

Firmenhymnen – Beispiel Opel

26.12.2009 Spiegel-Online (Auszug)

... Rudi Maier ist Kulturwissenschaftler an der Universität Tübingen. Er beschäftigt sich mit Firmenhymnen und berichtet, dass besonders Unternehmen mit hoher Personalfuktuation Lieder für ihre Mitarbeiter produzieren. Er nennt als Beispiel PricewaterhouseCoopers und KPMG. Der Zweck sei, die Mitarbeiter stärker zu binden.

... Der Kulturwissenschaftler ist sogar der Überzeugung, dass Firmenhymnen ein Krisenphänomen sind.

Auch während der Opel-Krise tauchte ein Lied auf. Eine Sängerin, die sich Liza nennt und als Opel-Fan ausgibt, schenkte der Belegschaft das Lied "Gebt nicht auf" (siehe Video)

In Maiers Augen ist das ein neues Phänomen, weil es nicht die Unternehmensleitung war, die das Lied initiiert hat. Das ist eine Mischung aus Firmenhymne und Protest gegen die da oben.

Das stärkt die Belegschaft wirklich. ...