

Von Heiligen, Gurus und Scharlatanen

Immer schon fühlten sich Menschen berufen, anderen Menschen mitzuteilen, was wirklich läuft.

VON ERNST PAVLOVIC

Beide Teile hatten etwas davon – die einen fühlten sich in ihrer Denkart bestätigt, die anderen hatten das Gefühl, etwas zu lernen. Seit geraumer Zeit können die einen neben Anerkennung auch eine Stange Geld verdienen.

Der Kommunikationstrainer Andreas Salcher sieht seinen Berufszweig locker und unverkrampft. Einerseits weiß er um den Nutzen von Psycho- und Persönlichkeitsseminaren, andererseits kennt er seine Pappenheimer: „Die Hälfte der Angebote sind Müll, weil von unprofessionellen Scharlatanen gemacht.“ Vom Rest seien 30 Prozent ganz okay, 10 Prozent wirklich hervorragend und 10 Prozent tatsächlich gefährlich.

Also ist die Chance, auf ein gutes Angebot zu stoßen, nicht besonders hoch. Es sei denn, man hat von einem Seminar mehrere voneinander unabhängige Teilnehmerberichte. Vorsichtig sollte man vor allem bei Angeboten an abgelegenen Orten mit strengen Seminarregeln sein, Nahrungsmittel- und Schlafentzug sowie Kommunikationsverbote ließen nichts Gutes erwarten und deuten auf klassische Elemente von Gehirnwäsche hin. Die erfolgt nach einem simplen Schema, das Chinesen an US-Soldaten anwendeten und das heute noch gültig ist: Der ersten Phase des Aufbrechens von Wertesystemen (Unfreezing) folgt die zweite des Veränderens (Changing) und die letzte des Fixierens (Freezing). Das wirkt immer, entscheidend ist allerdings, wie das neue Wertesystem aussieht und wem es – außer erfolgreichen Sektenführern – nützt.

Wer glaubt, in einem 2-Tage-Seminar zu einer charismatischen Persönlichkeit oder zu einem unwiderstehlichen Sieger zu mutieren, ist ein besonders dankbares Opfer. Auch pseudophilosophische Systeme, die endlich die ganze Welt erklären und vor allem zeigen, was man bis jetzt alles falsch machte, zielen auf die Zerstörung des Wertesystems und wollen



Management-Trainer Andreas Salcher:
„50 Prozent der Seminar-Angebote sind Müll.“

Platz für eine neue Lehre schaffen. „Es gibt keine Universal Theory of Everything, die Ihnen in Zukunft Erfolg, Geld und innere Zufriedenheit garantiert.“ Diese Garantie ist ausschließlich Seminarveranstaltern vorbehalten.

Aggressive Akquisitionen, wie Aufführungen, wo ehemalige Teilnehmer begeistert von ihrer neuen Persönlichkeit berichten dürfen, sollten genauso skeptisch machen wie Insera-

te mit Headlines in der Art „Der bekannte US-Startrainer XY“. Wirkliche Stars wie Steven Covey, Ken Blanchard oder Michael Porter hätten das bei einem Tagesatz ab 5000 Dollar nicht nötig.

Absoluter Topstar ist Tom Peters, der den Markt für Management-Gurus erst geschaffen hat. Seine jährlichen Einnahmen aus Beratung, Vorträgen und Tantiemen machen laut Guinness-Buch der Rekorde 6,4 Millionen Dollar aus. So wie etliche seiner Kollegen startete er seine Laufbahn in der Beraterfirma McKinsey und machte sich selbständig, während er den Bestseller „In Search of Excellence“ schrieb. Sein Arbeitgeber wollte schlaun sein und regelte in einem Vertrag, dass die Tantiemen für das Buch, in dem Peters ja auch McKinsey-Daten verwertete, erst ab einer Auflage von 55.000 zur Gänze an ihn gehen sollten. Die höchste erzielte Auflage eines Management-Buchs in den USA lag damals bei 20.000 Stück. Peters verkaufte bis heute von seinem Erstling sieben Millionen Exemplare.

Das konnte nicht ohne Folgen bleiben: etliche US-Berater entdeckten ihre Schreiblust und verfassten Bestseller wie „Die sieben Wege zur Effektivität“ (Steven Covey), „Business Engineering“ (Michael Hammer), „Der Ein-Minuten-Manager“ (Ken Blanchard) oder „Qualität 2000“ (Philip Crosby).

Bei einer guten Firma wollen immer mehr Leute arbeiten, als aufgenommen werden können, es bedarf also einer sorgfältigen Form der Abweisung, um dem Image des Unternehmens nicht zu schaden.

Bei einer guten Firma wollen immer mehr Leute arbeiten, als aufgenommen werden können, es bedarf also einer sorgfältigen Form der Abweisung, um dem Image des Unternehmens nicht zu schaden.