

Der Megatrend *Hygge*, die Wichtigkeit von Work-Life Balance im Job und die Beschäftigung von Feelgood-Managern machen deutlich: Organisationen haben längst realisiert, dass eine positive Arbeitsatmosphäre und Unternehmenskultur, die geprägt ist durch Wertschätzung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Wohlbefinden, immer entscheidender für nachhaltiges Wachstum und unternehmerischen Erfolg werden. Erfolgsrelevante Kompetenzen eines Unternehmens wie Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Innovationsfähigkeit oder Resilienz, sind ohne eine positive Arbeitsatmosphäre in der Organisation nicht zu erreichen. Auch wenn der Grad der Umsetzung und Verankerung dieser Überzeugung in organisatorischen Prozessen und Strukturen noch nicht überall vollkommen ist: Der Grundstein dafür ist in vielen Unternehmen gelegt. Denn in einer Welt, die durch V. U. C. A., demografischen Wandel und Digitalisierung geprägt ist, werden nur agile, anpassungsfähige Organisationen in der Zukunft Bestand haben.

Nur was ist an dieser als notwendig prophezeiten Neuausrichtung wirklich neu? Skeptiker stellen die Frage, ob Wertschätzung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht schon immer als *der* Erfolgsfaktor von Unternehmen gesehen wurde. Auch kritische Fragen zu dem Konzept des Feelgood-Managements kommen auf. Liegen die Anfänge des Feelgood-Managements nicht im betrieblichen Gesundheitsmanagement und sind dort fest verankert? Haben etablierte Unternehmen nicht schon seit jeher die dem Feelgood-Management zugrunde liegenden Werte und sogar Teile des Feelgood-Managements in bestehende Prozesse integriert? Ist Feelgood-Management als neues Phänomen somit lediglich auf Start-ups beschränkt? Und warum gibt es das scheinbar angelsächsische Konzept nur im Deutschen? Denn in englischsprachigen Ländern löst der Begriff *Feelgood* und *Feelgood-Management* oft Verwunderung aus. Diesen Fragen geht das zweite *essential* zu Feelgood-Management nach und thematisiert die Chancen, Grenzen, Schnittmengen mit anderen Bereichen und Gestaltungsmöglichkeiten des Konzeptes in etablierten Unternehmen.