

## Kriminelle Kollegen

# „Kommunikation ist die stärkste Waffe“

Ob Mord oder nur Mobbing: Kriminalpsychologe Müller beschreibt beim KURIER-Brunch die Gefahr im Büro.

VON EMILY WALTON

U nauffällig war er, der Kollege aus dem sechsten Stock, mit dem schütterten Haar und dem Dreitagebart. Freundlich war er auch gewesen, stets hilfsbereit und im Lift höflich. Bis zu dem Tag, an dem er die Waffe auf seine Mitarbeiter richtete.

Sieht so das Täterprofil eines kriminellen Kollegen aus? „Ist ein Mörder blond oder brünett, dick oder dünn, groß oder klein?“ fragt der Kriminalpsychologe Thomas Müller beim KURIER Business KARRIEREN-Brunch zum Thema „Workplace Violence“. Rund 70 Gäste – darunter zahlreiche Personalisten – können die Frage nicht beantworten. Denn: „Der Täter im Team ist schwer zu erkennen.“ Auch für Müller – als Kriminalpsychologe und Buchautor des Buchs „Gierige Bestie“ quasi ein Profi: „Ich kann nicht in einen Serienmörder hineinsehen, aber ich kann versuchen, in seine Schuhe zu schlüpfen“, ermutigt der Experte auch seine Zuhörer, bewusst auf erste Anzeichen „gefährlicher“ Kollegen zu achten. „Ein Mitarbeiter, der etwas Außergewöhnliches tut, hüpf nicht einfach wie der Kasperl aus der Kiste.“ Mobbing, Erpressungen und Amokläufe werden sorgsam geplant – bis hin zur Sonnenbrille und Sockenfarbe, die der Täter am Tag X trägt. Der Prozess geht schlei-



**Im Kursalon:** Andreas Feuerstein und Ingrid Hödl (Hödl Consulting) mit Erwin Schmidt (Aristid) (v.li.) im Kursalon Hübner



**Beim Vortrag:** Thomas Müller mit Ines Pögl (Masterfoods), Josef Hatz (Mediaprint) und Ingrid Sandhofer (Baxter) (v.li.)



**Netzwerken:** Gerda Brandt (Personal Consulting), Daniel Marwan (ePunkt) und Martina Weindlinger (ABB AG) (v.li.)



**Und zuhören:** Müller deckt beim KURIER-Brunch auf: Mehr als 50 Prozent der Firmen werden Opfer von kriminellen Kollegen (v.li.)

chend einher, Führungskräfte sollten präventiv eingreifen: „Die Herausforderung der Personalchefs ist, die Kommunikation im Unternehmen so abzustimmen, dass die Fälle nicht exponentiell ansteigen“, sagt Müller im Kursalon Hübner. Und Handlungsbedarf ist dringend gefragt: 51 Prozent der Unternehmen im

deutschsprachigen Raum sind Opfer von Workplace Violence. In Betrieben mit mehr als 200 Mitarbeiter ist die Gefahr umso wahrscheinlicher: 62 Prozent aller Bosse melden hier Gewalttaten, die Menschen und Unternehmen schaden. Zigtausende Euro kann ein Workplace Violence-Fall im eigenen Betrieb kosten.



**Wie sieht ein Feind in der Firma aus?** Kriminalpsychologe Müller entlarvt den Täter im Berufsalltag

Ein teurer Preis also, den Firmen bezahlen müssen, wenn es dem Mitarbeiter an Selbstwert mangelt, weiß Müller: „Früher richtete man die Gewalt eher gegen sich selbst“, beschreibt Müller den gesellschaftlichen Wandel. Suizid war das tragische Worst-Case-Szenario. Heute richten deprimierte Mitarbeiter die Gewalt gegen an-

dere – nach dem Motto: „Mir geht es nicht gut, aber wenn es dir noch schlechter geht als mir, geht es mir besser.“

**Worte statt Taten** Stärkere Integration und Identifikation im Arbeitsleben kann das Selbstwertgefühl steigern. „Kommunikation ist aber die stärkste Waffe“, regt Müller zum Dialog an. Mitarbei-

tergespräche dürfen nicht standardisiert sein, Fragen nach der Befindlichkeit sollten dafür aber ehrlich gemeint. „Wenn es Sie nicht wirklich interessiert, wie es dem Kollegen geht, fragen Sie lieber gar nicht nach“, mahnt Müller. Denn oft schlagen gerade diese kleinen Demütigungen weitere Wellen als die großen.