

Programme für zufriedenerere Mitarbeiter: Meditieren fürs Meeting

www.handelsblatt.com |

Düsseldorf Chade-Meng Tan war Programmierer bei [Google](#). Als Mitarbeiter Nummer 107 kam der junge Chinese im Jahr 2000 zu der Internetfirma im Silicon Valley. Wie viele Mitarbeiter aus der Anfangszeit ist er reich geworden, doch glücklich war er nicht. Denn neben seiner Leidenschaft für Computer schwelte ein noch größerer Wunsch in ihm: „Ich wollte etwas bewegen. Die Welt verändern. Für Frieden sorgen“, erinnert sich Tan. Nach drei Jahren als Programmierer im hektischen Google-Alltag beschloss der Ingenieur, endlich glücklich zu werden und begann zu meditieren.

Seine Erkenntnisse schrieb er in einem Buch auf. Schließlich erlaubt der Suchmaschinenkonzern seinen Mitarbeitern, 20 Prozent ihrer Zeit für andere Projekte zu verwenden. Der Titel des Buches: „Search inside yourself“, das die Bestsellerliste der „New York Times“ stürmte und selbst vom Dalai Lama für gut befunden wurde. Das war 2012.

Seitdem ist Tan kein Programmierer mehr, sondern eher ein Guru. Er entwickelte Workshops und gründete gar sein eigenes Institut, will Programmierer und Manager dabei unterstützen, mehr Konzentration und Ruhe zu finden. Dabei will Tan nicht nur Google-Mitarbeiter, sondern Angestellte von Firmen auf der ganzen Welt zum Glückhchsein verhelfen.

Auch in Deutschland. Der Softwarekonzern [SAP](#) etwa ist Kunde von Tans Institut und bietet regelmäßig Workshops an, um Meditation und Achtsamkeit nach der Google-Methode zu trainieren. Über 70 Kurse gab es allein im vergangenen Jahr an insgesamt 25 Standorten. 3.500 Mitarbeiter besuchten den zweitägigen Kurs. Doch das reichte längst nicht aus. 5.000 Mitarbeiter standen auf der Warteliste.

Tan hat es geschafft, Meditation reif für die Konzernwelt zu machen. Dabei ist es noch gar nicht so lange her, dass alles, was mit Yoga und Meditation zu tun hatte, in der kapitalistischen Welt als „Hippie-Bullshit“ belächelt wurde. Doch bei Googles Programm gibt es kein „Om“. Keine Räucherkerzen. Keine spirituellen Mantras. Tan ist Ingenieur und hat sein Konzept für andere Ingenieure entworfen. Also nutzt er Bilder, die selbst die rationalsten Mathe-Cracks verstehen können.

Das fünfte Kapitel seines Buchs etwa hat die Überschrift „Zähmen Sie Ihre Emotionen wie ein Pferd“. Kapitel acht: „Wie man etwas bewirkt und trotzdem geliebt wird.“

In seinen Workshops arbeitet Tan gern mit der Vorstellung eines klaren Bergsees. „Wir wollen unseren Geist in einen Zustand bringen, in dem er ruhig und konzentriert ist. Und zwar auf Abruf. In schwierigen Meetings. Und immer dann, wenn der Chef sagt: ‚Ich will Sie sofort in meinem Büro sehen‘“, erklärt er seinen Zuhörern.

Alles ist mit wissenschaftlichen Studien unterlegt. Sie zeigen: Wer regelmäßig meditiert oder Yoga macht, ist glücklicher, produktiver – und weniger krank. Wer will das nicht? Auch die Mitarbeiter des Karriere-Netzwerks LinkedIn, des Kreditkartenanbieters [American Express](#) und der Pharmafirma Genentech haben schon nach Googles System meditiert. Neben den speziell für Firmen erstellten Programmen bildet Tans Institut auch Trainer aus und bietet offene Kurse auf der

ganzen Welt – allein im Herbst etwa in Mumbai, Johannesburg, Doha, Istanbul, Zürich und Berlin. Kosten: rund 1.000 Euro für zwei Tage.

Für [SAP](#) lohnt sich das Investment. Das Unternehmen aus dem baden-württembergischen Walldorf hat analysiert, wie sich Mitarbeiter verändern, die regelmäßig meditieren: „Sie sind engagierter, sie haben mehr Vertrauen in ihre Führungskräfte, und sie fehlen weniger“, fasste SAP-Manager Peter Borstelmann auf einer Konferenz im Januar zusammen. Insgesamt gebe es eine Rendite von 200 Prozent. „Wir verdienen Geld mit diesem Programm“, schwärmt Borstelmann, der die „Global Mindfulness Practice“ bei SAP leitet und vor vier Jahren einer der Initiatoren war, um Meditation im Konzern aufzubauen.

Entspannen per Smartphone

Andy Puddicombe hat zehn Jahre lang in buddhistischen Klöstern in Asien gelebt, das Meditieren zum Beruf gemacht und wurde schließlich ordiniertes Mönch.

2004 kehrte der Brite mit dem kahl rasierten Kopf und der sanften Stimme zurück nach London und hatte ein Ziel: „Ich wollte Meditieren zugänglich für alle Menschen machen. Doch als Mönch mit Glatze und braunem Rock ist das nicht besonders leicht“, scherzte er Anfang August in der amerikanischen Tonight-Show bei Talkmaster Jimmy Fallon.

Der 44-Jährige ist mittlerweile selbst zum Star geworden. Er gründete mit einem Partner die Meditations-App „Headspace“, die mittlerweile 18 Millionen Nutzer auf der ganzen Welt zählt und deren Wert auf 250 Millionen Dollar geschätzt wird. Erst im Juni sammelte Puddicombe weitere 37 Millionen Dollar von Finanzinvestoren ein, nachdem er in einer ersten Runde schon einmal 36 Millionen Dollar von Investoren bekommen hatte.

Hollywood-Größen wie Jessica Alba, Jared Leto und Ryan Seacrest gehören zu den Geldgebern. Emma Watson hat die App ihren Millionen von Twitter-Fans empfohlen. Basketball-Star LeBron James hat die App auf seinem Handy, genauso wie Manager und Investmentbanker. [Goldman Sachs](#) bietet seinen Mitarbeitern kostenlosen Zugang zur App, die sonst knapp 100 Euro im Jahr kostet. Richard Branson nutzt Headspace nicht nur selbst, sondern hat sie auch für die Fluggäste der von ihm gegründeten Airline Virgin Atlantic zugänglich gemacht.

Der einstige Mönch hat Meditationen für alle Lebenslagen aufgenommen, die je nach Typ zwischen zwei Minuten und einer Stunde lang sein können. Nutzer können je nach Programm meditieren, um die Konzentration zu steigern, ausgeglichener, kreativer, produktiver und ruhiger zu sein. Oder um besser zu kommunizieren, besser zu schlafen, Ängste in den Griff zu bekommen.

Dass er dafür ausgerechnet das Smartphone nutzt, jenes Gerät, das viele Menschen doch gerade nervös, gestresst und unausgeglichen sein lässt, stört ihn nicht. Im Gegenteil. „Ich finde es gut, dass das Smartphone auch eingesetzt werden kann, um uns gesünder zu machen“, stellt er klar.

Das frisch eingesammelte Geld will Puddicombe nutzen, um die Meditationen nicht nur auf Englisch, sondern auch in anderen Sprachen anzubieten und stärker mit Unternehmen zu kooperieren.