

„**BEWEG DEINEN ARSCH!**“

Mit Problemen halten sich Motivationsgurus, Mentaltrainer und Coaches nicht lange auf. Stark sein, Ziele setzen, durchstarten – der Weg zum Erfolg kann so einfach sein. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten tut ein bisschen Zuspruch gut. Aber Vorsicht: Manche Botschaft bleibt banal, auch wenn sie noch so laut verkündet wird.

Text: Roland Karle

screen.tv n.02

AUSGABE 02 / DEZEMBER 2009
04. KARRIERE

„BEWEG DEINEN ARSCH!“

SEITE 2

*

Da konnte er so motiviert sein wie er wollte: In seinem richtigen Beruf schaffte es Emile Ratelband einfach nicht, die ganz großen Brötchen zu backen. Später fand der gelernte Bäcker das richtige Rezept. Als Power-Prediger hat es der Niederländer weit gebracht. Mit Tageshonoraren von angeblich bis zu 25.000 Euro zählt der inzwischen 60-Jährige zu den bestbezahlten Motivationsrednern der Welt. Er tritt in riesigen Hallen und bei exklusiven Seminaren auf, hat rund ein Dutzend Bücher geschrieben und einige Jahre auf RTL eine Sendung moderiert, deren Name und Ratelbands Botschaft identisch sind: „Tschakaa!“ Gerne auch verwendet in der Form: „Tschakaa – du schaffst es!“

Wenn es doch nur so einfach wäre! Die Wirtschaft kämpft noch immer mit den Folgen der globalen Finanzkrise. Die einst erfolgsverwöhnte Medienindustrie wird gebeutelt wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. Für den Fernsehmarkt wird in diesem Jahr ein Minus von 15 Prozent gegenüber 2008 erwartet, das Anzeigengeschäft der großen Publikumszeitschriften wie „Spiegel“, „Stern“ und „Focus“ ist in den ersten neun Monaten sogar um 25 bis 30 Prozent eingebrochen.

Die Malaise drückt Managern und Mitarbeitern aufs Gemüt. Umso mehr, da Sender und Verlage Jahrzehnte lang von sprudelnden Gewinnen profitierten. Nach dem Dotcom-Crash wird das einstige Schlaraffenland nun schon zum zweiten Mal in diesem Jahrzehnt von einer Krise erschüttert.

„Die Medien befinden sich ökonomisch auf dem Stand von 1995, die Stimmung ist im Keller“, sagt der Münchner Managementtrainer Jon Christoph Berndt. „Sich neu erfinden“ wird zur Kernbotschaft für die Branche. Leichter gesagt als getan, wie das Beispiel eines früheren Mediovorstands zeigt, auf dessen Visitenkarte heute „Consultant“ steht. Auf die fragenden Blicke ehemaliger Geschäftspartner bei Branchenevents reagiert er mittlerweile nur noch gernervt: „Soll ich etwa *arbeitslos* draufschreiben?“

„Tschakaa“ schafft zwar keine Jobs, kann aber die Stimmung heben – ein Rezept, das den Motivationsgurus gerade zu neuen Höhenflügen verhilft. „Optimismus ist Pflicht!“ meißelt beispielsweise Nikolaus B. Enkelmann auf das Cover seines jüngsten Buches und sendet die Botschaft: „Ist alles nur Einstellungssache.“ Frei nach dem Motto: „Wer schon versagt, sollte sich zumindest nichts daraus machen.“ Wer sich dennoch schwer tut, Scheitern als Chance zu begreifen, dem

**„Fahren Sie mich irgendwo hin,
ich werde überall gebraucht“**

Andreas Buhr

**„Optimismus
ist Pflicht!“**

Nikolaus B. Enkelmann

hilft vielleicht eine geballte Portion Radikal-Rhetorik weiter, die Jürgen Höller und Co. auf dem „Power-Day“ oder ähnlichen Großveranstaltungen verabreichen. Die Massenmotivierer setzen auf klare Ansagen, kräftig garniert mit Superlativ und Ausrufezeichen. Zwischentöne sind nicht zugelassen, Zweifel schon gar nicht.

In der Ausdrucksweise gibt es dennoch Unterschiede. Dirk Schmidt (www.dirkschmidt.de) zum Beispiel versucht es mit geringerem Phonpegel, saarländisch gefärbtem Akzent und dem Sport als Brücke. Der gelernte Industriekaufmann und Verkaufsleiter eines Peugeot-Autohauses hatte sein eigenes Schlüsselerlebnis, als er trotz widriger Begleitumstände seinen ersten Marathon im Ziel beendete. Das „Prinzip der treibenden Kraft“ lässt sich auf alles übertragen, auf Leben, Arbeit, Sport – davon ist der seit sieben Jahren als Motivationstrainer aktive Schmidt überzeugt.

Aufmunterung und Erkenntnisgewinn verspricht auch Frank Wilde, der wohl derzeit bekannteste Mentaltrainer Deutschlands (www.frankwilde.de). Er ist lauter als Schmidt und doch anders als Ratelband. Was er perfekt beherrscht: Die Leute packen, sie zum Zuhören und Mitmachen bewegen. Wattebäusche für Weicheier gibt es woanders. Wilde bevorzugt deutliche Worte, zackig formuliert und humorig

verpackt. Der Titel seines jüngsten Buches: „Beweg Deinen Arsch!“

Dabei bringt Wilde sogar ganze Schulklassen zum Stillsitzen. „Ihr müsst euch Ziele setzen. Wissen, was ihr wollt.“ Ob offenes Seminar oder Firmenveranstaltung – der energische Entertainer hat seine Aufrüttelreime immer bei sich. „Es geht darum, dass Sie Ihre Birne auf Erfolg programmieren“, lautet einer. „Gewonnen und verloren wird zwischen den Ohren“ ein anderer. Wilde wirkt wie ein Aufputschmittel. Wer ihn in Höchstform erlebt, muss damit rechnen, sich danach selbst zu fragen: „Krise? Welche Krise?“

Jutta Kleinschmidt fährt – im Vergleich zu Wilde – in niedrigerem Gang. Das kann sie sich leisten. Allein die Tatsache, dass Kleinschmidt als erste und bisher einzige Frau die Rallye Dakar gewonnen hat, sorgt für Aufmerksamkeit. Die studierte Physikerin testet immer neue Grenzen aus. Sie hat mit dem Fahrrad die Alpen überquert, am Race Across America und am Ötztal-Marathon teilgenommen. „Wenn man einen großen Traum hat, wenn man etwas wirklich will“, sagt sie, und es klingt nicht auswendig gelernt, „kann man alles erreichen. Man muss nur bereit sein. Und alles dafür geben.“ Wolfgang Haas haben Kleinschmidts Vita und Erfolge neugierig gemacht. „Ich suchte für unsere Jahrestagung eine Referentin, die den Verlegern in einer Zeit, in der alles nur von Krise spricht, Mut machen kann“, sagt der Geschäftsführer des Südwestdeutschen Zeitschriftenverleger-Verbands (SZV) in Stuttgart. Noch nie habe sich für die Medien gleichzeitig so viel so schnell verändert. „Es fehlen verlässliche Leitplanken für unternehmerisches Handeln.“ Den Verlag durch die Krise zu navigieren, gleiche einer Fahrt ins Ungewisse – und somit auch ein wenig einer Rallye durch die Wüste.

Sportler werden gerne als Stimmungsaufheller gebucht. Extremsportler wie Jutta Kleinschmidt erst recht, denn sie können authentisch über Leistung, Leidenschaft und Limit erzählen. Genauso

**„Alles Negative und Positive,
das wir weggeben, kommt
wie ein Bumerang wieder zu
uns zurück!“**

Jürgen Höller

wie der Abenteurer und Forscher Bertrand Piccard, der als erster in einem Ballon non stop die Erde umrundet hat. Piccard, der auch Psychiater ist, tritt als Gastredner und Motivator weltweit auf Firmenveranstaltungen auf. „Forscher und Abenteurer zu sein, bedeutet, das



Unbekannte zu entdecken und dabei Unsicherheiten zu akzeptieren“, sagt er. „Genau diesen Abenteuergeist braucht die Wirtschaft jetzt, um alles infrage zu stellen und neue Antworten zu finden.“

Inspiration jenseits der Dampfplauderei, die zum Beispiel der Satellitenbetreiber Astra schon seinen Mitarbeitern und Managern gegönnt hat. Auch SZV-Geschäftsführer Haas lässt sich gern von Querdenkern antreiben, weil sie „die Krise nicht mit einem Griff in die Mottenkiste, sprich mit sturem Cost Cutting und dem Abbau von Redaktionspersonal, zu bewältigen versuchen, sondern mit neuen Ideen.“

Doch auch die Popstars unter den Motivationstrainern erfreuen sich wieder wachsender Beliebtheit. Jürgen Höller schickte einst Fußball-Profis und Manager barfuß über Scherben, lockte Zehntausende in Veranstaltungshallen und pinselte Plattheiten wie „Sag ja zum Erfolg“ oder „Träume nicht dein Leben, sondern lebe deinen

screen.tv n.02

AUSGABE 02 / DEZEMBER 2009
04. KARRIERE

„BEWEG DEINEN ARSCH!“

SEITE 4

Traum“ auf Bücher. Die „Alles ist möglich“-Masche wurde ihm irgendwann selbst zum Verhängnis. Mit seiner Idee vom Seminar-Konzern scheiterte Höller grandios und musste sogar ins Gefängnis.

Der gescheiterte Gernegroß ist zurück, steht längst wieder auf der Bühne und singt – wenn auch eine Spur leiser – fast die gleichen Lieder wie früher. „Die Zeit der großen Hallen und Kongresse ist vorbei“, glaubt Jon Christoph Berndt. Der Absolvent der Deutschen Journalistenschule und Inhaber der Unternehmensberatung Brand-amazing in München bedauert das nicht, im Gegenteil. „Es ist gut so.“ In den hedonistischen Phasen der 90-er Jahre war Geld und Zeit dafür da, heute stellen sich andere Fragen. „Gute Trainer bringen ihren Kunden Wertschätzung entgegen, nähren ihren Geist, gehen verantwortlich mit den Menschen und ihrem Schicksal um.“ Das ist Berndts Überzeugung. „Die Großmäuler sollen nach Hause gehen. Man wird sie nicht vermissen.“



„Gewonnen und verloren wird zwischen den Ohren“

Frank Wilde

Die Nachfrage nach Erweckungserlebnissen habe in der Krise nicht nachgelassen, berichtet Hermann Fürstenau, Projektmanager der Stuttgarter Redneragentur Speakers Excellence. Allerdings verlagere sich das Interesse auf „Change Management“. „Den stetigen Wandel und die damit verbundenen Veränderungen muss man als Chance begreifen und somit auch diesen Geist in die Unternehmen tragen“, interpretiert Fürstenau den Trend. Unternehmen, die externe Redner engagieren, versprechen sich davon „Impulse, Trends, Tendenzen aus erster Hand sowie rhetorische Brillanz unserer Referenten“, sagt der Experte. Spitzenreiter-Themen seien Führung und Change Management, Sales und Marketing, Mut und Motivation. Frohe Botschaften bleiben also gefragt. — *