in einigen kleineren Gesellschaften.

Er hat eine kaufmännische Lehre abgeschlossen und sich dann durch Arbeitseinsatz und Interesse für kaufmännische Fragen weiterentwickelt. Er begann als kaufmännischer Sachbearbeiter in einem kleinen Unternehmen in München und ist erst vor ungefähr zehn Jahren in das untersuchte Unternehmen eingetreten. Hier war er zunächst in der Buchhaltung tätig und hat dann den Finanzbereich der deutschen Gesellschaft übernommen.

In Deutschland gibt es im Vergleich mit Österreich einen wesentlichen Unterschied in der Feierkultur. Zurzeit des Karnevals sind in Deutschland die meisten KollegInnen auf Urlaub, das Unternehmen ist geschlossen. Rosenmontag und Faschingsdienstag sind Tage, an denen die gesamte Belegschaft Urlaubstage nimmt.

In Deutschland gibt es auch eine kleine, gesonderte Weihnachtsfeier in einem italienischen Restaurant in der Nähe des Büros.

Wer Zeit und Lust hat, nimmt dann auch an der Weihnachtsfeier in Wien teil. Im Jahr 2008 sind aus Deutschland keine KollegInnen dabei gewesen, weil der Termin mit zwei Tagen vor Weihnachten sehr knapp angesetzt wurde.

Interviewpartner 8:

Der achte Interviewpartner ist Techniker, 58 Jahre alt und bereits seit vielen Jahrzehnten Mitarbeiter des Konzerns. Im untersuchten Unternehmen ist er erst seit einigen Jahren tätig.

Seine Aufgabe ist die Analyse von Bauprojekten, die Kostenverfolgung aus technischer Sicht und die Steuerung des Projektfortschritts von Großprojekten.

Sein derzeitiger Einsatzort ist Berlin, wo im März ein Hotel mit rund 600 Betten eröffnet wurde und er für die Einhaltung des Baubudgets verantwortlich ist. Derzeit ist er noch immer in Berlin tätig.

Er sieht betriebliche Feiern als Veranstaltungen, die es gibt, die aber für ihn nicht wirklich von Bedeutung sind. Als langjähriger Mitarbeiter in der Branche hat er an vielen Spatenstichen, Gleichenseiern und Eröffnungsfeiern teilgenommen – für ihn sind Feiern ein Bestandteil seiner Tätigkeit gewesen.

Die meisten dieser Feiern haben im Unterschied zur betrieblichen Weihnachtsfeier allerdings auf Baustellen in unfertigen Gebäuden stattgefunden oder in Zelten, die man extra für die Feier aufgestellt hat.

Als ehemaliger Geschäftsführer einer Gesellschaft ist er in der Lage gewesen, selbst Weihnachtsfeiern zu eröffnen und eine Ansprache zu halten – eine Tätigkeit, die er nicht vermisst.

Interviewpartnerin 9:

Die neunte Interviewpartnerin ist gleichzeitig die Organisatorin der Weihnachtsfeier. Das Gespräch über die Organisation der betrieblichen Weihnachtsfeier hat sich in ein allgemeines Gespräch über die Feier ausgeweitet.

Sie ist im Unternehmen als Vorstandssekretärin tätig und arbeitet mit dem Vorsitzenden des Vorstandes zusammen.

Ihre Tätigkeit ist vor allem die Terminkoordination für ihren Chef – sie sitzt sozusagen „im Vorzimmer der Macht“. In großen Unternehmen mag dieser Ausdruck seine Richtigkeit haben, im untersuchten Unternehmen ist der Umgang zwischen Vorgesetzten und Angestellten offener, das Management bewegt sich immer in den Büros und der Kontakt ist somit einfach herstellbar.

Traditionell ist die Organisation der betrieblichen Weihnachtsfeier im Bereich des Vorstandssekretariates angesiedelt.

Interviewpartnerin 10:

Die zehnte Interviewpartnerin ist Tschechin und arbeitet in Prag.

Ihre Tätigkeit umfasst die Projektentwicklungstätigkeit in der Tschechischen Republik sowie die Wahrnehmung aller behördlichen Termine. Es ist für ein ausländisches Unternehmen unbedingt erforderlich, MitarbeiterInnen in der jeweiligen Landessprache zu beschäftigen, um mit Behörden und Ämtern kommunizieren zu können.

Ein genauso wichtiger Punkt ist das Verstehen der Arbeitsmentalität in den Behörden der osteuropäischen Länder.

Sie hat noch zur Zeit des Kommunismus eine technische Schule besucht und in Ostdeutschland studiert – deshalb spricht sie auch perfekt Deutsch.

„Ihre“ Weihnachtsfeier ist die lokale Feier in Prag, da sie aber auch in Österreich einen Wohnsitz hat, nimmt sie auch an der Weihnachtsfeier in Wien teil, wenn es zeitmäßig möglich ist.

An der Weihnachtsfeier 2008 in Wien konnte sie – wie so viele andere KollegInnen aus anderen Ländern auch – wegen der Terminwahl nicht teilnehmen.

Interviewpartnerin 11:

Diese Gesprächspartnerin ist als Sekretärin für eine Abteilung des Unternehmens tätig, die für die Verwaltung der vermieteten Gebäude der Gesellschaft verantwortlich ist.

Sie ist 25 Jahre alt und seit drei Jahren im Unternehmen beschäftigt.

In ihrer Abteilung gibt es eine eigene Feierkultur. Im Gegensatz zu den anderen Abteilungen des Unternehmens wird jeder Geburtstag gefeiert und es gibt auch abteilungsinterne Faschings- oder Weihnachtsfeiern.¹¹⁴

Interviewpartner 12:

Der zwölfte Interviewpartner ist Geschäftsführer in den tschechischen Gesellschaften und ist verantwortlich für die technische Projektabwicklung.

Er ist bereits seit 25 Jahren im Konzern tätig.

Er hat die Höhere Technische Lehranstalt besucht und hat gleich nach dem Schulbesuch zu arbeiten begonnen. Er hat als technischer Zeichner angefangen und hat sich dann Schritt für Schritt in seinem Tätigkeitsbereich weiterentwickelt.

Er hat zuerst bei kleinen Bauvorhaben in der technischen Leitung mitgearbeitet, dann kleinere Projekte selbstständig abgewickelt und ist dann für Großprojekte eingesetzt worden.

Vor rund fünf Jahren ist die Position der technischen Geschäftsführung in Prag zu besetzen gewesen und das Management hat ihm diese Aufgabe übertragen.

Er hat das Großprojekt „Andel City“ in Prag abgewickelt, das dem 5. Bezirk von Prag ein neues Bild gegeben hat.

¹¹⁴ Als das Unternehmen von der MitarbeiterInnenzahl kleiner war, ist das die gängige Praxis gewesen – mit steigender MitarbeiterInnenzahl hat das Management diese Feiern unterbunden, da es nahezu jede Woche eine Geburtstagsfeier gab, die in der Arbeitszeit stattfand.

Interviewpartner 13:

Er ist Techniker mit abgeschlossener Baumeisterausbildung. Er ist 45 Jahre alt und stammt aus dem Waldviertel. Ein Markenzeichen seines Auftretens ist das Tragen von Modetrachtanzügen.

Sein Hauptaufgabengebiet ist die Betreuung der Länder Ungarn, Kroatien und Slowakei. Er ist dafür verantwortlich, in diesen Ländern Projektideen zu finden.

Die meiste Zeit ist er unterwegs, um geeignete Grundstücke zu finden.

Interviewpartner 14:

Der vierzehnte Interviewpartner ist Tiroler und arbeitet in der Innsbrucker Filiale des untersuchten Unternehmens. Die Innsbrucker Filiale besteht aber nur aus einem Mitarbeiter – er ist somit Chef und Mitarbeiter gleichzeitig.

Er ist 50 Jahre alt, hat einen technischen Hochschulabschluss und wickelt pro Jahr ein Projekt selbstständig ab, womit die technische und kaufmännische Betreuung beinhaltet ist.

Er arbeitet schon seit 19 Jahren für das Unternehmen.

Er kommt immer sehr gerne zur betrieblichen Weihnachtsfeier, weil es für ihn oft der einzige persönliche Kontakt mit den KollegInnen des Unternehmens ist. Die Filiale in Tirol ist neben der in Linz, in der zwei MitarbeiterInnen arbeiten, ein Überrest aus der Zeit der intensiven Aktivitäten der Gesellschaft in Österreich.

Für ihn ist der Kontakt und das Gespräch mit den KollegInnen das wichtigste Element der betrieblichen Weihnachtsfeier, deswegen ist er auch immer unter den letzten Gästen, die die Feier verlassen.

Interviewpartner 15:

Dieser Interviewpartner ist Rumäne und arbeitet in Bukarest. Er ist technischer Angestellter und kümmert sich um den Betrieb eines Logistikcenters in Bukarest.

Er arbeitet seit drei Jahren für das Unternehmen und war zweimal bei der Weihnachtsfeier in Wien, weil es in Rumänien keine eigene Weihnachtsfeier gibt. Der zuständige Geschäftsführer in Wien lädt allerdings die beiden MitarbeiterInnen zu einem Abendessen vor Weihnachten ein.

Für ihn ist der Besuch der Weihnachtsfeier ein besonderes Ereignis, das er auch immer mit einem längeren Aufenthalt in Wien verbindet, um sich einige Sehenswürdigkeiten anzusehen.

Nach Transkription der fünfzehn Interviews sind durch die Analyse der Antworten die Schwerpunkte für die Themenstellung der Arbeit bearbeitet worden.

In der folgenden Interpretation wurden die Aussagen der InterviewpartnerInnen themenzentriert zusammengefasst, in die Zusammenhänge eingeordnet und ausgewertet.

Als Einstiegsfrage in die Gespräche wurde jeweils die Frage gestellt, *welche Erinnerungen an eine betriebliche Weihnachtsfeier der letzten Jahre bestehen.*

Damit sollte ein „sanfter“ Einstieg in das Interview gefunden werden, der den InterviewpartnerInnen einen völlig freien Beginn des Gesprächs ermöglicht.

Es wurde aber darauf geachtet, dass diese Einstiegsfrage nicht in einen Erzählmonolog ausartete, sondern die wesentlichen Fragen für die Untersuchung beantwortet wurden.

Diese Einstiegsfrage hat überraschenderweise Ergebnisse gebracht, die so nicht geplant waren, aber dennoch den Zweck erfüllten, das Gespräch zu eröffnen.

Beispielhaft die Antwort von Interviewpartner 1 auf die Einstiegsfrage:

„ [...] Mit dieser Frage habe ich nun überhaupt nicht gerechnet. Da muss ich nachdenken ..., ja, die Weihnachtsfeiern laufen ja eigentlich immer nach dem gleichen Schema ab. [...] ich kann mich schon daran erinnern, dass es vor einigen Jahren üblich war, eine kulturelle Veranstaltung außer Haus zu besuchen. Das war doch einmal der Besuch der Sammlung

Leopold im Museumsquartier, einmal waren wir bei einer Vorstellung im Palazzo und einmal bei einer Kunstaussstellung im Palais Liechtenstein, an das kann ich mich erinnern, weil es doch etwas Besonderes war, das bleibt im Gedächtnis. In den letzten Jahren war die Feier aber hier bei uns in der Florido Lounge im 30. Stock – ich glaube, weil ein Vorstand gemeint hat, bei den Veranstaltungen können sich die KollegInnen nicht miteinander unterhalten [...].¹¹⁵

In dieser Antwort dringt ein Ansatz von Kritik an der betrieblichen Weihnachtsfeier durch. Die für eine betriebliche Weihnachtsfeier doch etwas außergewöhnlichen Veranstaltungsorte sind im Gedächtnis des Mitarbeiters geblieben, während die klassisch organisierte Feier in der letzten Etage eines Büroturmes in Wien aus der Erinnerung verschwunden ist.

Manche Erinnerungen beziehen sich aber ganz einfach auf außergewöhnliche Erlebnisse.

„ [...] ich habe noch gut in Erinnerung als vor einigen Jahren gerade am Tag der Weihnachtsfeier ein fürchterliches Schneechaos herrschte. Ich bin um 10 Uhr Vormittag in Innsbruck weggefahren und bin erst um 19 Uhr in Wien angekommen. Auf der Westautobahn bin ich fast gar nicht weitergekommen. Alle waren überrascht, als ich dann spät am Abend doch noch in Wien angekommen bin [...].¹¹⁶

„ [...] für mich war es der erste Besuch in Wien. Ich kannte die Stadt nicht und daher habe ich die Einladung zur Weihnachtsfeier gerne angenommen und Schönbrunn besichtigt [...].¹¹⁷

„ [...] die schlimmste Erinnerung für mich ist der Gedanke an eine Weihnachtsfeier vor sechs Jahren, als eine Stunde vor Beginn das Buffet noch immer nicht geliefert worden ist. Ein Anruf bei der Firma hat dann ergeben, dass sich der Fahrer in Wien nicht ausgekannt hat und unsere Adresse nicht finden konnte. Es hat dann schließlich doch alles geklappt, dieses Unternehmen habe ich aber nie wieder beauftragt [...] als Organisatorin der Feier ist die Anspannung immer sehr hoch [...].¹¹⁸

„ [...] Ich erinnere mich an einer der ersten Weihnachtsfeiern des Unternehmens, als wir noch ganz wenige Personen waren. Es sind dann weit nach Mitternacht nur drei oder vier Personen

¹¹⁵ Gespräch mit Interviewpartner 1 vom 09.12.2008.

¹¹⁶ Gespräch mit Interviewpartner 14 vom 17.12.2008.

¹¹⁷ Gespräch mit Interviewpartner 15 vom 18.12.2008.

¹¹⁸ Gespräch mit Interviewpartnerin 9 vom 15.12.2008.

da gewesen und der Hausmeister ist gekommen und wollte endlich das Büro sperren, damit er nach Hause gehen kann. Wir haben ihn aber nicht ernst genommen und eigentlich Spaß mit ihm gemacht. [...] Das hat dann später etwas Ärger gegeben [...].“¹¹⁹

Die MitarbeiterInnen erwarten sich von der betrieblichen Weihnachtsfeier einen ausgefallenen Rahmen.

„ [...] dazu fällt mir ganz spontan ein, dass es eine Zeit gegeben hat, wo die Weihnachtsfeier draußen stattgefunden hat. Man sitzt sowieso das ganze Jahr im Büro, egal ob in Prag oder in Wien, deshalb machen wir in Prag die Feier sicher nicht im Büro, sondern in einem Hotel – wenn es geht, in unseren eigenen Hotels. Das ist für die Leute (gemeint sind die MitarbeiterInnen) etwas Besonderes. Vor allem vor einigen Jahren war es so, das manche MitarbeiterInnen weniger im Monat verdient haben, als ein Zimmer pro Nacht im Hotel gekostet hat. Ich habe mit dem Vorstand schon im Vorjahr darüber gesprochen, ob es nicht wieder möglich ist, rauszugehen [...].“¹²⁰

Auch diese Antwort auf die Einstiegsfrage bringt das überraschende Ergebnis, dass die Durchführung der Feier an einem besonderen Ort in Erinnerung geblieben ist. Von weihnachtlicher Stimmung oder einem Zusammenhang zum Weihnachtsfest ist in den Antworten nicht gesprochen worden, lediglich Interviewpartnerin 3 hat diese Thematik ganz kurz angesprochen.

„ [...] ich kann mich erinnern, dass meine erste Weihnachtsfeier im Unternehmen im Palais Liechtenstein war. Ich war schon überrascht, dass das Unternehmen den MitarbeiterInnen zur Weihnachtsfeier einen Ausflug in die Kultur spendiert.

Mit Weihnachten hat das alles ja überhaupt nichts gemeinsam, ich glaube, Weihnachtsfeier sagt man nur, weil das immer so war und immer so bleiben wird. Es ist einfach eine traditionelle Feierlichkeit am Ende eines Arbeitsjahres, bei der man einige Stunden mit den KollegInnen beisammensitzt und plaudert, die man das ganze Jahr über nicht gesehen hat.“¹²¹

Alle diese Antworten zeigen aber schon eine Grundtendenz an Erwartungen, die an die betriebliche Weihnachtsfeier gestellt werden. Es sind dies die Erwartungen, die Feier an

¹¹⁹ Gespräch mit Interviewpartner 6 vom 11.12.2008.

¹²⁰ Gespräch mit Interviewpartnerin 5 vom 11.12.2008.

¹²¹ Gespräch mit Interviewpartnerin 3 vom 10.12.2008.

einem interessanten Ort verbringen zu können und mit KollegInnen aus anderen Ländern sprechen zu können.

Diesen Erwartungshaltungen ist dann die nächste Frage konkret nachgegangen.

„ [...] ich bin noch nicht sehr lange im Unternehmen tätig, für mich ist es daher sehr wichtig, alle KollegInnen kennenzulernen. Da ist die Weihnachtsfeier eine gute Gelegenheit, da es im Unternehmen kaum andere Betriebsfeiern gibt. Oft kennt man nur den Namen einer Person und hat dann endlich die Gelegenheit, auch das Gesicht dazu kennenzulernen. Mehr Erwartungen an die Weihnachtsfeier habe ich eigentlich nicht [...].“¹²²

„ [...] ich sitze das ganze Jahr in Tirol und denke mir oft, die Wiener haben mich vergessen. Wenn dann die Einladung zur Weihnachtsfeier kommt, weiß ich, sie haben mich doch nicht vergessen. Für mich ist das nahezu die einzige Möglichkeit des persönlichen Kontakts [...].“¹²³

„ [...] es ist immer eine gute Gelegenheit, die ehemaligen KollegInnen wieder zu treffen und in feierlicher Stimmung zu plaudern [...].“¹²⁴

Der Wunsch des Kennenlernens der MitarbeiterInnen untereinander ist in fast jedem Interview geäußert worden – die Kommunikation ist daher ein wesentlicher Bestandteil der betrieblichen Weihnachtsfeier.

Bei MitarbeiterInnen, die schon länger im Unternehmen tätig sind, klingen die Erwartungen an die betriebliche Weihnachtsfeier mitunter aber anders.

„ [...] wissen Sie, ich habe schon so viele Weihnachtsfeiern mitgemacht, dass ich mir nur erwarte, dass alles halbwegs ruhig vorbeigeht. In Polen kann das schon einmal ein bisschen lustiger werden und wir machen die Feiern doch in 5-Sterne-Hotels und wir wollen im nächsten Jahr wiederkommen. Bei über 100 Personen kann immer wieder etwas passieren, dass sich der eine oder andere danebenbenimmt. Meine Erwartung ist eigentlich nur, dass die MitarbeiterInnen einen schönen Abend verbringen, sich gut unterhalten und gut und gesund nach Hause kommen [...].“¹²⁵

¹²² Gespräch mit Interviewpartner 2 vom 09.12.2008.

¹²³ Gespräch mit Interviewpartner 14 vom 17.12.2008.

¹²⁴ Gespräch mit Interviewpartner 6 vom 11.12.2008.

¹²⁵ Gespräch mit Interviewpartner 4 vom 10.12.2008.

„ [...] da ich Familie habe, ist für mich die Weihnachtszeit besonders stressig. Die Weihnachtsfeiern in Prag und Wien sind dann nur eine zusätzliche zeitliche Belastung. Ich verzichte dann meistens auf die Feier in Wien, das ist mir dann einfach zu viel [...].“¹²⁶

„ [...] ich erwarte mir immer eine Einladung aus Wien [...] ich fahre dann meistens nicht nach Wien, weil keine Zeit bleibt [...].“¹²⁷

Der **nächste Schwerpunkt** der Fragestellung bezog sich auf **die Kleidung** bei der Weihnachtsfeier. Die richtige Bekleidung für die betriebliche Weihnachtsfeier ist auch immer mit der Frage der Örtlichkeit der Veranstaltung verbunden. Und auch mit der Problematik, dass man „over-dressed“ oder „under-dressed“ erscheint – wie bekleidungstechnische Fehler im modernen Sprachgebrauch bezeichnet werden. Wählt man die Kleidung zu elegant, erscheint man zum Beispiel im Abendkleid oder im Smoking, dann ist es sehr wahrscheinlich, dass der Unterschied zu den anderen Gästen sehr auffällig ist. Das Gleiche gilt auch dann, wenn T-Shirt und Jeans gewählt werden. Der Unterschied wird dann im negativen Sinn hervorstechen.

Die *männlichen Interviewpartner* haben diese Frage eigentlich ohne viel Zögern und sehr einheitlich beantwortet.

„ [...] Für mich ist die Kleidung bei der betrieblichen Weihnachtsfeier überhaupt kein Thema. Anzug und Krawatte, und die Sache ist erledigt [...].“¹²⁸

„ [...] ich trage gewöhnlich keine Krawatten und Anzüge, sehe aber, dass alle Kollegen sehr feierlich gekleidet sind. Wenn ich auf die Weihnachtsfeier gehe und nicht schon Urlaub mache, dann ist das Sakko klare Sache [...].“¹²⁹

„ [...] bei der Weihnachtsfeier nutze ich die Gelegenheit, um einen meiner Trachtenanzüge anzuziehen [...].“¹³⁰

¹²⁶ Gespräch mit Interviewpartner 12 vom 16.12.2008.

¹²⁷ Gespräch mit Interviewpartner 7 vom 12.12.2008.

¹²⁸ Gespräch mit Interviewpartner 1 vom 09.12.2008.

¹²⁹ Gespräch mit Interviewpartner 8 vom 12.12.2008.

¹³⁰ Gespräch mit Interviewpartner 13 vom 17.12.2008.

Ganz ähnlich der Kommentar eines anderen Gesprächspartners.

„ [...] Ich ziehe mein besseres Sakko an und hänge mir eine Krawatte um den Hals – es kommt ja immerhin der Vorstand aus Wien – aber ich mache mir da nicht viele Gedanken, vor Weihnachten ist es meistens so hektisch, dass ich kämpfen muss, rechtzeitig bei der Weihnachtsfeier zu sein [...].“¹³¹

Bei den *weiblichen Interviewpartnerinnen* waren die Antworten etwas differenzierter, was darauf schließen lässt, dass die Auswahl der Kleidung länger überlegt wird. Über die Funktionen der Kleidung und deren Auswirkung auf die Trägerinnen wird in einem späteren Kapitel noch genauer eingegangen.

„ [...] Das richtige Outfit bei der Weihnachtsfeier ist so eine Sache. Die Männer haben es da viel einfacher, sie ziehen ein Sakko an und nehmen eine Krawatte und schon ist der Mann fertig angezogen. Bei Frauen ist das viel komplizierter. Ich habe es selbst beobachtet, wie sich manche KollegInnen vor der Feier noch umziehen und herrichten. Ich persönlich halte davon nichts, da ich jeden Tag versuche, mich entsprechend den betrieblichen Anforderungen zu kleiden und daher auch bei der Weihnachtsfeier schon vorher nachdenke, was ich tragen kann.“¹³²

Die zweite Interviewpartnerin hat die Frage ähnlich beantwortet.

„ [...] ich versuche, bei der Weihnachtsfeier eleganter gekleidet zu sein, als im normalen Büroalltag. Da ich meistens auch für den Vorstand dolmetsche, damit die tschechischen KollegInnen, die nicht deutsch sprechen auch die Ansprachen verstehen, weiß ich, dass mich viele Menschen beobachten werden – daher achte ich schon darauf, wie ich gekleidet bin, ich repräsentiere ja auch das Unternehmen [...].“¹³³

„ [...] Es ist nicht mein Stil, elegante Kleidung zu tragen. Ich möchte lässige Sachen tragen und fühle mich für die festliche Kleidung zu jung. Ich kann es auch schwer verstehen, warum

¹³¹ Gespräch mit Interviewpartner 4 vom 10.12.2008.

¹³² Gespräch mit Interviewpartnerin 3 vom 10.12.2008.

¹³³ Gespräch mit Interviewpartnerin 5 vom 11.12.2008.

bei der Weihnachtsfeier alle so herausgeputzt sind – da kann doch keine Stimmung aufkommen [...].“¹³⁴

Ein **nächster Fragenschwerpunkt** betraf **das Essen** auf betrieblichen Weihnachtsfeiern. Das Essen war schon im vorigen Jahrhundert ein wesentlicher Bestandteil der Weihnachtsfeier.

„In der Wohnung gab es eine Tafel mit Weihnachtsgeschenken, die aus einem Laib Weißbrot und anderen Backwerk bestanden.“¹³⁵

Dieser Umstand hat sich im Laufe der Jahrzehnte nicht verändert. Die Auswahl des Buffets ist eine der schwierigsten Aufgaben für die Organisation der betrieblichen Weihnachtsfeier, wie im Kapitel über die Organisation noch näher erläutert wird.

Bei den Interviews hat sich aber herausgestellt – zumindest aus den erhaltenen Antworten –, dass das Essen bei der Weihnachtsfeier eher als Nebensache angesehen wird.

Hier ergibt sich eine gewisse Diskrepanz zwischen den mündlichen Kommentaren und den Antworten auf den Fragebögen. Auf den Fragebögen, die allerdings an eine größere Anzahl von MitarbeiterInnen verteilt worden sind, gibt es auch eine Vielzahl von kritischen Bemerkungen zu diesem Themenfeld.

„ [...] Für mich ist das Essen auf der Weihnachtsfeier eigentlich Nebensache. Es sollte natürlich schon gut gewählt sein, nicht belegte Brötchen oder vergleichbare Sachen, aber im Grunde ist mir das egal [...].“¹³⁶

„ [...] Es ist mir schon aufgefallen, dass es KollegInnen gibt, die über das Essen bei der Weihnachtsfeier sprechen, vor der Feier, während der Feier und nach der Feier. Ich sehe das aber als eine Möglichkeit der Kommunikation an [...].“¹³⁷

¹³⁴ Gespräch mit Interviewpartnerin 11 vom 16.12.2008.

¹³⁵ Berger, Franz (1993): ... hielt der Chef eine auf das Fest Bezug habende Ansprache. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 18.

¹³⁶ Gespräch mit Interviewpartner 1 vom 09.12.2008.

¹³⁷ Gespräch mit Interviewpartner 2 vom 09.12.2008.

„ [...] Für mich ist es wichtig, dass die MitarbeiterInnen eine schöne Feier haben. Ich persönlich habe keine besonderen Ansprüche. Aber es wäre falsch, wenn das Unternehmen beim Buffet sparen würde.“¹³⁸

„ [...] ich kann mich erinnern, dass im Vorjahr das Essen im Restaurant miserabel war. Da entsteht dann das Problem, dass sofort negativ über das Unternehmen geredet wird, zumal wir ein ausländisches Unternehmen sind. Wie das in Zukunft sein wird, das wird sich vielleicht ändern, weil viele zusperren. Was mich betrifft, will ich schon ein akzeptables Buffet, aber damit bin ich schon zufrieden [...].“¹³⁹

„ [...] Essen auf der Weihnachtsfeier? Nur bedingt interessant, weil jeder beobachtet, wenn vielleicht auch nicht bewusst, was die anderen essen. Der Tratsch in einem Unternehmen macht vor nichts Halt – das wäre vielleicht auch ein Thema für eine Untersuchung [...].“¹⁴⁰

Jedes Gespräch wurde mit dem **Themenschwerpunkt der Kommunikation mit den anderen KollegInnen und der Verweildauer auf der Weihnachtsfeier** abgeschlossen.

Die betriebliche Weihnachtsfeier ist ein wichtiger Faktor der innerbetrieblichen Kommunikation, des Kennenlernens der KollegInnen und erfüllt damit auch einen wichtigen sozialen Faktor. Bei einem über viele Länder verstreuten Unternehmen ist es schwer, alle MitarbeiterInnen für eine gemeinsame Veranstaltung zusammenzubringen. Die Weihnachtsfeier ist hier ein möglicher Anlass, aber auch zu diesem Termin haben nicht alle Angestellten Zeit.

Die Gespräche mit KollegInnen während der betrieblichen Weihnachtsfeier sind bei Interviews signifikant herausgehoben worden, jeder der befragten Personen hat diesen Umstand mehrere Male im Gespräch betont.

Die Verweildauer auf der betrieblichen Weihnachtsfeier wurde von den InterviewpartnerInnen unterschiedlich gesehen. Das hängt auch damit zusammen, da es hier doch erhebliche Unterschiede der Feiern in den Ländern gibt. In Österreich beginnt die Feier um 16.30 Uhr, gegen 22 Uhr gehen dann die ersten MitarbeiterInnen – eine Entwicklung, die

¹³⁸ Gespräch mit Interviewpartner 4 vom 10.12.2008.

¹³⁹ Gespräch mit Interviewpartnerin 5 vom 11.12.2008.

¹⁴⁰ Gespräch mit Interviewpartnerin 10 vom 15.12.2008.

sich bis ca. 23 Uhr verstärkt. Ein „harter Kern“ bleibt dann bis zirka 1 Uhr in der Nacht, dann löst sich die Veranstaltung auf.

In Prag und Warschau beginnt die Weihnachtsfeier erst um 19 Uhr – hier ist bis 17 Uhr noch normale Arbeitszeit. Bis 22 Uhr ist das Buffet im Gange, dann wandelt sich die Feier in eine partyähnliche Veranstaltung um. Vor 24 Uhr geht fast niemand, ab 2 Uhr werden die TeilnehmerInnen an der Feier etwas weniger, ab 4 Uhr ist dann nur mehr der schon oben erwähnte „harte Kern“ in Feierlaune.

Die Verweildauer auf der betrieblichen Weihnachtsfeier ist ebenfalls ein wichtiges Element. Eine zu kurze Anwesenheit kann als Unhöflichkeit und Desinteresse ausgelegt werden und dementsprechend vom Management interpretiert werden. Eine überlange Anwesenheit – womöglich auch noch in einem zunehmend von Alkohol geprägten Zustand – führt genauso zu negativen Interpretationen, sowohl bei MitarbeiterInnen als auch beim Management. Es gibt auch den Tag NACH der Weihnachtsfeier und jede Handlung auf einer betrieblichen Weihnachtsfeier wird von anwesenden KollegInnen registriert und im innerbetrieblichen Meinungsaustausch weitererzählt.

Unter diesem Aspekt standen auch die Antworten der befragten Personen.

„[...] Ich habe bei der Weihnachtsfeier die Gelegenheit mit KollegInnen fachzusimpeln, die ich das ganze Jahr nicht sehe, die aber interessante Projekte betreuen. Da kann es schon sein, dass am Tisch viele TechnikerInnen sitzen und eine Stunde lang über technische Details gesprochen wird. Das ist vielleicht für einen Außenstehenden langweilig, für uns ist das spannend und ich für mich persönlich kann daraus neue Erfahrungen gewinnen. Natürlich geht das nicht den ganzen Abend, auch andere Gesprächsthemen privater Natur kommen zum Zug. [...] Ich versuche immer, nicht bei den ersten, aber auch nicht bei den letzten zu sein, die gehen. Meistens ist es dann sowieso der Fall, dass eine allgemeine Aufbruchsstimmung einsetzt und dann alle gehen [...].“¹⁴¹

„[...] das Gespräch mit KollegInnen ist für mich wichtig, ich nutze die Weihnachtsfeier zum Kennenlernen [...].“¹⁴²

¹⁴¹ Gespräch mit Interviewpartner 1 vom 09.12.2008.

¹⁴² Gespräch mit Interviewpartner 2 vom 09.12.2008.

„ [...] Als Tiroler bin ich auf einer Wiener Weihnachtsfeier etwas auffallend Besonderes. Viele wollen mit dem Gebirgsmenschen aus Tirol sprechen und damit kann ich mit vielen KollegInnen ins Gespräch kommen [...].“¹⁴³

„ [...] Natürlich nimmt man sich vor, mit allen KollegInnen ein paar Worte zu wechseln. Aber es ist dann so, dass man auf irgendeinem Tisch hängenbleibt und dort dann zwei oder mehr Stunden sitzt und plaudert. Aber je später der Abend, desto weniger werden die anwesenden Personen und dann ergibt sich immer noch die Gelegenheit, mit dem einen oder anderen Kollegen oder Kollegin zu plaudern. [...] Ich bin meistens bei den Letzten, die gehen. Es gibt immer etwas zum Erzählen [...].“¹⁴⁴

„ [...] Ich muss mich meistens um den Vorstand aus Wien kümmern, ich habe nicht viel Zeit mit den MitarbeiterInnen zu sprechen. [...] Ich bemühe mich, dass ich um 1 Uhr im Bett bin – das ist zwar in Polen nicht einfach, aber irgendeine Hintertüre finde ich immer [...].“¹⁴⁵

„ [...] Meistens ist es so, dass die ÖsterreicherInnen beisammen sitzen und die Tschechen. Das Hauptproblem ist natürlich die Sprache. [...] Viele flüchten dann auch, wenn die Musik zu laut wird, eine Unterhaltung ist dann sehr schwierig [...].“¹⁴⁶

10.2 Organisation

10.2.1 Betriebsinterne Organisation

10.2.1.1 Entscheidungsprozess über Ort und Zeit

Ein wesentlicher Punkt der vorweihnachtlichen Planung ist die Festlegung von Ort und Zeit der betrieblichen Weihnachtsfeier.

¹⁴³ Gespräch mit Interviewpartner 14 vom 17.12.2008.

¹⁴⁴ Gespräch mit Interviewpartnerin 3 vom 10.12.2008.

¹⁴⁵ Gespräch mit Interviewpartner 4 vom 10.12.2008.

¹⁴⁶ Gespräch mit Interviewpartnerin 5 vom 11.12.2008.

Diese Entscheidung stellt sich üblicherweise Ende September/Anfang Oktober eines laufenden Jahres. Wenn die Feier in einem Restaurant stattfinden soll und der Termin knapp vor Weihnachten sein soll, ist eine zeitgerechte Reservierung unbedingt erforderlich.

Eine wichtige Basis für die Entscheidung über Ort und Zeit ist die Meinung der MitarbeiterInnen über die Feier des Vorjahres.

Letztendlich wird die Entscheidung vom Vorstand gefällt, wann und wo die Feier stattfindet. Im untersuchten Jahr wurde der Entscheidungsprozess von der Organisatorin der betrieblichen Weihnachtsfeier folgendermaßen beschrieben:

„[...] ich habe zunächst eine Anfrage beim Saalvermieter gemacht und zwei Termine vorweg reservieren lassen – einen früheren Termin und einen späteren Termin. Der Ort der Veranstaltung ist für das heurige Jahr bereits im Vorfeld festgelegt worden, der Vorstand hat in diesem Punkt bereits im Sommer seine Empfehlung angegeben.

Beide Termine sind dann dem Vorstand vorgelegt worden, worauf dieser den Termin der Weihnachtsfeier mit seinem Terminkalender abgestimmt hat. [...] Für 2008 ist auf diese Weise der 22. Dezember entstanden [...].“¹⁴⁷

Dieser kurze Ausschnitt aus dem Gespräch mit der Organisatorin zeigt, dass die Gestaltungsmöglichkeit bei der Organisation der Weihnachtsfeier nur in einem sehr engen Bereich möglich ist und bei einem verhältnismäßig kleinen Unternehmen diese Entscheidung doch noch im Stil eines Firmenpatriarchen getroffen wird.

Die Terminfestlegung der betrieblichen Weihnachtsfeier für das Jahr 2008 hat am 5. November stattgefunden – also relativ spät im „Weihnachtsquartal“.

Am gleichen Tag erfolgte die Zusammenstellung des Buffets und die Auswahl der weihnachtlichen Tischdekoration.

Im engen Zusammenhang mit dem Essen auf der betrieblichen Weihnachtsfeier steht die Gestaltung der Tafel. Dazu zählt nicht nur die Auswahl der weihnachtlichen Tischdekoration, auch die Wahl von Geschirr und Besteck sind maßgebliche Komponenten für eine festliche Tafel.

¹⁴⁷ Gespräch mit Organisatorin vom 18.12.2008.

Bei der betrieblichen Weihnachtsfeier im untersuchten Unternehmen wird auf die Vorbereitung der Tafel Wert gelegt.



Abbildung 1: Gedeckte Tafel; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Die Tafel bei der betrieblichen Weihnachtsfeier des untersuchten Unternehmens wurde vom beauftragten Catering-Service gedeckt.

Die Tafel ist feierlich gedeckt mit Besteck für Vorspeise, Suppe, Hauptspeise und Dessert. Trinkgläser sind für Wasser und Wein vorbereitet. Die Servietten sind aus Papier, aber kunstvoll gefaltet. Es wurde jeweils eine weiße und eine rote Papierserviette ineinander gefaltet.

In der Mitte des Tisches befinden sich eine Pflanzendekoration und Gläser mit Kerzen. Die Pflanzendekoration besteht aus echten Pflanzen, die in einen schwammähnlichen Untersatz

gesteckt sind. Dunkelgrün und Rot sind die vorherrschenden Farben, die eingeflochtenen Weihnachtskugeln sind ebenfalls rot.

Die Kerzen sind weiß, klein und stehen in einem durchsichtigen Glas. Mit Beginn des Buffets wurden die Kerzen entzündet, um weihnachtliche Stimmung zu verbreiten.

Die vom Catering-Unternehmen vorgeschlagenen Wahlmöglichkeiten finden sich im Bildanhang (Bild 1 und Bild 2).

Ausgewählt wurde von der Organisatorin die Tischdekoration wie im Bild des Anhangs 1 ersichtlich, da das Gesteck „einladender und freundlicher“¹⁴⁸ ist.

10.2.1.2 Einladung

Sobald Termin und Ort der betrieblichen Weihnachtsfeier feststehen, erfolgt die Aussendung der Einladung an die MitarbeiterInnen.

Die Einladung erfolgt per E-Mail an alle MitarbeiterInnen mit der Bitte, bis zu einem genannten Stichtag mit einer Zusage oder Absage zu antworten.

Diese Rückmeldung wird deswegen verlangt, um den ungefähren Umfang des Buffets planen zu können.

Der Text der Einladung lautet:

„Der Vorstand der Gesellschaft lädt alle MitarbeiterInnen zur alljährlichen Weihnachtsfeier ein.

Die Weihnachtsfeier findet am 22. Dezember 2008 in der Florido Lounge im Florido Tower statt und beginnt um 16.30 Uhr.

Ich ersuche Sie, mir bis zum 15. November mitzuteilen, ob Sie an der Weihnachtsfeier teilnehmen.“¹⁴⁹

Der Text der Einladung ist sehr kurz und knapp gehalten und sehr förmlich formuliert. Im Gespräch mit der Organisatorin der Feier hat sich herausgestellt, dass das Wichtigste bei der

¹⁴⁸ Gespräch mit Organisatorin vom 18.12.2008.

¹⁴⁹ Text der E-Mail-Einladung vom 03.11.2008.

Einladung die Aufforderung zur Rückmeldung wegen der Teilnahme ist, um planen zu können.

In einigen Fällen ist es auch notwendig, KollegInnen anzurufen, weil sie auf das E-Mail nicht reagieren.

Dennoch gibt es immer einen Unterschied zwischen den angemeldeten Personen und der Zahl der tatsächlich erscheinenden Gäste, da es im letzten Moment Absagen gibt.

10.2.2 Betriebsexterne Organisation

Die betriebsexterne Organisation wurde im Rahmen dieser Arbeit nicht untersucht, da es sich um Handlungen außerhalb der beobachteten Gesellschaft handelt.

Die Tätigkeiten der externen Organisation für die betriebliche Weihnachtsfeier des Jahres 2008 umfasst folgende Leistungen:

- Aufbau der Tische und Sessel
- Aufbau der Stehtische
- Decken und Dekorieren der Tische
- Aufbau des Buffets
- Aufbau einer Getränkebar
- Servieren von Getränken
- Abservieren des Geschirrs
- Betreuung des Buffets
- Betreuung der Getränkebar

Im Weiteren wird im nächsten Kapitel auf diese Leistungen eingegangen, wenn dies im Beobachtungsprotokoll festgehalten wurde.

10.3 Der Tag der Feier

10.3.1 Vorbereitungen der MitarbeiterInnen

10.3.1.1 Kleidung

In den Auszügen aus den Interviews wurde schon erwähnt, dass die Kleidung für die betriebliche Weihnachtsfeier ein wichtiger Punkt für die individuelle Vorbereitung ist.

Die Kleidung spielt bei den TeilnehmerInnen der betrieblichen Weihnachtsfeier eine wichtige Rolle. Wenn die Feier außerhalb der Räumlichkeiten des Unternehmens stattfindet, z.B. in einem Restaurant, dann wird durch die Feier auch die Unternehmenskultur nach außen repräsentiert.

Kleidung ist mehr als das, was man am Morgen aus dem Schrank holt. Wenn man einen Menschen nicht kennt, dann sagt die Kleidung etwas über Geschlecht, Beruf, Nationalität oder sozialen Status aus – noch bevor seine Sprechweise, Mimik oder Gestik ein Urteil zulassen.

Die Kleidung erzählt auch Geschichte. Die vom Bürgertum im 19. Jahrhundert aufgestellten Unterscheidungsmerkmale der Kleidung sind heute durch das Vorhandensein der Marken gegeben.

„Es reicht nicht aus, Kleidung mit dem Etikett „Mode“ zu versehen und sich damit etwa nur auf Fragen der Form, des Materials und der Farbe zu beschränken. Kleidung ist mehr, ist Visitenkarte dessen, der sie trägt, ist Dokument der Zeit, in der sie entsteht und getragen wird, ist ein Stück Geschichte des menschlichen Zusammenlebens.“¹⁵⁰

Die Kleidung ist Teil der Kultur der Menschen, die Sprache der Kleidung ist genauso vielfältig wie das menschliche Dasein im Spannungsfeld des Alltags.

Kleidung hat eine „3S-Funktion“:¹⁵¹ Kleidung schützt – gegen Kälte und Hitze, sie ist aber auch physischer Schutz in Extremsituationen oder psychischer Schutz. „Auch der dunkle Businessanzug (Seriosität) mit weißem Hemd (Unschuld und moralische Makellosigkeit) und

¹⁵⁰ Spiegel, Christine (1991): Kleider und Leute. Anmerkungen zur Ausstellung. In: Katalog der Vorarlberger Landesausstellung 1991, S.12.

¹⁵¹ Ebner, Claudia C. (2007): Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld, S. 16.

steifem Kragen (Pflichtbewusstsein sowie männliche Potenz) soll vor unmoralischen Angeboten schützen.“¹⁵²

Kleidung bedeckt, wobei in der modernen Gesellschaft der Punkt „Scham“ nahezu irrelevant ist.

Für die betriebliche Weihnachtsfeier ist die Schmuckfunktion der Kleidung am Bedeutendsten. „Das Verlangen des Menschen, sich zu schmücken, ist das weitläufig akzeptierte Motiv für Kleidung.“¹⁵³

Bei der Schmuckfunktion lassen sich fünf Kategorien unterscheiden:¹⁵⁴ die erste Kategorie betrifft die Verführung. „Der offene und bewusste Zweck der Kleidung [...] bestünde darin, die sexuelle Attraktivität der TrägerInnen zu erhöhen, das sexuelle Interesse der VerehrerInnen des anderen Geschlechts und den Neid der RivalInnen zu erregen.“¹⁵⁵

Die Kategorie der Einschüchterung spielt heute keine Rolle mehr. „Der Ehrfurcht erregende [...] Effekt, der durch Kriegsbemalung entsteht, soll Gegner [...] verunsichern [...]“¹⁵⁶

Rang- und Berufsabzeichen sind die dritte Kategorie, die auch heute noch zu finden ist. In vielen Bereichen des öffentlichen Dienstes gibt es Uniformen, die auch bei offiziellen Anlässen getragen werden müssen.

Eine weitere Kategorie ist die Zurschaustellung von Reichtum. Das Tragen von Markenkleidung zeigt, dass man sich teure Kleidung leisten kann oder leisten will. Der Name einer Designer-Marke auf einem Kleidungsstück verdoppelt den Kaufpreis. „Sich modisch zu kleiden heißt, dem ständigen Wandel Tribut zu zollen. Dies ist in den allermeisten Fällen sehr zeit- und geldaufwendig. So wird das „Sich-immer-modisch-Kleiden“ zum Statussymbol.“¹⁵⁷

Auch auf betrieblichen Weihnachtsfeiern ist zu beobachten, dass es innerhalb der Belegschaft große Differenzen bei der getragenen Kleidung gibt. Grundsätzlich kann man sagen, dass eine höhere Position im Unternehmen auch mit teurerer Kleidung verbunden ist.

¹⁵² Ebner, Claudia C. (2007): Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld, S. 17.

¹⁵³ Ebd., S. 18.

¹⁵⁴ Vgl. ebd., S. 18ff.

¹⁵⁵ Ebd., S. 18.

¹⁵⁶ Ebd., S. 19.

¹⁵⁷ Ebd., S. 20.

Die fünfte Kategorie wird als „Extension of the Body“ bezeichnet – diese Kategorie kann die modische Kleidung in einer Position, in der es wichtig ist, immer aktuell zu sein, genau dieses ausstrahlen.

Die Verbindung von Mode und Kultur impliziert, dass die Kultur ein zentraler Punkt in wirtschaftlichen Beziehungen ist. Das ist ein Prozess, der normalerweise positiv bewertet wird, denn niemand ist gegen mehr Kultur.

Claudia Ebner schreibt, dass „Kultur auch ein Hilfsmittel ist, um den externen Erfolg von Unternehmen – in deren Repräsentation – zu steigern.“¹⁵⁸

Auf der betrieblichen Weihnachtsfeier der untersuchten Gesellschaft ist bei den Männern Anzug und Krawatte die Standardkleidung. Sowohl das Management als auch die Angestellten sind zur Feier mit dieser Kleidung erschienen, nahezu alle tragen Krawatte. Es gibt nur ein oder zwei Mitarbeiter, die keine Krawatte tragen.

Es lässt sich feststellen, dass jüngere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus den osteuropäischen Ländern am elegantesten gekleidet sind. MitarbeiterInnen in höheren Positionen sind modischer gekleidet als MitarbeiterInnen, die den Status von Angestellten haben.

Das Unternehmen gilt sowohl in der Geschäftsstrategie als auch in der Unternehmenskultur als konservativ. Diese konservative Ausrichtung zeigt sich auch in der Feierkultur und in der Kleidung der MitarbeiterInnen. Die weiblichen Angestellten sind dem Anlass entsprechend feierlich-elegant gekleidet, da das Unternehmen jedoch technisch orientiert ist, in zahlenmäßiger Minderheit vertreten.

Der Gesamteindruck der betrieblichen Weihnachtsfeier aus kleidungstechnischer Sicht ergibt ein Bild der ausgewogenen Einheit durch Anzug und Krawatte.

¹⁵⁸ Ebner, Claudia C. (2007): Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld, S. 76.

10.3.1.2 Dekoration

Die Dekoration der betrieblichen Weihnachtsfeier des untersuchten Unternehmens ist aus den folgenden Abbildungen erkennbar.



Abbildung 2: Tischdekoration; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.



Abbildung 3: Dekoration der Stehtische; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Schon zu Beginn der Adventzeit ist es üblich, die Wohnungen mit Weihnachtsdekoration zu schmücken. Es gibt dabei die verschiedensten Möglichkeiten und Materialien zur Dekoration. Tannenzweige und Kerzen schmücken die Zimmer, Glaskugeln hängen an den Wänden und der Adventkalender darf auch nicht fehlen. Transparentbilder „sorgen für Stimmung, gleichviel, ob sie auf der Fensterbank stehen oder vor einer Kerze oder Lampe. Das warme Licht stimmt froh.“¹⁵⁹

Manche Haus- und Wohnungsbesitzer nützen die Vorweihnachtszeit auch dazu, um mit blinkenden Lichterketten in allen Farben und mit allen nur denkbaren Motiven die „schönste Zeit des Jahres“ herbeizuleuchten. Viele Dörfer am Land gleichen einem Mini-Las-Vegas.

Im Betrieb ist die Weihnachtsdekoration in der Vorweihnachtszeit dezenter. Die häufigste Form der Dekoration ist der Weihnachtsbaum.

Im untersuchten Unternehmen gibt es zwei Weihnachtsbäume, die mit blauen Kugeln geschmückt sind.

¹⁵⁹ Jensen, Rolf (1998): Weihnachten. Dekorieren und Schenken. Berlin, S. 14.

Die geschmückten Bäume stehen im Empfangsbereich von Besuchern, je ein Baum pro Etage, um Gästen einen weihnachtlichen Eindruck zu verschaffen.

Es handelt sich um eine Tanne, die von einem nahen Christbaumverkäufer besorgt wird. Der Baum wird jedes Jahr mit demselben Schmuck behängt, da die blauen Kugeln der einzige Weihnachtsschmuck sind, den es im Unternehmen gibt.

Wie bereits in einem vorhergehenden Kapitel erläutert, beginnt die Popularität des Weihnachtsbaumes nach dem Wiener Kongress in den Jahren 1814/1815. Die europäischen Fürstenhäuser konkurrenzten sich, wer den schönsten und teuersten Weihnachtsbaum hatte. „Die repräsentative Gestaltung des Weihnachtsbaumes wurde zu einem Wettstreit europäischer Adelliger und hatte ihre Parallelen in der großbürgerlichen Kultur. Unter Königin Victoria von England entfaltete der Weihnachtsbaum mit 13 m Höhe und Geschenken im Wert von 10 000 Pfund eine gewaltige Pracht.“¹⁶⁰

Der Weihnachtsbaum hielt Einzug in die Häuser der Familien und später auch in die Kirchen. Gleichzeitig mit diesem steilen Aufstieg des Weihnachtsbaumes entwickelte sich auch eine ganze Industrie, die den Baumschmuck herstellte. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurde es dann Mode, die Dekoration für den Weihnachtsbaum selbst herzustellen.

Heute ist die Dekoration des Baumes eine Frage des Zeitgeistes. „So ist es in einem Jahr üblich, den Baum in Rot zu putzen, im nächsten Jahr ist Lila gefragt. Häufig wird auch die ganze Sehnsucht nach Schnee hineingelegt und der Weihnachtsbaum in Weiß gestaltet. Immer noch schmücken Familien den Baum mit allem, was ihnen im Laufe der Jahre lieb geworden ist, auch mit selbstgebasteltem Christbaumschmuck.“¹⁶¹

In den USA wurde dann ein Funktionswandel in der Schmückung des Baumes eingeleitet. Gaslampen ersetzen die Kerzen – der Baum wurde aus Eisen hergestellt.

Mit der Erfindung der Elektrizität sind dann elektrische Kerzen als Schmuck verwendet worden.

In den 1960er-Jahren sind in den USA dann die ersten Weihnachtsbäume in den Vorgärten erschienen.

¹⁶⁰ Vossen, Karla (1985): Rund um den Weihnachtsbaum. In: Vossen, Rüdiger: Weihnachtsbräuche in aller Welt. Weihnachtszeit – Wendezeit, Martini bis Lichtmess. Hamburg, S. 90.

¹⁶¹ Ebd., S. 93.

Karla Vossen kritisiert, dass „für die meisten Menschen der geschmückte Weihnachtsbaum rein dekorativen Charakter hat. Als Mittelpunkt des häuslichen Festes verliert er seinen Wert in einer Zeit, in der das Familienbewusstsein mehr und mehr aufgegeben wird. [...] Verlorengegangen sind uns das Verständnis für die Natur und die für uns lebenswichtige Bedeutung des Baumes sowie sein kultischer Bezug.“¹⁶²

Die weihnachtliche Dekoration steht als Symbol der Fruchtbarkeit, als christliches Zeichen und als Schmuck für den Baum. In der heutigen Zeit hat der Christbaumschmuck überwiegend dekorativen Charakter und trägt zur Sentimentalität rund um den Weihnachtsbaum bei.

Außer dem Weihnachtsbaum gibt es im Unternehmen in den Räumlichkeiten nur wenig weihnachtliche Dekoration.

In einigen Büros hängt ein Adventkalender. Auf einigen Schreibtischen stehen Duftkerzen, die weihnachtliche Düfte verbreiten sollen. Die Duftsorten dazu heißen Apfel-Zimt oder Lebkuchen.

Im Empfangsbereich beider Etagen gibt es auch noch je einen Adventkranz, der jeweils dem aktuellen modischen Trend entspricht. Die Adventkränze werden in der ersten Dezemberwoche gekauft.

10.3.1.3 Essen

Aus dem Gespräch mit der Organisatorin hat sich auch gezeigt, dass das Essen ein wichtiger Aspekt der betrieblichen Weihnachtsfeier ist.

„Es gibt KollegInnen, die jeden Tag in das Betriebsrestaurant essen gehen. Am Tag der Weihnachtsfeier sieht man diese KollegInnen nicht im Speisesaal.“¹⁶³

Die Auswahl der Speisen beim Buffet ist immer so gestaltet, dass es auch fleischlose Speisen gibt.

¹⁶² Vossen, Karla (1985): Rund um den Weihnachtsbaum. In: Vossen, Rüdiger: Weihnachtsbräuche in aller Welt. Weihnachtszeit – Wendezeit, Martini bis Lichtmess. Hamburg, S. 95.

¹⁶³ Interview mit Organisatorin vom 18.12.2008.

Die Entscheidung, aus welchen Speisen das Buffet zusammengestellt wird, erfolgt durch die Organisatorin.

„ [...] Ich beobachte immer, was gut ankommt und welche Speisen weniger beliebt sind. Auf Grund dieser Erfahrungen kann ich dann im nächsten Jahr das Angebot dementsprechend verändern [...].“¹⁶⁴

Bei der Zusammenstellung des Buffets muss im untersuchten Unternehmen auf konfessionelle Einschränkungen keine Rücksicht genommen werden.

10.4 Ablauf der Feier

Im folgenden Kapitel wird der Ablauf der betrieblichen Weihnachtsfeier beschrieben. Die Aufzeichnungen wurden im Rahmen der Beobachtung während der Feier gemacht.

Der Beginn der Feier wurde mit 16.30 Uhr festgelegt. Um 16.30 Uhr ist nur das Personal des Caterings anwesend und erwartet die Gäste mit den Begrüßungsgetränken – Sekt, Sekt-Orange und Orangensaft.

Der Ort der Feier befindet sich im 30. Stock des Florido-Towers, ein Büroturm in Wien-Floridsdorf.

¹⁶⁴ Interview mit Organisatorin vom 18.12.2008.



Abbildung 4: Ort der Weihnachtsfeier.

Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt. Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.



Abbildung 5: Ort der Weihnachtsfeier.

Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt. Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.



Abbildung 6: Ort der Weihnachtsfeier.

Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt. Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Die ersten Gäste treffen einige Minuten nach halb fünf ein und werden vom Catering-Personal empfangen.

Der Zustrom der MitarbeiterInnen ist erst nur sehr spärlich, dann plötzlich wird der Zustrom größer. Es hat den Anschein, dass die MitarbeiterInnen zehn Minuten gewartet haben, bevor sie zur Weihnachtsfeier aufgebrochen sind.

Die männlichen Mitarbeiter sind mit Anzug und Krawatte bekleidet, die weiblichen Mitarbeiterinnen festlich-elegant. MitarbeiterInnen, die von auswärts kommen, erkennt man an den Mänteln, die sie tragen.

Nach und nach füllt sich der Raum – es bilden sich erste kleine Gruppen, die mit einem Glas in der Hand zusammenstehen und sich unterhalten.

Manche MitarbeiterInnen gehen herum, gehen von Gruppe zu Gruppe, begrüßen KollegInnen und gehen weiter.

Gegen 17 Uhr erscheinen dann zwei Vorstände der Gesellschaft und mischen sich unter die nun anscheinend bereits vollständig anwesenden MitarbeiterInnen.

Zirka zehn Minuten später ergreift der Vorstandsvorsitzende das Wort und hält eine kurze Ansprache vor den MitarbeiterInnen:

„Zu allererst möchte ich den Herrn [...] entschuldigen, dessen älteste Tochter ins Krankenhaus eingeliefert wurde [...], der aus diesem Grunde nicht an dieser Feier teilnehmen kann.

Das Jahr 2008 war ein sehr spannendes und hat zunächst sehr unspektakulär begonnen, es hat keine großen Erwartungen gegeben, die Banken haben einiges abzuschreiben und man war im Sommer schon der Meinung, dass das Größte überstanden war, was sich allerdings in den letzten vier Monaten als großer Irrtum herausgestellt hat. Es ist dabei sicher auch oft die Frage gestellt worden, wie trifft diese Krise unser Unternehmen, natürlich trifft sie uns, weil wir angesichts der Volumina, die wir bewegen, die Fremdfinanzierung brauchen, um diese Volumina abarbeiten zu können. Das ist zunehmend schwieriger geworden, ich glaube, das ist niemanden von Ihnen entgangen – das ist im privaten Bereich so, das ist im Firmenbereich so, das trifft eigentlich alle gleich und wir hoffen, dass sich im Jahr 2009 insbesondere auf der Bankenseite eine Normalisierung einstellt und Kredite wieder möglich werden, da es auf der einen Seite unverständlich ist, dass Milliardenbeträge aufgewendet werden, um den Banken zu helfen und dann auf der anderen Seite, Kredite nicht gegeben werden, sondern die Gelder bei der Nationalbank hinterlegt werden, das kann nicht im Sinne des Erfinders sein. Wir gehen davon aus, dass es im zweiten Halbjahr 2009 zu einer Entspannung kommen wird, aber bis dahin ist es noch ein weiter Weg. Umso dankenswerter muss man jene MitarbeiterInnen erwähnen, die es in den letzten drei Monaten geschafft haben, für unsere Projekte Kredite in der Höhe von 150 Millionen zu bekommen und ein spezieller Dank an die Landesgeschäftsführungen, die in Zusammenarbeit mit der Finanzabteilung und Rechtsabteilung die Grundlagen für den Abschluss dieser Kredite geschaffen haben und somit ein wichtiger Schritt für die Sicherung der Beschäftigung für die nächsten zwölf bis achtzehn Monate gelegt werden konnte. Es ist aber auch so, dass nicht nur uns das Geld fehlt, sondern auch unseren Käufern, das trifft den Wohnungskäufer genauso den Fonds, der uns ein Hotel oder Bürogebäude abkaufen möchte. Es ist also hier deutlich schwieriger geworden, es ist daher auch das Ersuchen an Ihre Seite, so zu arbeiten, dass wir kosteneffizienter werden, dass wir unsere Produkte billiger herstellen können, denn es ist sicher so, dass beim Fließen der Kredite, die Käufer nicht mehr diese Preise zahlen werden, die in der Vergangenheit bezahlt wurden, sondern deutlich weniger. Das wird sich auch in den nächsten zwei Jahren nicht ändern und so gesehen sollten wir alle Anstrengungen unternehmen, dass wir im Innenverhältnis gut zusammenarbeiten, dass wir an der Kosteneffizienz arbeiten und auf der anderen Seite vielleicht neue Produkte finden, Nischen finden, um neue Käufer ansprechen zu können.

*In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen ein schönes Weihnachtsfest, vom gesamten Vorstand, dass Sie sich gut erholen, das werden wir alle notwendig haben, dass wir mit frischer Kraft das Jahr 2009 beginnen, es wird ein schwieriges, aber lösbares Jahr. Danke schön.*¹⁶⁵

(Applaus der MitarbeiterInnen)

zweiter Vorstand: Dann bleibt mir nur zu sagen: „Das Buffet ist eröffnet.“ (Lachen im Publikum)

Eine Inhaltsanalyse der Rede, die vier Minuten und vierundvierzig Sekunden dauert, dass mehr als vier Minuten für die Erläuterung der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens und die Einstimmung der MitarbeiterInnen auf Sparmaßnahmen verwendet wurden. Die Rede enthält bis auf den Satzsatz keine weihnachtlichen Gedanken, sondern trockene, wirtschaftliche Fakten. Aber auch im Weihnachtsgruß ist der Wunsch der Unternehmensleitung eingebaut, dass die MitarbeiterInnen die Zeit zur Erholung nutzen sollen, um im neuen Jahr für das Unternehmen tatkräftig zur Verfügung zu stehen.

Noble Zurückhaltung lässt sich feststellen. Niemand will der oder die Erste beim Buffet sein. Jeder denkt anscheinend an die Worte, dass von den KollegInnen alles genau registriert wird, was getan wird.

Nach einer Minute geht dann doch der erste Mutige zum Buffet und viele andere MitarbeiterInnen folgen sofort. Es wurde wirklich nur gewartet, nicht den Anfang machen zu müssen.

Das Verhalten der MitarbeiterInnen ist unterschiedlich. Eine Gruppe setzt sich zu den Tischen und scheint abzuwarten, bis sich die Warteschlange beim Buffet reduziert hat. Eine andere Gruppe bleibt stehen und unterhält sich weiter – die dritte und größte Gruppe ist beim Essen zu finden.

¹⁶⁵ Ansprache des Vorstandsvorsitzenden bei der betrieblichen Weihnachtsfeier vom 22.12.2008.



Abbildung 7: Buffet der Weihnachtsfeier; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Das Buffet besteht aus kalten Vorspeisen, warmen Hauptspeisen und Desserts. Die Mehrheit der MitarbeiterInnen nimmt zuerst von den kalten Vorspeisen und sucht sich dann einen Platz an einem der Tische. Einige MitarbeiterInnen gehen gleich zu den warmen Speisen des Buffets.

Nach einigen Minuten hat sich der Andrang beim Buffet aufgelöst und die meisten Tische sind besetzt.

Es herrscht nun ein ständiges Kommen und Gehen zum und vom Buffet. An den Tischen isst man und unterhält sich.

Das Abendessen dauert zwei Stunden. Nach 19 Uhr wird der Zustrom zum Buffet geringer, jetzt sind verstärkt süße Sachen gefragt.

Die KellnerInnen servieren laufend Teller ab und bringen Kaffee zu den Tischen. Auf jedem Tisch wird auch ein Teller mit Weihnachtskeksen gestellt.

Die Sitzordnung an den Tischen ist noch immer so, wie sie sich bei Beginn des Essens ergeben hat. Die Intensität der Unterhaltung ist unterschiedlich. Jeder Tisch hat Platz für acht Personen – es gibt Tische, an denen sich Personengruppen von zwei bis drei Personen miteinander unterhalten, es gibt aber auch Tische, wo eine Person der Alleinunterhalter ist. An den Tischen, wo die Vorstände sitzen, steuern diese die Themen der Kommunikation.

In den nächsten zwei Stunden zeigt sich ein nahezu statisches Bild: die KellnerInnen gehen zwischen den Tischen und der Getränkebar hin und her, tragen leere Wasser- und Weinflaschen von den Tischen weg und bringen volle Flaschen zu den Tischen.

An den Tischen unterhalten sich die MitarbeiterInnen, einzig der Vorstandsvorsitzende hat damit begonnen, sich an andere Tische zu setzen.

Nach 21 Uhr ist zu beobachten, dass die ursprünglichen Sitzordnungen immer mehr verändert werden und die MitarbeiterInnen von Tisch zu Tisch wandern, um auch mit anderen KollegInnen ein Gespräch zu führen.

Gegen 22 Uhr gibt es eine erste Aufbruchswelle – insgesamt sieben MitarbeiterInnen beginnen sich zu verabschieden und verlassen etwa fünf Minuten später die Veranstaltung. Insgesamt sind zirka 50 Personen zur Weihnachtsfeier gekommen.

Nach dem die ersten MitarbeiterInnen gegangen sind, rücken die verbliebenen enger zusammen, es bilden sich neue Gesprächsrunden.

Aber auch immer mehr Personen holen sich den Mantel aus der Garderobe und gehen nach Hause.

Um 23.30 Uhr sind dann noch 15 Personen anwesend – die KellnerInnen stehen gelangweilt bei der Getränkebar, ihrem Gesichtsausdruck nach sehnen sie das Ende der Veranstaltung schon herbei, um aufräumen und nach Hause gehen zu können.

In der Zeit ab 22 Uhr wurde im Rahmen der Beobachtung auch versucht, die Gesprächsthemen an den Tischen zu erfahren. Die Gäste hatten sich um diese Zeit schon an die Feldforscherin gewöhnt und ihre Anwesenheit nicht mehr aktiv registriert.

Die meisten der Gespräche behandelten firmeninterne Angelegenheiten – an einem Tisch mit TechnikerInnen wurde eifrig über statische Probleme bei der Montage von Stahlträgern für

eine freihängende Decke geplaudert, das Gespräch ist dann nahtlos übergegangen über Probleme bei der Montage von Bauteilen für die Glasfassade.

An einem anderen Tisch wurde über Urlaubsziele gesprochen und am dritten, noch besetzten Tisch erzählte ein Mitarbeiter wie schön es in Tirol ist.

Arbeitsprobleme, Urlaubsträume und Heimatlob – auf diese Punkte kann man die Gesprächsinhalte wohl eingrenzen.

Gegen 0.30 Uhr waren dann noch acht Personen anwesend – diese sind dann gemeinsam aufgestanden und haben als Letzte die Feier verlassen.

Welche Schlüsse können aus diesen Beobachtungen gezogen werden?

Die sogenannte „Weihnachtsfeier“ ist eine Betriebsfeier – die einzigen Bezugspunkte zu Weihnachten sind die weihnachtlichen Dekorationen, die Weihnachtskekse und der Termin vor Weihnachten. Die Feier könnte genauso im Sommer stattfinden.

Im Mittelpunkt der Feier stehen das gemeinsame Abendessen und die Unterhaltung mit den KollegInnen. Die Gesprächsinhalte handeln von Arbeitsproblemen, verbrachten und geplanten Urlauben sowie Geschichten von zu Hause.

Der Vorstand steht nur am Anfang der Feier im Mittelpunkt, wenn er seine Rede hält – dann mischt er sich unter die MitarbeiterInnen und unterhält sich mit ihnen.

Eine komplette „Durchmischung“ im Rahmen der Kommunikation findet nicht statt. Die Einzeltische führen zu einer Gruppenbildung, die sich grundsätzlich den ganzen Abend nicht mehr auflöst. Erst nach einigen Stunden wird diese Sitzordnung aufgelöst – ein Kontakt zwischen allen MitarbeiterInnen ist aber nicht möglich.

Die generelle Atmosphäre der Feier ist ruhig und seriös. Betriebliche Weihnachtsfeiern haben den Ruf, dass es auch zu Fehlverhalten kommen kann, das durch übermäßigen Alkoholkonsum verursacht werden kann.

Die beobachtete Feier ist geprägt von den Gesprächen der MitarbeiterInnen.

11. Nach der Feier

11.1 Anonyme schriftliche Befragung

Die Stimmung der MitarbeiterInnen nach der betrieblichen Weihnachtsfeier wurde durch die Verteilung eines Fragebogens untersucht.

Der Fragebogen umfasst zehn Fragen mit gebundenen Antworten, eine Frage über die generelle Zukunft der Weihnachtsfeier sowie die Möglichkeit einer offenen Angabe von Wünschen und Kritikpunkten.

Der Fragebogen wurde bei der Garderobe aufgelegt, jeder Gast, der die Feier verlassen hat wurde gebeten, einen Fragebogen mitzunehmen oder gleich auszufüllen.

Darüber hinaus hat die Organisatorin der betrieblichen Weihnachtsfeier die Fragebögen im Büro verteilt und sich auch bereit erklärt, die ausgefüllten Fragebögen einzusammeln, um den Rückfluss zu erhöhen.

An der Feier haben 53 Personen teilgenommen, jeder hat einen Fragebogen erhalten. Gleich bei der Feier hat niemand den Fragebogen ausgefüllt. Da viele MitarbeiterInnen nach der betrieblichen Weihnachtsfeier sofort in die Weihnachtsferien gefahren sind, ist mit der Abholung des Rücklaufes der Fragebögen erst Mitte Januar begonnen worden.

Insgesamt sind 35 Fragebögen ausgefüllt worden, das entspricht einer Rücklaufquote von 66 %. *Als Antwortmöglichkeit gibt es eine Skala von 1 bis 5, wobei nach dem Schulnotensystem 1 als besonders positiv und 5 als besonders negativ gilt.*

Das Zahlensystem wurde gewählt, um eine schnelle, rechnerische Auswertung zu ermöglichen.

11.1.1 Erfüllung der Erwartungshaltungen

Die erste Frage des Fragebogens galt den Vorstellungen und Wünschen an die betriebliche Weihnachtsfeier.

Werden Ihre Vorstellungen, Ideen, Bedürfnisse, Wünsche bei der Betriebsweihnachtsfeier berücksichtigt?

Der Bogen der Antworten spannte sich bei dieser Frage von 1 bis 5.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 12 | 11 | 7 | 3 | 2 |

Die Verteilung der Antworten zeigt, dass die Mehrheit der Meinung ist, dass die Wünsche und Vorstellungen der MitarbeiterInnen berücksichtigt werden.

In den Gesprächen vor der Weihnachtsfeier hat sich ergeben, dass die Kommunikation mit den KollegInnen und in geringerem Ausmaß auch das Buffet die Hauptinteressen sind. Die Beobachtung der Feier hat gezeigt, dass diese beiden Punkte bei der Feier erfüllt werden, wodurch sich die positiven Antworten bei dieser Frage ergeben.

Können Sie den Entscheidungsprozess über Ort und Zeit bestimmen?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 0 | 0 | 2 | 5 | 28 |

Dieses Ergebnis ist eindeutig und entspricht auch den Informationen aus dem Gespräch mit der Organisatorin. Der Ort und die Zeit der betrieblichen Weihnachtsfeier werden in Abstimmung mit den Terminen des Vorstandes festgelegt. Auf Grundlage dieser Termine wird dann die Einladung verschickt.

Sollen kulturelle Veranstaltungen ein Bestandteil der Betriebsweihnachtsfeier sein?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 7 | 5 | 8 | 7 | 8 |

Bei dieser Frage zeigen die Antworten kein klares Bild. Das ist darauf zurückzuführen, dass es für diesen Punkt im Unternehmen eine Diskussion zwischen zwei Gruppen gibt: eine Gruppe möchte die betriebliche Weihnachtsfeier mit einer Kulturveranstaltung außer Haus verbringen, die zweite Gruppe bevorzugt eine Feier in einem Saal – mit Buffet –, um sich mit den anderen MitarbeiterInnen unterhalten zu können.

In Gesprächen hat sich herausgestellt, dass in den letzten fünf Jahren drei Weihnachtsfeiern mit einer Kulturveranstaltung verbunden worden sind. Zweimal wurden Bilder-Ausstellungen besucht, einmal eine Show-Veranstaltung („Palazzo“).

In den letzten beiden Jahren (einschließlich 2008) ist die Feier dann traditionell in einem Festsaal abgehalten worden.

Die Antworten zeigen die Teilung der Meinung der MitarbeiterInnen in diese zwei Gruppen. Im Gespräch mit der Organisatorin wurde diese Zweiteilung auch angesprochen, die jedes Jahr regelmäßig zu Diskussionen im Vorfeld der Weihnachtsfeier führt.

Die definitive Entscheidung über die Art und Weise der Weihnachtsfeier trifft aber immer das Management.

Werden Sie in die Organisation miteingebunden?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 35 |

Ein klares Ergebnis! Die Organisation der Feier liegt in den Händen einer Person. Diese stimmt alle Einzelheiten mit dem Management ab und setzt dann innerhalb dieser Eckpunkte die betriebliche Weihnachtsfeier um.

Die MitarbeiterInnen haben keinen Einfluss auf die Organisation.

Möchten Sie gerne intensiver in die Organisation miteinbezogen werden?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 3 | 1 | 5 | 25 |

Aus den Antworten kann man ablesen, dass die MitarbeiterInnen mit der Organisation einverstanden sind. Es lässt sich aber auch erkennen, dass niemand die Arbeit der Organisation machen will (mit Ausnahme einer Person).

Werden Ihre Erwartungshaltungen an die Betriebsweihnachtsfeier erfüllt?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 16 | 12 | 3 | 2 | 2 |

Diese Verteilung der Antworten gibt ein mehrheitlich positives Bild hinsichtlich der Erfüllung der Erwartungen der MitarbeiterInnen.

Dieses Ergebnis spiegelt nur das wider, was die MitarbeiterInnen in den Gesprächen bereits mehrfach und öfter angesprochen haben.

Die Kommunikation mit den KollegInnen steht im Mittelpunkt der Erwartungen und diese Erwartungen werden auch erfüllt.

Für das Management ist dieses Ergebnis der Frage insofern interessant, weil damit die strukturelle Ausrichtung der Feier bestätigt wird. Die MitarbeiterInnen sind zufrieden, eine Änderung des Ablaufes ist nicht notwendig.

In zweiter Konsequenz hat diese positive Erwartungserfüllung der MitarbeiterInnen die Konsequenz, dass das Unternehmen mit sehr geringen Kosten für die Weihnachtsfeier rechnen kann.¹⁶⁶

Dient die Betriebsweihnachtsfeier dazu, dass Sie die MitarbeiterInnen besser kennenlernen?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 15 | 11 | 5 | 2 | 2 |

Diese Frage wurde gestellt, um die Aussagen bei den Interviews zu hinterfragen. Alle befragten Personen haben ausgesagt, dass sie die betriebliche Weihnachtsfeier nützen, um die sozialen Kontakte zu anderen MitarbeiterInnen auszubauen, aufzufrischen oder neu zu knüpfen.

Die Antworten im Fragebogen bestätigen diese Aussagen.

Im Vergleich zu den Beobachtungen auf der betrieblichen Weihnachtsfeier sind diese eindeutigen Resultate etwas eingeschränkt zu sehen: in den ersten Stunden der Feier haben die sozialen Kontakte nur in den abgegrenzten Bereichen der einzelnen Tische stattgefunden. Eine Kommunikation über diese Tischordnung hinweg hat nicht stattgefunden. Erst am späteren Abend ist dann die Kommunikation allgemein in Gang gekommen.

Sind Sie mit dem Verhalten der Unternehmensleitung auf der Betriebsweihnachtsfeier zufrieden?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 22 | 8 | 1 | 2 | 2 |

¹⁶⁶ Der Festsaal kostet für einen Abend inklusive Ab- und Aufbau der Tische und Stühle rund € 3.000,-; das Catering schlägt mit rund € 5.000,- zu Buche.

Es wurde lange überlegt, diese Frage in die Fragebogenaktion aufzunehmen. Mit dieser Frage wird das Verhalten des Managements direkt angesprochen. Auch wenn der Fragebogen anonym ausgefüllt wird, ist bei diesen Fragen immer im Hintergrund der Gedanke, dass nachgeforscht wird, wer hinter den Antworten steht.

Die Antworten auf diese Frage zeigen eine deutliche Mehrheit, die mit dem Verhalten des Managements bei der Weihnachtsfeier einverstanden waren.

Die Beobachtung der Weihnachtsfeier zeigt, dass das Management eigentlich nur durch die Rede am Anfang der Feier in Mittelpunkt gerückt ist und sich dann unter die MitarbeiterInnen gemischt hat.

Das Verhalten war den ganzen Abend zurückhaltend, im Mittelpunkt der betrieblichen Weihnachtsfeier standen die MitarbeiterInnen.

Das untersuchte Unternehmen ist mit einer Mitarbeiterzahl von rund 150 Personen mittelgroß – die Zahl der Angestellten in Wien beläuft sich auf rund 81 Personen.

Durch diese überschaubare MitarbeiterInnenzahl ist das Verhältnis zwischen Unternehmensleitung und Angestellten enger und persönlicher als in Großunternehmen – das spiegelt sich dann natürlich auch bei der betrieblichen Weihnachtsfeier wider.

Können Sie auf der Betriebsweihnachtsfeier mit Ihren Vorgesetzten über wichtige Inhalte sprechen, die für Sie ein Anliegen sind?

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 2 | 0 | 3 | 3 | 27 |

Die Resultate dieser Frage zeigen ein interessantes, aber auch klares Bild. Zwei MitarbeiterInnen haben während der betrieblichen Weihnachtsfeier die Möglichkeit gefunden, ein für sie wichtiges Anliegen mit dem Vorstand zu besprechen.

Die Mehrheit der MitarbeiterInnen hat die Feier als das genommen, was sie sein soll. Eine Gelegenheit des ungezwungenen Zusammenseins mit den KollegInnen, mit denen man das ganze Jahr zusammenarbeitet.

Entspricht das Buffet Ihren Ansprüchen?

| | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | 7 | 9 | 5 | 5 |

Diese Frage zeigt das uneinheitlichste Bild des gesamten Fragebogens. Die Verpflegung auf einer betrieblichen Weihnachtsfeier ist demnach für fast die Hälfte der MitarbeiterInnen, die den Fragebogen ausgefüllt haben positiv beurteilt worden, aber nahezu die gleiche Anzahl von Personen war mit dem Essen nicht zufrieden.

Die Verpflegung auf der Weihnachtsfeier polarisiert doch – sowohl die Note 1 als auch die Note 5 wurde sehr oft vergeben.

Soll die Betriebsweihnachtsfeier abgeschafft werden?

| | |
|-----------|-------------|
| Ja | Nein |
| 2 | 33 |

Um die generelle Stimmung für die Durchführung einer betrieblichen Weihnachtsfeier abzutesten ist diese Ja/Nein-Frage gestellt worden.

Das Ergebnis ist klar – eine eindeutige Mehrheit im untersuchten Unternehmen ist gegen eine Abschaffung der Weihnachtsfeier.

Die Weihnachtsfeier hat ihren fixen Platz in der vorweihnachtlichen Zeit und die MitarbeiterInnen wollen diese Feier.

Was stört Sie besonders an der Betriebsweihnachtsfeier bzw. welche Wünsche haben Sie für das nächste Jahr?

Die letzte Frage der anonymen Befragung wurde mit offener Antwortmöglichkeit angeboten, um auch Aspekte abzudecken oder aufzuzeigen, die durch die gebundenen Fragen nicht aufgeschienen wären.

Es sind nur einige Kommentare zu dieser Frage abgegeben worden. Ein Kommentar behandelt die Beginnzeit der Feier.

„Der Beginn der Feier ist mit 16.30 Uhr sehr früh angesetzt. Um diese Zeit habe ich noch keine Feierlaune. Ein späterer Beginn wäre besser.“¹⁶⁷

Ein zweiter Kommentar behandelt ebenfalls die Zeit der Feier.

„Die Feier sollte nicht so knapp vor Weihnachten sein. Zwei Tage vor Weihnachten sind so viele andere Dinge zu erledigen. Anfang Dezember passt besser in die Vorweihnachtszeit.“¹⁶⁸

Dieser Kommentar spielt in den Umstand, dass die Vorbereitungen für das Weihnachtsfest spätestens Ende November/Anfang Dezember voll einsetzen. Der Verkauf von Christbäumen startet, die Weihnachtsmärkte öffnen ihre Tore und die Samstage in der Adventzeit sind beliebte Einkaufstage, weil die Unternehmen das Weihnachtsgeld auszahlen.

Ein anderer Kommentar hat die bereits weiter oben angesprochene Auswahl über die Örtlichkeit zum Inhalt:

„Ich bin nicht einverstanden, dass die Weihnachtsfeier mehr oder weniger im Haus stattfindet. Eine Feier auswärts in einem Restaurant ist für die MitarbeiterInnen sicher exklusiver.“¹⁶⁹

Eine weitere Anregung bezog sich auf den Teilnehmerkreis der betrieblichen Weihnachtsfeier.

¹⁶⁷ Antwort MitarbeiterIn auf den Fragebogen.

¹⁶⁸ Antwort MitarbeiterIn auf den Fragebogen.

¹⁶⁹ Antwort MitarbeiterIn auf den Fragebogen.

„Ich möchte anregen, dass es eine gemeinsame Weihnachtsfeier aller MitarbeiterInnen gibt, also dass auch die KollegInnen aus Prag, Warschau, München und den anderen Ländern eingeladen werden.“¹⁷⁰

Das Unternehmen hat durch seine Tätigkeit in Osteuropa eine große Zahl von MitarbeiterInnen aus diesen Ländern. Die Weihnachtsfeiern finden geteilt statt, eine große Feier an der die gesamte Belegschaft teilnehmen kann, gibt es nicht.

¹⁷⁰ Antwort MitarbeiterIn auf den Fragebogen.

12. Resümee – Die Betriebsweihnachtsfeier als Bestandteil der vorweihnachtlichen Feierkultur

12.1 Der Einfluss der Tradition

Unbestritten ist die betriebliche Weihnachtsfeier ein Teil der vorweihnachtlichen Feierkultur. Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, dass die MitarbeiterInnen die betriebliche Weihnachtsfeier wünschen.

Die Untersuchung hat aber auch gezeigt, dass weihnachtliche Tradition keine große Rolle spielt. Weihnachtsfeiern im Sinne von weihnachtlichen Gedanken sind auf kulturelle Veranstaltungen reduziert. Weihnachtslieder, Weihnachtsgedichte und weihnachtliche Geschichten sind für eine betriebliche Feier nicht geeignet.

Der einzige Einfluss von weihnachtlicher Tradition in der Weihnachtszeit ist im Betrieb durch die Weihnachtsdekoration erkennbar – die Weihnachtsbäume und Adventkränze in der Empfangshalle und Weihnachtskerzen auf manchen Schreibtischen.

Bei der betrieblichen Weihnachtsfeier selbst ist der Bezug zum traditionellen Weihnachtsfest noch geringer – lediglich die Dekoration der Tische lässt einen Zusammenhang mit Weihnachten erkennen.

In den Gesprächen mit den MitarbeiterInnen hat sich gezeigt, dass sich die weihnachtliche Tradition auf den familiären Bereich konzentriert – in einigen Interviews wurde dies explizit angesprochen.

Unter diesem Aspekt lässt sich die Feststellung treffen, dass im untersuchten Unternehmen Weihnachten ein Fest der Familie ist und im betrieblichen Jahreslauf nur eine Nebenrolle in Form der Weihnachtsfeier spielt.

12.2 Der Stellenwert der Weihnachtsfeier im vorweihnachtlichen Alltag

„Mitarbeiter wollen feiern“¹⁷¹ – lautet die Überschrift eines Zeitungsartikels im STANDARD vom 22./23. Dezember 2007.

Im betrieblichen Alltag ist die Zeit vor Weihnachten oft besonders hektisch. Ob in der Produktion, im Verkauf oder in der Verwaltung – die Arbeiten zum Jahresabschluss dominieren den Tagesablauf im Betrieb.

„Weihnachten nervt nicht – immerhin sind 83 % über vorweihnachtliche Stimmung im Büro froh, beachtliche 68 % haben ihre Firmenweihnachtsfeiern als stimmungsvoll genossen, 81 % halten sie auch für gruppenpsychologisch wichtig.“¹⁷²

4,5 % empfinden nach dieser Untersuchung die betriebliche Weihnachtsfeier als „entbehrlichen Pflichttermin.“¹⁷³

Für die Ersteller der Studie ist die hohe Zustimmung der MitarbeiterInnen zur betrieblichen Weihnachtsfeier „überraschend.“¹⁷⁴

Kristin Allwinger kommt zum Schluss, dass „die Leute keinesfalls wollen, dass dieses Ritual ignoriert wird.“¹⁷⁵

Der gleiche Schluss kann aus der Auswertung der Fragebögen gezogen werden, wo eine deutliche Mehrheit der MitarbeiterInnen für die Abhaltung der betrieblichen Weihnachtsfeier gestimmt hat.

¹⁷¹ Allwinger, Kristin: „Mitarbeiter wollen feiern“. In: DER STANDARD vom 22.12./23.12.2007.

¹⁷² Ebd.

¹⁷³ Ebd.

¹⁷⁴ Ebd.

¹⁷⁵ Ebd.

12.3 Die Betriebsweihnachtsfeier – ein Blick in die Zukunft

Während der Recherchen und Umsetzung dieser Arbeit ist es auch zu mehreren Diskussionen mit den InterviewpartnerInnen über die Zukunft der betrieblichen Weihnachtsfeier gekommen.

Das Weihnachtsfest hat sich in den letzten Jahrzehnten in seiner Struktur verändert.

- ❖ Weihnachten hat sich zu einer Zeit des intensiven Konsums entwickelt.

Jedes Handelsunternehmen bietet spätestens ab Mitte November eine Vielzahl von Geschenksideen. Weihnachten ist damit ein Symbol des Schenkens geworden – in vielen Fällen ist dieses Symbol aber mit negativen Vorzeichen behaftet.

Es gibt oft keine Grenzen des Schenkens mehr – die Kultur des Schenkens hat sich stark verändert. In früheren Jahrzehnten waren die Geschenke zweckmäßig und bescheiden, Gegenstände des alltäglichen Gebrauchs standen im Mittelpunkt. Durch den zunehmenden Wohlstand hat sich auch die Kultur des Schenkens geändert. Luxusgegenstände und Dinge ohne wirklichen Sinn sowie die Tendenz immer mehr zu schenken, sind in das Zentrum des Schenkens gerückt.

Eine ähnliche, ja fast gleichlautende Entwicklung ist bei der betrieblichen Weihnachtsfeier zu beobachten. Aus dem Gespräch mit einem Mitarbeiter über die Weihnachtsfeier in früheren Jahren ist erkennbar, dass die Feier schlicht und einfach war – ohne Catering, ohne Buffet, ohne Service.

- ❖ Änderungen in der betrieblichen Feierkultur

Der wirtschaftliche Erfolg der Unternehmen in den Zeiten der Hochkonjunktur hat sich auch auf die Weihnachtsfeiern ausgewirkt. Umfangreiche Buffets – von denen teilweise viele Speisen übrig geblieben sind, die am nächsten Tag entsorgt worden sind –, teure Saalmieten in Nobelrestaurants oder Geschenke an die MitarbeiterInnen waren die Konsequenz.

Das Jahr 2009 ist geprägt von schlechten wirtschaftlichen Zeiten, die sich verstärkt auf den Alltag der Menschen auswirken. Viele Menschen müssen sich im alltäglichen Leben als auch in der Freizeit einschränken.

Es gab schon Ende 2008 Berichte in den Zeitungen zu lesen, dass Unternehmen die betriebliche Weihnachtsfeier aus Kostengründen absagen.

Die betriebliche Feierkultur ist somit einerseits von den wirtschaftlichen Begleitumständen beeinflusst, andererseits aber auch von gesellschaftlichen Aspekten.

Die gesellschaftlichen Gegensätze wachsen – zwischen Menschen, die Arbeit haben und Menschen, die ihren Arbeitsplatz verloren haben, nur Kurzarbeit leisten dürfen oder von Schulungsmaßnahmen betroffen sind.

Es ist aus der aktuellen Sicht des Mai 2009 nicht einschätzbar, wie sich diese Entwicklungen auf die betriebliche Feierkultur auswirken werden.

Im Rahmen des Interviews mit dem Vorstand der untersuchten Gesellschaft ist dieses Thema ebenfalls angesprochen worden.

„ [...] im vorigen Jahr ist von verschiedenen Seiten der Wunsch der MitarbeiterInnen an uns herangetragen worden, auch im Sommer eine Veranstaltung zu organisieren. Es hat dazu verschiedene Überlegungen unsererseits gegeben, aber unter den wirtschaftlichen Bedingungen des Jahres 2009 wird diese Veranstaltung nicht stattfinden. Ich bin der Meinung, dass es ein völlig falsches Zeichen an die MitarbeiterInnen ist, eine Feier durchzuführen, die viel Geld kostet, andererseits aber ständig die Diskussion im Raum steht, bei der MitarbeiterInnenzahl Anpassungen durchzuführen. Ich konnte aber auch beobachten, dass es seitens der MitarbeiterInnen zu diesem Thema keine Anfragen mehr gegeben hat. Wir werden auf jeden Fall bei der Weihnachtsfeier im nächsten Jahr keine Besonderheiten planen [...].“¹⁷⁶

Diese Gedanken hat in ähnlicher Form auch ein Mitarbeiter geäußert.

„ [...] ich kann auf die Weihnachtsfeier auch verzichten, es ist doch in Zeiten wie diesen viel wichtiger, dass die Arbeitsplätze erhalten bleiben. Mit dem Geld für die Weihnachtsfeier kann die Firma auch Gehälter zahlen [...].“¹⁷⁷

¹⁷⁶ Interview mit dem Vorstand vom 19.12.2008.

¹⁷⁷ Gespräch mit Interviewpartner 12 vom 16.12.2008.

❖ Fest der Geschenke – Fest der Besinnung

Die Maßstäbe der Konsumgesellschaft haben das Weihnachtsfest und die Weihnachtszeit überlagert.

Weihnachten wird vielfach an Verkaufszahlen, Umsatzsteigerungen und dem durchschnittlichen Wert der Geschenke pro Haushalt oder pro Person gemessen.

Wer schon im Spätsommer seine Geschenke eingekauft hat, der erzählt das gerne jedem, wenn das Gespräch auf Weihnachten kommt.

In Radio- oder Fernsehsendungen finden Befragungen statt, ob denn schon alle Geschenke gekauft worden sind – die meisten PassantInnen dieser Straßenbefragungen antworten bejahend, man könnte durchaus Entrüstung in ihren Mienen ablesen, dass es Reporter wagen, an der perfekten Organisation beim Geschenkekauf zu zweifeln.

Nach dem Weihnachtsfest ist die erste Frage: „War das Christkind brav?“ – gemeint ist damit, ob die Geschenke wertvoll, teuer und viele an der Zahl waren.

Das Materielle ist damit im Alltagsleben der bestimmende Faktor des Weihnachtsfestes.

Ingeborg Weber-Kellermann beschreibt auch andere Faktoren, die das Weihnachtsfest beeinflussen können: „Soziologische, volkskundliche, journalistische Umfragen berichten vom Horror vor Weihnachten, von der Angst vor den familiären Erwartungen, der Sehnsucht nach ungebundenem Freizeitgenuss. [...] Viele Hausfrauen, besonders die berufstätigen, wollen frei sein von Einkaufs- und Küchensorgen und Einladungsverpflichtungen.“¹⁷⁸

Dabei kann Weihnachten auch anders sein.

Weihnachten bietet die Möglichkeit, die Geschwindigkeit des heutigen Alltagslebens für kurze Zeit zu bremsen. Das Weihnachtsfest ist im Jahreskreis ein Fixpunkt und symbolisiert Beständigkeit – wenn sich um den Menschen herum ständig Dinge verändern.

Das weite Feld von Bräuchen, Dekorationen und Requisiten für das Weihnachtsfest, mit denen die Familie das Fest in den letzten Jahrzehnten kultiviert hat, bietet ein großes Entwicklungspotenzial für die Weihnachtszeit. Wenn dann auch noch die „Kategorie

¹⁷⁸ Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit. Luzern/ Frankfurt am Main, S. 216.

Macht“¹⁷⁹ und der „Oben-unten-Mechanismus“¹⁸⁰ in den zwischenmenschlichen Beziehungen aufgehoben wird, dann kann das Weihnachtsfest ein positiver Termin für menschliche Begegnung sein.

¹⁷⁹ Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit. Luzern/ Frankfurt am Main, S. 220.

¹⁸⁰ Ebd., S. 220.

13. Literaturverzeichnis

Allwinger, Kristin: „Mitarbeiter wollen feiern“. In: DER STANDARD vom 22.12./23.12.2007.

Bachmann, Götz (2000): Der Belegschaftskultur-Ansatz und die Links-Volkskunde. Ein Blick zurück nach vorn. In: Götz, Irene/ Wittel, Andreas (Hg.): Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 35 – 54.

Barkhausen, H./ Reimers, K. F. (1965/66): Nationalsozialistische Weihnachtsfeier der Reichsbahndirektion Berlin im Sportpalast 1933. Göttingen.

Bausinger, Hermann (1997): Das Weihnachtsfest der Volkskunde. Zwischen Mythos und Alltag. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 169 – 182.

Berger, Franz (1993): ... hielt der Chef eine auf das Fest Bezug habende Ansprache. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 17 – 18.

Berkmann, Josef (1993): Zu Hause ein paar Tage den großen Bruder spielen. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 72 – 75.

Bourdieu, Pierre (1987): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt/Main.

Cassel, Paulus (1980): Weihnachten. Ursprünge, Bräuche und Aberglauben. Ein Beitrag zur Geschichte der christlichen Kirche und des deutschen Volkes. Wiesbaden.

Ebner, Claudia C. (2007): Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld.

Flick, Uwe (Hg.) (1995): Handbuch qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. München.

Flick, Uwe u.a. (Hg.) (2003): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg.

Fochler, Rudolf (1991): Lebensbräuche. Familienfeste und Feiern. Linz.

Förster, Hans (2003): Weihnachten – eine Spurensuche. Berlin.

Gajek, Esther (1997): Nationalsozialistische Weihnacht. Die Ideologisierung eines Familienfestes durch Volkskundler. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 183 – 216.

Gerndt, Helge (1986): Kultur als Forschungsfeld. Über volkskundliches Denken und Arbeiten. Münchner Beiträge zur Volkskunde, Bd. 5. München.

Göttsch, Silke/ Lehmann, Albrecht (Hg.) (2007): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin.

Götz, Irene (1997): Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Münster/ New York/ München/ Berlin.

Götz, Irene (2000): Unternehmensethnographie. Bemerkungen zur Debatte um Kultur(alisierung) und zur kulturwissenschaftlichen Betrachtungsperspektive. In: Götz, Irene/ Wittel, Andreas (Hg.): Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation. Münster/ New York/ München/ Berlin, S. 55 – 74.

Grimm, Jacob (Nachdruck 1953): Deutsche Mythologie. Tübingen.

Haslinger, Ingrid (2007): Zur Kulturgeschichte des Tafelns. In: krupp stadt museum BERNDORF (Hg.): Berndorfsilber. Tafeln mit Stil. Besteckkulturen von 1843 bis heute. Berndorf, S. 45 – 84.

Heinrich, Monika (2002): Gruppenarbeit. Theoretische Hintergründe und praktische Anwendungen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. 3. Aufl., Wien, S. 289 – 333.

Hellstern, Christa (2000): Weihnachten. Fest der Menschwerdung. In: Kultur und Religion. Graz/ Wien.

Hermanns, Harry (2003): Interviewen als Tätigkeit. In: Flick, Uwe/ Kardoff, von Ernst/ Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek.

Hesslinger, Eva (1997): Betriebsfeiern als Spiegel des Betriebsalltags? In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 93, S. 137 – 168.

Hesslinger, Eva/ Wittel, Andreas (1991): Plakatierte Kultur. Über Firmenideologien und deren Rezeptionsweisen. In: Soziale Welt 46/ 2, S. 154 – 180.

Hobsbawn, Eric/ Ranger, Terence (1989): The Invention of Tradition. Cambridge.

Jeggle, Utz (1997): Schöne Bescherung. Spekulationen über Weihnachten. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 277 – 286.

Jensen, Rolf (1998): Weihnachten. Dekorieren und Schenken. Berlin.

Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (2002 – 2005) (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. CD-ROM-Reihe, Folge 1 – 3. Salzburg.

Karmasin, Helene/ Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien.

Kaschuba, Wolfgang (2003): Einführung in die Europäische Ethnologie. München.

Kasper, Helmut/ Mühlbacher, Jürgen (2002): Von Organisationskulturen zu lernenden Organisationen. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. 3. Aufl., Wien, S. 95 – 156.

Korff, Gottfried (1993): Kultur. In: Bausinger, Hermann/ Jeggle, Utz/ Korff, Gottfried/ Scharfe, Martin (Hg.): Grundzüge der Volkskunde. Darmstadt, S. 17.

Köstlin, Konrad (2002): Das Weihnachtsquartal – eine neue Jahreszeit. In: Kammerhofer-Aggermann, Ulrike/ Luidold, Lucia (Hg.): Bräuche im Salzburger Land. Im Winter und zur Weihnachtszeit. CD-ROM-Reihe, Folge 1. Salzburg.

Kotsch, Michael (2003): Weihnachten. Herkunft, Sinn und Unsinn von Weihnachtsbräuchen. Hammerbrücke.

Lindner, Rolf (1981): Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozess. In: Zeitschrift für Volkskunde 77, S. 51 – 66.

Lorenz, Christa (1997): Friede, Freude, Völkerfreundschaft. Weihnachten in der DDR. In: Faber, Richard/ Gajek, Esther: Politische Weihnacht in Antike und Moderne. Zur ideologischen Durchdringung des Fests der Feste. Würzburg, S. 253 – 276.

Lüders, Christian (2003): Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe/ Kardoff, von Ernst/ Steinke, Ines (Hg.): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg, S. 384 – 401.

Mayrhofer, Wolfgang (2002): Motivation und Arbeitsverhältnis. In: Kasper, Helmut/ Mayrhofer, Wolfgang (Hg.): Personalmanagement, Führung, Organisation. 3. Aufl., Wien, S. 257 – 288.

Pufler, Karl (2001): Die Ziegelböhm in Wien. In: <http://www.wiener-zeitung.at>, 04.08.2000.

Röhrich, Lutz (2001): Erzählforschung. In: Brednich, Rolf-Wilhelm: Grundriss der Volkskunde. Berlin.

Schmieder-Haslinger, Susanne/ Schöberl, Gabriele (2007): Von Berndorf in die ganze Welt. In: krupp stadt museum BERNDORF (Hg.): Berndorfsilber. Tafeln mit Stil. Besteckkulturen von 1843 bis heute. Berndorf, S. 13 – 44.

Schmidt-Lauber, Brigitta (2001): Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Lehmann, Albrecht/ Göttisch, Silke (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin, S. 169 – 188.

Schmidt-Lauber, Brigitta (2007): Feldforschung. Kulturanalyse durch teilnehmende Beobachtung. In: Göttsch, Silke/ Lehmann, Albrecht (Hg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin, S. 219 – 248.

Schuster, Maria (1993): „Lichte Mett'n, finstere Stad'l.“ In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 91 – 100.

Sommer, Volker (1992): Feste – Mythen – Rituale. Warum die Völker feiern. Hamburg.

Spiegel, Christine (1991): Kleider und Leute. Anmerkungen zur Ausstellung. In: Katalog der Vorarlberger Landesausstellung 1991.

Stejskal, Heinz (1993): Weihnachten beim Hochofen. In: Blaumeiser, Heinz/ Blimlinger, Eva (Hg.): Alle Jahre wieder. Weihnachten zwischen Kaiserzeit und Wirtschaftswunder. Wien, S. 124 – 128.

Vossen, Karla (1985): Rund um den Weihnachtsbaum. In: Vossen, Rüdiger: Weihnachtsbräuche in aller Welt. Weihnachtszeit – Wendezeit, Martini bis Lichtmess. Hamburg, S. 83 – 107.

Weber-Kellermann, Ingeborg (1978): Das Weihnachtsfest. Eine Kultur- und Sozialgeschichte der Weihnachtszeit. Luzern.

Wittel, Andreas (1997): Belegschaftskultur im Schatten der Firmenideologie. Eine ethnographische Fallstudie. Berlin.

Wolf, Helga Maria (2005): Weihnachten. Kultur und Geschichte. Ein Kalendarium vom ersten Advent bis zum Dreikönigstag. Wien.

Wolf, Helga Maria (2003): Österreichische Feste und Bräuche im Jahreskreis. St. Pölten/ Wien/ Linz.

Internet 1: <http://www.kruppstadtmuseum.at> (Stand 02.02.2009).

Internet 2: <http://www.wiener-zeitung.at> (Stand 04.08.2000).

14. Verzeichnis der Interview-PartnerInnen mit Kurzbiografien¹⁸¹

Interviewpartner 1:

Männlich, 39 Jahre. Ausbildung: Höhere Technische Lehranstalt in Mödling, Fachrichtung Bautechnik; Baumeister-Prüfung; Titel: Ingenieur

Beruf: technischer Projektleiter

Familienstand: geschieden, ein Kind

Projektleitung für das Einkaufszentrum „Neue Mitte Lehen“ in Salzburg und das „Park-Inn“-Hotel in Linz.

Interview vom 09.12.2008.

Interviewpartner 2:

Männlich, 25 Jahre. Ausbildung: AHS in Wien 21, Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien (Betriebswirtschaftslehre – abgebrochen), derzeit Besuch der Fachhochschule Wien, Studienrichtung Projektmanagement.

Beruf: Projektentwickler

Familienstand: ledig

Organisation von Messeteilnahmen, Vermietung von Büroobjekten in Salzburg und Wien.

Interview vom 09.12.2008.

Interviewpartnerin 3:

Weiblich, 30 Jahre. Ausbildung: AHS in Wien, Studium der Rechtswissenschaften in Wien;

Titel: Doktor der Rechtswissenschaften

Beruf: Juristin

Familienstand: ledig

¹⁸¹ Alle InterviewpartnerInnen wünschten eine größtmögliche Anonymisierung ihrer Person ohne Nennung des Vor- und Familiennamens. Sämtliche Angaben in den Kurzbiografien beziehen sich auf den Zeitpunkt des jeweiligen Interviews.

Betreuung des Unternehmens in allen Rechtsfragen, Abwicklung von internationalen Projektverkäufen; verantwortlich für Investor Relations des Unternehmens.

Interview vom 10.12.2008.

Interviewpartner 4:

Männlich, 55 Jahre. Ausbildung: AHS in Graz, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien; Titel: Magister der Wirtschaftswissenschaften

Beruf: Geschäftsführer

Familienstand: ledig

Geschäftsführer in allen polnischen Gesellschaften des Unternehmens.

Interview vom 10.12.2008.

Interviewpartnerin 5:

Weiblich, 46 Jahre. Ausbildung: AHS in Linz, Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien; Titel: Magister der Wirtschaftswissenschaften

Beruf: Geschäftsführerin

Familienstand: ledig

Geschäftsführerin in allen tschechischen Gesellschaften des Unternehmens.

Interview vom 11.12.2008.

Interviewpartner 6:

Männlich, 66 Jahre. Ausbildung: AHS in Wien, Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien; Titel: Magister der Rechtswissenschaften

Beruf: bereits im Ruhestand

Familienstand: geschieden

Ehemaliger Leiter der Rechtsabteilung des untersuchten Unternehmens, davor Jurist in der Rechtsabteilung der „KONSUM“-Genossenschaft; derzeit im Unternehmen mit juristischen Spezialfragen beschäftigt.

Interview vom 11.12.2008.

Interviewpartner 7:

Männlich, 42 Jahre. Ausbildung: abgeschlossene kaufmännische Lehre in München.

Beruf kaufmännischer Leiter

Familienstand: verheiratet

Kaufmännische Leitung aller Gesellschaften des Unternehmens in Deutschland, Geschäftsführer und Prokurist in deutschen Gesellschaften.

Interview vom 12.12.2008.

Interviewpartner 8:

Männlich, 58 Jahre. Ausbildung: Höhere Technische Lehranstalt in Mödling, Fachrichtung Bauwesen; Titel: Ingenieur

Beruf: Bautechniker

Familienstand: ledig

Seine Aufgabe ist die Überwachung von Großbaustellen, derzeit unter anderem für die Projekte Hotel „andels“ Berlin und „Airport City“ St. Petersburg.

Interview vom 12.12.2008.

Interviewpartnerin 9:

Weiblich, 51 Jahre. Ausbildung: AHS in Wien

Beruf: Vorstandssekretariat

Familienstand: ledig

Verantwortliche für das Office-Management des Vorstandsvorsitzenden, Organisatorin der betrieblichen Weihnachtsfeier.

Interview vom 18.12.2008.

Interviewpartnerin 10:

Weiblich, 45 Jahre. Ausbildung: Technische Hochschule in Prag, Fachrichtung Bauwesen;

Titel: Diplomingenieur

Beruf: Geschäftsführerin

Familienstand: ledig

Hauptaufgabe ist die Koordination der Kontakte mit den tschechischen Behörden.

Geschäftsführerin in allen tschechischen Gesellschaften des Unternehmens.

Interview vom 15.12.2008.

Interviewpartnerin 11:

Weiblich, 25 Jahre. Ausbildung: Handelsschule in Korneuburg

Beruf: Sekretärin

Familienstand: ledig

Interview vom 16.12.2008.

Interviewpartner 12:

Männlich, 45 Jahre. Ausbildung: Höhere Technische Lehranstalt in Mödling, Fachrichtung

Bauwesen; Titel: Ingenieur

Beruf: Geschäftsführer

Familienstand: geschieden, 4 Kinder

Geschäftsführer in allen tschechischen Gesellschaften des Unternehmens.

Abwicklung des Großprojektes „Andel City“ in Prag.

Interview vom 16.12.2008.

Interviewpartner 13:

Männlich, 45 Jahre. Ausbildung: Höhere Technische Lehranstalt in Mödling, Fachrichtung

Bauwesen; abgeschlossene Baumeister-Prüfung; Titel: Ingenieur

Beruf: Projektentwickler

Familienstand: verheiratet

Projektentwicklung in den Ländern Slowakei, Ungarn und Kroatien.

Interview vom 17.12.2008.

Interviewpartner 14:

Männlich, 35 Jahre. Ausbildung: Technische Hochschule in Deutschland, Studium der Immobilienökonomie in München; Titel: Diplom-Ingenieur

Beruf: Projektentwickler

Familienstand: ledig

Geschäftsführer in allen rumänischen Gesellschaften des Unternehmens.

Abwicklung des Projektes „Chitila“ in Bukarest (Logistik-Center).

Interview vom 17.12.2008.

Interviewpartner 15:

Männlich, 30 Jahre. Ausbildung: Kaufmännische Schule in Bukarest

Beruf: Projektentwickler

Familienstand: ledig

Administrator der rumänischen Gesellschaften des Unternehmens, zuständig auch für den Kontakt mit den rumänischen Behörden.

Interview vom 18.12.2008.

Interviewpartner-Vorstand:

Abgeschlossenes Jusstudium, steuerliche Fachausbildung; Geschäftsführer von mehreren Projektgesellschaften, ab 1992 Vorstand der Gesellschaft. Zuständig für Aufbau und Ausbau des Projektentwicklungsgeschäfts im Inland sowie in Tschechien (seit 1993), Ungarn (seit 1994), Polen (seit 1995), Deutschland und Slowakei (seit 2003) sowie Kroatien (seit 2005) und Rumänien (seit 2006). Interview vom 19.12.2008.

15. Bildverzeichnis

Abbildung 1: Gedeckte Tafel; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 2: Tischdekoration; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 3: Dekoration der Stehtische; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 4: Ort der Weihnachtsfeier. Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt.
Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 5: Ort der Weihnachtsfeier. Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt.
Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 6: Ort der Weihnachtsfeier. Die Weihnachtsfeier fand im Florido-Tower statt.
Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abbildung 7: Buffet der Weihnachtsfeier; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

16. Bildanhang

Bild 1: Vorschlag 1 des Caterings für die Tischdekoration; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Bild 2: Vorschlag 2 des Caterings für die Tischdekoration; Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.



Bild 1: Vorschlag 1 des Caterings für die Tischdekoration;
Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.



Bild 2: Vorschlag 2 des Caterings für die Tischdekoration;
Quelle: Astrid Petron vom 22.12.2008.

Abstract

Das Weihnachtsfest mit seinen traditionellen Bestandteilen unterliegt seit einigen Jahren einem stetigen Wandel. Am Ende des 20. Jahrhunderts erfuhr das typische Familienfest einen Wandel durch sogenannte „Christmas Parties“, die ab 22 Uhr vor allem in Diskotheken und Jugendlokalen veranstaltet wurden. Eine weitere Neuentwicklung ist im Handel zu beobachten, wo bereits im Oktober damit begonnen wird, traditionelle Weihnachtsware zum Verkauf anzubieten. Diese Tendenz kann sich aber auch nur deswegen festigen, weil viele KonsumentInnen diesem „vorweihnachtlichen Kaufzwang“ Folge leisten.

Unter diesem Gesichtspunkt fällt auch die Verwendung des Wortes „Weihnachtsfeier“ in der betrieblichen Arbeitswelt. Die betriebliche Weihnachtsfeier hat in ihrer Gestaltung und im Ablauf vielfach keinen Bezug zum klassischen Weihnachtsfest, zählt aber zum nicht mehr wegzudenkenden fixen Bestandteil der weihnachtlichen Kultur. Diese Entwicklungen im Verständnis der vorweihnachtlichen Alltagskultur im betrieblichen Umfeld stehen im Mittelpunkt dieser wissenschaftlichen Arbeit.

Die Feierkultur von Unternehmen ist ein Bestandteil der Organisationskultur in Wirtschaftsbetrieben. Das Arbeitsumfeld spielt im alltäglichen Leben breiter Bevölkerungskreise eine dominierende Rolle und stellt eine kulturelle Äußerung dar, die von der Europäischen Ethnologie zu untersuchen ist.

Die Arbeit analysiert das Umfeld und den Ablauf einer betrieblichen Weihnachtsfeier unter den Rahmenbedingungen des vorweihnachtlichen Alltages. Die zentrale Fragestellung untersucht die These, ob die Betriebsweihnachtsfeier ein fester Bestandteil der vorweihnachtlichen Feierkultur ist. Aus der Analyse der Aussagen des Managements und der MitarbeiterInnen über Erwartungen und Stimmungen vor und nach der Weihnachtsfeier, sowie durch die teilnehmende Beobachtung der Feier, erfolgt unter Berücksichtigung des Einflusses von weihnachtlicher Tradition die Betrachtung des Stellenwertes der betrieblichen Weihnachtsfeier.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der betrieblichen Weihnachtsfeier führt zu vielschichtigen Ergebnissen, die alle in eine Abgrenzung zwischen dem Weihnachtsfest in der Familie und der betrieblichen Weihnachtsfeier münden.

Die betriebliche Weihnachtsfeier ist Bestandteil der Feierkultur eines Unternehmens mit nur geringem Einfluss der traditionellen weihnachtlichen Symbolik, aber ein Fest, das sich die MitarbeiterInnen erwarten.

English Abstract

For some years now, Christmas with its traditional components has been subject to constant change. At the end of the 20th century, the typical family celebration experienced a change by so-called “Christmas parties”, which took place above all at discotheques and youth bars from 10 pm on. A further new development can be observed in trade, where from October on already, traditional Christmas goods are being sold. This tendency, however, can only establish itself because many consumers obey to this “pre-Christmas pressure to buy”.

This aspect also includes the usage of the word “Christmas party” in the corporate working environment. In many cases, the company Christmas party in its design and course has nothing in common with the classic Christmas celebration, but is considered a fixed and indispensable component of the Christmas culture. These developments in the understanding of the pre-Christmas everyday culture in the company environment form the centre of this scientific work.

The culture of celebrating of companies is a component of the culture of organisation in enterprises. The work environment plays a dominant role in the everyday life of wide population circles and represents a cultural expression, which is to be investigated by the European ethnology.

The work analyses the environment and the course of a company Christmas party under the outline conditions of pre-Christmas everyday life. The central issue investigates the thesis, whether the company Christmas party is a fixed component of the pre-Christmas culture of celebrating. From the analysis of the statements of the management and the staff about expectations and moods before and after the Christmas party as well as by the participating observation of the party, the significance of the company Christmas party is examined considering the influence of Christmas traditions.

The scientific discussion of the company Christmas party comes up with complex results, all of which lead to a differentiation between the Christmas celebration with the family and the company Christmas party.

The company Christmas party is a component of the culture of celebrating of a company with only little influence of the traditional Christmas symbols, but a party, which the employees expect.

Lebenslauf

Persönliche Daten:

Name: Astrid Petron

Geburtsdatum: 01.05.1971

Staatsbürgerschaft: Österreich

Schulbildung: 3 Jahre Handelsschule Weiss mit Abschluss in 1010 Wien, Getreidemarkt

4 Jahre Handelsakademie – Abschluss mit Matura in
2500 Baden, Mühlgasse
ECDL – Europäischer Computer Führerschein

Studium: Berufspädagogische Akademie des Bundes in Wien,
Abschluss Diplompädagogin

ab WS 2007/08 Studium der Volkskunde (Europäische
Ethnologie) an der Universität Wien
Ablegung der freien Wahlfächer an der Wirtschaftsuniversität
Wien, Studienrichtung: Wirtschaftspädagogik

Berufliche Tätigkeit: Allgemeine Baugesellschaft – A. Porr AG
selbstständige kaufmännische Sachbearbeiterin

Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik
kaufmännische Administration

Land Niederösterreich, Diplompädagogin
Unterrichtsgegenstände: Wirtschaftskunde mit Schriftverkehr,
Rechnungswesen und Politische Bildung