

Als Motivationstrainer die Weiterbildung aufmischten

GURUS & SCHARLATANE. Ende der 80er und im Laufe der 90er Jahre verunsicherten dubiose Persönlichkeits- und Motivationstrainer die Weiterbildungsbranche. Die selbsternannten Gurus ließen ihre Teilnehmer über glühende Kohlen laufen und versprachen, jeder könne schlagartig erfolgreich werden. Diese Zeitschrift kann für sich in Anspruch nehmen, vor den modernen Rattenfängern von Anfang an unbeirrt gewarnt zu haben.

„Durchbruch zum finanziellen Erfolg – das erfolgreichste Geldseminar Europas jetzt völlig neu mit Bodo Schäfer, Jürgen Höller und Bernd Reintgen“, prangt es in großen Lettern auf der Website von Bodo Schäfer. Das Seminar findet zwar erst im Mai 2014 statt, aber weil es „garantiert sehr schnell ausgebucht“ sein wird, soll man sich sofort registrieren. Ausgebucht soll es deshalb so schnell sein, weil Schäfer das Seminar zusammen mit Jürgen Höller durchführt.

Kollektiver Größenwahn

„Jürgen Höller ist inhaltlich und rhetorisch der beste Trainer für Erfolgsfragen und auch der Beste darin, ein Seminar schnell auszuverkaufen“, schreibt Schäfer weiter. Es hat sich also nichts geändert am Größenwahn der beiden. Ende der 90er Jahre gehörten Bodo Schäfer und Jürgen Höller zu den Großen im wundersamen Zirkus der Motivationsgurus. Schäfer versprach jedem, in sieben Jahren zum Millionär zu werden. Für Höller war „alles möglich“. Beide füllten große Hallen und begeisterten die Massen mit ihren abstrusen Versprechen. Während Schäfer eher den smarten Finanzguru gab, hopste Höller zu Discomusik und Lightshow auf der Bühne herum und schürte mit Lust den kollektiven Größenwahn.

Lange ging das nicht gut. 1998 gründete Schäfer seine Firma Schäfer Finanz Coaching in Bergisch Gladbach. Nicht einmal zwei Jahre später war sie schon wieder pleite. Schäfer hatte das angewandt, was er auch in seinen Seminaren predigte: Entschuldung durch Konkurs. Kurz dar-

auf gründete der angebliche Multimillionär seine neue Firma „fin.wis“. Das stand für Financial Wisdom – finanzielle Weisheit. 2001 tauchte er dann im Programm von Jürgen Höllers Firma Inline AG auf,

die damals zum „weltweit größten Konzern im Bereich Weiterbildung“ werden sollte. Doch auch daraus wurde nichts. 2001 musste die Inline AG Konkurs anmelden. 2003 wurde Höller unter ande-



Foto: Ann Summa / Time & Life / Getty Images



Fotos: Pichler



Moneycoach Bodo Schäfer (li.) und Jürgen Höller (re. Mitte), der gerade zwei Frauen animiert, eine Eisenstange nur mit der Kraft ihrer Kehlen durchzubiegen – eine Methapher für „grenzenlosen Erfolg“.



Anthony Robbins, US-Motivations-Guru mit einem Hang zum „Feuerlauf“ war Vorbild für Ratelband und Höller. Auf diesem Foto ließ er sich 1991 mit einigen Erfolgsinsignien vom Magazin „Time Life“ fotografieren.

rem wegen Meineid, Steuerhinterziehung und Insolvenzverschleppung zu drei Jahren Haft verurteilt und landete im Knast. Im Mai 2004 kam er wegen guter Führung frei und bemüht sich seitdem um ein Comeback – zusammen mit dem Money-Münchhausen Bodo Schäfer.

Neben Höller und Schäfer gab es in den 90er Jahren eine ganze Riege selbst ernannter Erfolgstrainer. Zu den bekanntesten Propheten des Positivdenkens gehörten damals der Holländer Emile Ratelband, der Ex-Handballer Jörg Löhr, der Microchip-Verkäufer Erich Lejeune und der Arzt Ulrich Strunz. Löhr entfachte das „Feuer der Begeisterung“, Strunz versprach die ewige Jugend und Erich Lejeune behauptete: „Es gibt keine stärkere Kraft als das positive Denken“. Der gelernte Bäcker Ratelband gilt als Erfinder des „Tschakka“-Schreies, der längst zum Synonym für alle bunten Motivationsshows geworden ist. Berühmt wurde er vor allem wegen seines Wanderzoos. Seminarbesuchern mit Angst vor Schlangen legte Ratelband auf der Bühne eine Boa um den Hals, um sie von ihren Ängsten zu befreien, und bei RTL 2 durfte er 1998 sogar Menschen mit massiven Ängsten mit seinen flotten Sprüchen „behandeln“, bis sein unverantwortliches Treiben gestoppt wurde.

Buchverlage verdienen mit

Die abstrusen Erfolgsversprechen und grellen Motivationsshows waren natürlich auch ein gefundenes Fressen für die Medien. Vor allem das Fernsehen ergötzte sich an den Bildern von hüpfenden und

kreischenden Fans beim Polonaise-Tanzen. Selbst seriöse Blätter wie die FAZ oder die Süddeutsche Zeitung feierten die neuen Helden. Und Buchverlage wie Campus, FAZ-Verlag und Droemer-Knauer drängten sich darum, am Motivations-Hype zu kassieren. Selbst die Pleite ihrer Stars hielt sie nicht davon ab, weitere Bücher der selbst ernannten Erfolgstrainer zu veröffentlichen. Auch Promis und Politiker ließen sich gern einspannen. So findet man auf der Referenzliste von Jürgen Höller noch heute Rita Süßmuth, Lothar Späth, Hans-Olaf Henkel und Samy Molcho sowie Wladimir Klitschko und ZDF-Moderator Markus Lanz.

Der Motivationszirkus funktionierte natürlich nur, weil auch die Unternehmen mitspielten. Auf der Website von Ratelbands „Ratelband Research Institute“ prangen noch immer Firmenlogos von Apple, Bauknecht, Deutscher Bank, IBM, McDonalds und Siemens. Und glaubt man seiner holländischen Website, verkündet der gelernte Bäcker seine Weisheiten sogar an der Nyenrode Business School und hielt dort im Dezember 2012 ein Seminar zu dem Thema „Teambildung“.

Erich Lejeune, der sich noch immer Meister der Motivation nennt, machte es noch geschickter. Er wurde 2010 sogar zum Ehrendoktor Dr. phil. h.c. der Hochschule für Philosophie der Jesuiten in München ernannt und stiftete einen Lehrstuhl für Philosophie und Motivation. Pecunia non olet („Geld stinkt nicht“) haben sich die Jesuiten-Professoren wohl gedacht und treten auch brav in seinen Talkshows auf, die regelmäßig bei „münchen.tv“ über →

→ den Bildschirm flimmern. Und seine Lejeune Academy bietet „basierend auf den Erfahrungen von Dr. phil. h.c. Erich Lejeune“ heute „eine menschenzentrierte Beratung“ an. Auch Jörg Löhr positioniert sich mit einer beeindruckenden Referenzliste wie zum Beispiel: „IBM, Oracle, SAP, Porsche, Deutsche Telekom, PriceWaterhouseCoopers, KPMG, GlaxoSmithKline, ADAC, BASF, Siemens, L'Oréal, BMW“. Laut Eigenwerbung zählt er „seit Jahren zu den angesehensten und kompetentesten Management- und Persönlichkeitstrainern im deutschsprachigen Raum. SAT 1 beurteilt: „Jörg Löhr ist Europas Persönlichkeitstrainer Nr. 1“.

MBA in nur einem Tag?

Die ZEIT beschreibe ihn als „einen der erfolgreichsten Erfolgs- und Motivations-trainer der Welt“, heißt es auf der Website von Löhr. Sein neuester Coup ist der „MBA in one day“ im passenden Umfeld des Stage-Palladium-Theaters in Stuttgart-Möhringen. Die Versprechen sind absurd wie eh und je: „Geballtes Managementwissen der größten Managementvordenker an nur einem Tag, acht Meter Managementliteratur in weniger als acht Stunden“. Angeblich 800 Teilnehmer waren 2012 dabei. Es gibt eben immer noch genug Menschen, die glauben, eine nette Show ersetze den mühsamen Erwerb von Kompetenzen. Und es gibt immer noch genug Unternehmen, die lieber Geld für eine bunte Motivationsshow ausgeben als für fundierte Weiterbildung. Das gilt vor allem für Strukturvertriebe. Ein schockierendes Beispiel lieferte die Firma MEG von Mehmet Göker, dessen Verkäufer am Telefon private Krankenversicherungen verkauften und dafür von den Versicherern Millionenprovisionen kassierten. 2009 war der Versicherungsmakler aus Kassel pleite. Die Staatsanwaltschaft ermittelt wegen Untreue, Insolvenzverschleppung und unlauterem Wettbewerb. Göker hatte 21 Millionen Euro private Schulden angehäuft, wie der preisgekrönte Dokumentarfilm „Versicherungsvertreter“ von Klaus Stern berichtet. Auch Göker arbeitete mit den bekannten Motivationstricks und nutzte die Wirkmechanismen der Massenpsychologie, um seine Mitarbeiter bei der Stange zu

halten. Bei seinen Motivationsevents traten reihenweise Topmanager der großen Versicherungen auf und lobten die MEG-Verkäufer. Heute will keiner der Herren mehr vor die Kamera. Und Mehmet Göker genießt sein Leben unbehelligt in der Türkei.

Wer glaubt, mit ihrem tiefen Absturz haben die einstigen Helden ihre Glaubwürdigkeit restlos verloren, der täuscht sich. Gerade in der Trainerszene werden die gefallenen Stars sogar noch heute bewundert. Dass sie mit ihrem eigenen Scheitern auch ihre Erfolgsrezepte ad absurdum geführt haben, fällt offenbar niemandem auf. So schrieb Oliver Geisselhart, „weltweit als Keynote-Speaker, Coach, Seminarleiter und Trainer einer der erfolgreichsten seiner Branche“, erst vor kurzem: „Im Januar 2012 führten die beiden bekannten Top-Trainer Mike Dierssen (Der Verkaufsmotivator) und Jürgen Höller („Mr. Motivation“) gemeinsam ein Verkaufsseminar in München durch. 400 begeisterte Teilnehmer bei diesem restlos ausverkauften Seminar bewerteten die Veranstaltung am Ende mit der Note 1,17.“

Weil er beide Trainer als Kollegen gut kenne, sei es ihm nun gelungen, exklusiv ein vollkommen kostenfreies Gratis-Download-Video mit einer Laufzeit von 40 Minuten freizuschalten. Das Powerseller-Video sei nicht nur etwas für Verkäufer, sondern auch etwas für „Menschen, die sich für die psychologischen Hintergründe interessieren, wie man andere Menschen – zu ihren Gunsten natürlich – positiv beeinflussen kann“. Die Motivations-Märchen von damals finden offenbar noch heute ihre Anhänger.

Früher Guru, heute Coach

Die Werbung mit Superlativen und angeblichen Spitzenerfolgen, die damals von den Motivationsgurus bis zum Exzess praktiziert wurde, ist heute längst Standard in der Trainerszene. Die Zahl der Super-Trainer und Nummer-1-Coachs ist inzwischen schon inflationär. Und was früher der Motivationstrainer war, ist heute oftmals der Coach. So erinnerte die Coachingconvention von Alexander Maria Faßbender an den einstigen Motivations-Zirkus. „Er ist einer der an-

erkanntesten und bekanntesten Coachs und Speaker in Europa und ein Macher und Umsetzer für jeden Menschen, der erfolgreich(er) und glücklich(er) durchs Leben schreiten möchte“, warb Faßbender für sich selbst.

Mit dabei bei der großen Coaching-Show war auch Sabine Asgodom aus München. „Einfach Klasse“, schwärmt sie in einem Interview mit Faßbender über die Veranstaltung und erklärt: „Coaching ist für jedermann“. Noch 2012 durfte die gelernte Journalistin im Bayerischen Fernsehen sorgfältige gecastete Menschen live „coachen“. Allerdings beschränkte sich das Coaching dabei bisweilen auf ein paar banale Tipps. So riet die selbst übergewichtige Asgodom einer Frau, die unter ihrem Übergewicht litt, dass sie ihrem Dicksein künftig einfach nicht mehr so viel Aufmerksamkeit schenken solle. Als Coach, Rednerin und Trainerin beherrscht die Erfinderin der Selbst-PR die Klaviatur der Selbstdarstellung nahezu perfekt. Vom Magazin FOCUS wurde sie als einer der „12 Erfolgsmacher in Deutschland“ ausgezeichnet.

Auch Bodo Schäfer bietet natürlich längst Coaching an. „In den letzten Jahren hat Bodo Schäfer, mit all seiner Erfahrung, aus mehr als 25 Jahren ein perfekt funktionierendes Coaching-Programm geschaffen“, heißt es auf der Website. „Es ermöglicht Ihnen in nur wenigen Jahren ein Vermögen aufzubauen und finanziell frei zu werden.“ Das soll mit DVD-Seminaren, Audio-Programmen und einem wöchentlichen Coachingbrief funktionieren. Um das Programm wirklich vollständig abzurunden, steht den ratsuchenden Kunden auch ein persönlicher Finanzcoach zur Seite. „Gerne beraten wir Sie, welche Seminare, Bücher, ... für Sie in Frage kommen, wir erstellen Ihnen Ihre persönliche und individuelle Anlagestrategie und beraten Sie rund um die Themen Geld und Finanzen.“

Dabei wäre es nicht verwunderlich, wenn hinter dem Coaching vor allem eine raffinierte Anwerbemasche für den Verkauf von Finanzprodukten steht. Damit wäre Schäfer wieder zu seinen Ursprüngen zurückgekehrt. Ende der 80er Jahre war der selbst ernannte Geldguru mehrere Jahre beim Strukturvertrieb HMI tätig.

Bärbel Schwertfeger ●

Erfolg ohne Mühe?

Analyse. „Welche Not bringt einen Menschen dazu, die Lösung seiner Probleme bei einem Motivations-Guru zu suchen?“, fragte im Jahr 2000 der Münchner Coach Klaus Eidenschink in einem Essay für „wirtschaft + weiterbildung“. Seine Analyse ist zeitlos erhellend. Wir drucken hier einige Auszüge aus seinem Aufsatz nach - zur steten Warnung vor „schnellen Lösungen“.

Das „Richtige“ oder besser das „Passende“?

Menschen neigen dazu, die Wahrheit im „Außen“, bei Experten zu suchen. So suchen viele nach dem „richtigen“ Konzept, wenige nach dem „passenden“. Das „Richtige“ kann ich kaufen, das „Passende“ muss man individuell erarbeiten. Dies kostet neben Geld vorrangig Zeit. Und diese Zeit haben viele nicht – oder glauben sie nicht zu haben. Dies ist ein Grund, warum Konzepte, die schnellen Erfolg verbürgen, so viel Anklang finden. Individuelle Lösungen erfordern Geduld, Ausdauer und kunstvolles Arbeiten am Detail. Dies verlangt vor allem auch von Beratern, Trainern und Coaches, dass sie Anfangserfolge gegenüber skeptisch bleiben. Es ist relativ leicht, nach fünf bis 15 Stunden Coaching Erfolge festzustellen. Schwierig wird es danach. Aber dann bekommen die Erfolgsgurus den Rückfall oder die Stagnation nicht mehr zu Gesicht. Gründliche und dauerhafte Veränderungen (Dauer statt Power) sind nicht im Schnellverfahren zu haben. Neurowissenschaftliche Forschungsergebnisse bestätigen die Veränderbarkeit neuronaler und emotionaler Verarbeitungsvorgänge unter der Bedingung lang dauernder, alternativer Erfahrungskontexte. Dass diese Vorgänge Zeit brauchen, ist also experimentell bestens erforscht. Auch das wussten schon die alten chinesischen Gelehrten: „Nichts, was gut ist, geschieht schnell.“

Gemeinsame Allmachtsfantasien

In unserer Arbeitswelt ist die Frage, ob man zu den Gewinnern oder Verlierern gehört, ständig relevant. Ganz klar: Jeder möchte zu den Gewinnern gehören! Und: Jeder hat Angst, irgendwann bei den Verlierern zu landen. Solche sozial-psychologischen Umstände begünstigen eine Entsolidarisierung menschlichen Zusammenlebens und Wirkens, da Menschen unter Angst dazu neigen, die eigene Haut retten zu wollen. Aus eben diesem Grund sind Versprechungen ein höchst verlockendes Angebot, die ein Ende oder zumindest eine Reduzierung der Angst verheißen und vorgeben, dass man mit ihnen eine Eintrittskarte in den Club der Sieger im Überlebenskampf löst: „Laufe über glühende Kohlen und Du wirst Deine Angst überwinden. Du wirst dann erreichen, was Du Dir erträumst und bei den Gewinnern landen!“ Wirksam sind solche Versprechungen, weil sie es ermöglichen, dass die Ratsuchenden

Klaus
Eidenschink,
Senior-Coach
(DBVC)



Foto: Einberger

mit den Anbietern in eine gemeinsame Allmachtsfantasie eintauchen können, in der scheinbar alle Begrenzungen wegfallen. Wir leben offenbar in einer Gesellschaft, die ihre Skepsis gegenüber psychologischer Hochstapelei und den ihr zugrunde liegenden narzisstischen Strukturen weitgehend aufgegeben hat, weil eben diese narzisstischen Strukturen allgegenwärtig sind.

Führer erzeugen Gefolgschaft

Alle Erfolgstrainer haben natürlich immer klein angefangen und sind groß rausgekommen. Allein durch solche Selbstdarstellungen werden archaische Abhängigkeitswünsche in Personen und Organisationen geweckt. Sätze wie: „Alles ist möglich“ oder „Spreng Deine Grenzen!“ sind daher auch Kern jeder Guru-Botschaft. Möglich wird diese Dynamik noch ganz wesentlich dadurch, dass die Botschaften in Großveranstaltungen unters Volk gebracht werden. Dort herrschen die Gesetze der Massenpsychologie. In der Masse ist jeder Mensch anfälliger dafür, seine eigene Identität (und damit sein Differenzierungsvermögen) aufzugeben und sich dem Flow eines ozeanischen Gruppengefühls hinzugeben. Daraus ergeben sich Gefühle der Stärke und die Bereitschaft, an die magischen Kräfte des Führers und seine Botschaft zu glauben. Die Welt wird für Stunden klar, eindeutig und hell. Und weil diese Illusion von so vielen anderen geteilt wird, muss sie auch wahr und wirklich sein. Dieser Psycho-Logik können sich auch psychisch stabile und reife Persönlichkeiten nur bedingt entziehen – ist doch die Sehnsucht nach All-Einheit und All-Mächtigkeit eine Urthematik der Menschheit.

Klaus Eidenschink ●