



Foto: Innote AG

DER ADLER BEFINDET SICH IM SINKFLUG – schrieb kürzlich die Presse über Höller und seine Inline AG. Wer ihm wie in Stuttgart die Treue hält, ist dennoch begeistert.

Motivation

Den Schlüssel zum Erfolg finden

Volksverdummung oder Erfolgsrezept? Die Frage nach Sinn und Unsinn von Motivationsveranstaltungen bewegt die Gemüter. Noch besteht das Interesse an Höller und Co.: In diesem Jahr lockte Höllers Motivationstag aber nur 4.000 Besucher nach Stuttgart.

„Wenn wir sparen, bezahlen wir uns selbst. Andernfalls bezahlen wir nur andere.“ – „Wir brauchen keine Leute, die alles besser wissen, sondern solche, die auch etwas können.“ – „Wichtig ist, zu handeln. Menschen, die nur träumen, sind die Erfolglosen.“ – „90 Prozent aller Verkäufer wären Single, wenn sie in der Liebe so handeln würden, wie sie es im Umgang mit ihren Kunden tun.“

Die Erkenntnisse von Erfolgstrainern wie Bodo Schäfer, Nikolaus B. Enkelmann, Jürgen Höller und Hans-Uwe L. Köhler klingen plausibel. Und sie haben eines gemeinsam: Sie sollen motivieren. Zu was? Zu positivem

Denken. Warum? Positives Denken beschert Erfolg in allen Lebenslagen. Auf dieser denkbar simplen Theorie basieren die Botschaften, zu deren Verkündung Hunderte, wenn nicht gar Tausende von Erfolgssüchtigen pilgern.

Motivation als Triebmotor

„Motivation ist ein Gefühl und gehört zum grundlegenden Lebensgefühl“, sagt Christina Worms vom Institut für Energologie (IFE) in Hannover. „Sie ist die Kraft zum Leben, quasi der Triebmotor für das, was wir leben und wie wir es leben.“ Das gelte auch im Unternehmensalltag, so die Geschäfts-

führerin des Instituts, das sich mit der Forschung über jede Form von Energie im Ursprung beschäftigt. Letzteres mag erklären, warum Unternehmen verstärkt ihre Mitarbeiter, mitunter sogar die ganze Verkaufsabteilung zu einer Motivationsveranstaltung schicken. Das Ziel: Sie sollen Anreize erhalten, mehr, schneller und besser zu arbeiten.

Lässt sich Motivation an einem Tag erlernen? Halten die rhetorisch geschickt verpackten Erfolgsweisheiten wirklich, was sie versprechen? „Letztlich bringen diese Veranstaltungen niemandem etwas“, meint der Münchener Managementtrainer und Therapeut Klaus Eidenschink und erklärt: „Erfolg ist kein Bedürfnis, sondern Ersatz für etwas. Beispielsweise für die innere Leere oder ein Gefühl der Minderwertigkeit.“ Diese Probleme könnten durch die Teilnahme an einem Erfolgstraining nicht gelöst werden. Dennoch seien gerade diese Menschen für jeden „äußerlichen Schnickschnack“ und damit für die Erfolgsregeln

” Wer als Unternehmer seine Mitarbeiter motivieren will, muss erst einmal wissen, was sie demotiviert

Christina Worms, Institut für Energologie

der Motivationstrainer besonders empfänglich: „Denn hier hören sie genau das, was sie hören wollen“, so Eidenschink weiter. Es sei kein Wunder, dass viele der Besucher mit dem Gefühl, „Jetzt bin ich wieder motiviert“, nach Hause gingen. „Hierbei handelt es sich aber bestenfalls um ein Strohhalm“, so die Einschätzung des Therapeuten. Es sei unwahrscheinlich, dass das positive Gefühl auf Dauer anhalte. Auch für Probleme, die bei der täglichen Arbeit auftauchen, scheint die Teilnahme an einem Erfolgstraining kein Patentrezept darzustellen. Hierzu Worms: „Massenveranstaltungen können nur pauschal vorgehen. Individuelle und inhaltlich spezifische Aspekte wie Probleme der Kommunikation oder Organisation werden nur selten berücksichtigt.“

Was die Teilnehmer erhalten, sind Impulse: „Jeder kann davon mitnehmen, was er für geeignet hält. Und das hängt von den individuellen Interessen, der Aufnahmefähigkeit und der Konzentrationsfähigkeit des Einzelnen ab“, erläutert Worms. Ob und wie der Teilnehmer das Aufgenommene im Sinne des Unternehmens umsetze, sei ebenfalls individuell und könne auf einer Großveranstaltung allenfalls sehr bedingt gelenkt werden.

In eine andere Rolle schlüpfen

Sind die Veranstaltungen damit überflüssig? Für die Fans offensichtlich nicht. Schließlich kommen sie freiwillig und in Scharen zu den Zusammenkünften. Sie nehmen lange Anfahrtswege in Kauf, opfern bereitwillig ihr Wochenende und lassen sich den Spaß, einen Tag mit Jürgen Höller zu verbringen, zwischen 99 und 799 Mark kosten.

Die Begeisterung der Besucher bei den Treffen wie in der Stuttgarter Schleyer-Halle spricht ebenfalls für sich. Die Gesichter der Teilnehmer strahlen Zuversicht aus. Die einen hängen gebannt an den Lippen

des Vortragenden, die anderen schreiben akribisch jede Verlautbarung mit. Und wenn Jürgen Höller, unterstützt von kraftvoller Bassmusik, zum Körpereinsatz auffordert, hält es kaum jemanden auf dem Stuhl. Das „Wir-Gefühl“ ist förmlich greifbar: Menschen, die sich nie zuvor gesehen haben, verlieren jegliche Berührungsängste, klopfen sich gegenseitig auf die Schulter und versichern sich optimistisch: „Wir sind erfolgreich!“

Für Eidenschink handelt es sich um ein massenpsychologisches Phänomen: „Die Menschen fühlen sich vorübergehend anders, als sie eigentlich sind, und schlüpfen in eine neue Rolle.“ Seda Akgül, Unternehmensberaterin bei PMS Personal Master Systems in Hannover, ergänzt: „Die Teil-

nehmer fühlen sich durch die Gruppendynamik gestärkt. Es entsteht eine regelrechte Masseneuphorie.“

Ernüchterung im Alltagsgeschäft

Der Unterhaltungswert der Großveranstaltungen mag unbestritten sein. Ebenso die Tatsache, dass viele Besucher im Anschluss überzeugt sind, Berge versetzen zu können. Fraglich ist, wie lange die Euphorie anhält und ob es einen Nutzen über die Veranstaltung hinaus gibt. Hierzu A. Kapur, General Manager im Netzwerk der Energologie und Ausbildungsleiter für das 3dManagement an der Akademie der Energologie, Hannover: „Massenpsychologie wirkt eigentlich nur, wenn der Input in einer bestimmten Intensität und Dichte vermittelt wird.“ Werde ein Gefühlszustand durch eine massenpsychologische Manipulation hervorgerufen, ließe die Wirkung sehr schnell nach“, so Kapur weiter. Wenn die Energie verbraucht ist, besteht die Gefahr, dass sich bei den Betroffenen eine Leere einstellt. Denn die meisten Men-

BUCHTIPPS



Zu den Gewinnern zählen. Was macht uns zu Gewinnern? Die Antwort gibt Bodo Schäfer in seinem neuen Buch „Die Gesetze der Gewinner“. In 30 Kapiteln

stößt der Leser auf die Strategien, die zu Erfolg und einem erfüllten Leben führen sollen. Die bewährten Weisheiten gewinnen durch die pointierte Zuspitzung. Zahlreiche Anekdoten, Fabeln, Beispiele und Handlungsanregungen helfen dabei, Entscheidungen zu treffen, Ängste und Befürchtungen abzubauen sowie den Wert des Lebens besser zu erkennen.

Bodo Schäfer: Die Gesetze der Gewinner. 240 Seiten, FAZ Verlag, 2001. 39,88 Mark.



Kreative und produktive Energien. Soll das, was Sie derzeit tun, sind oder haben, denn wirklich schon alles in Ihrem Leben gewesen sein? Auf dieser Frage baut das neue Buch von

Jürgen Höller „Spreng deine Grenzen. Mit Motivation zum Erfolg.“ auf. Das praxisnahe Arbeitsbuch mit vielen Fragebögen und Checklisten zeigt, wie kreative und produktive Energien optimal freigesetzt werden können. Wer schon immer alles über Motivation wissen wollte, findet hier eine Reihe von Antworten.

Jürgen Höller: Spreng deine Grenzen. Mit Motivation zum Erfolg. 304 Seiten, Ullstein Taschenbuch Verlag, 2001. 17,49 Mark.