2022/38 Wirtschaft

https://shop.jungle.world/artikel/2022/38/prediger-des-nachvornekommens

Die Coachingbranche verspricht Selbstermächtigung, predigt aber Unterwerfung

Prediger des Nachvornekommens

Von **Alex Struwe**

Die Coachingbranche boomt. Zahlreiche Anbieter versprechen ihren Kunden beruflichen Erfolg, Reichtum und mehr Selbstbewusstsein. Doch sprechen sie weniger von Freiheit als von der Notwendigkeit zur Anpassung.

Die liberale bürgerliche Gesellschaft hat drei große Versprechen für den Einzelnen: Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit. Doch diese Werte sind in der kapitalistischen Form der Vergesellschaftung nur abstrakt verwirklicht und tendieren stetig dazu, in bloße Ideologie überzugehen. Je deutlicher die Realität der Verheißung widerspricht, desto attraktiver werden die Wahnvorstellungen, die als Ersatz dienen.

Der Erfolg von Motivations-, Business- und Finanzcoachings zeigt das beispielhaft: Selfmade-Millionäre, zumindest nach Eigenauskunft, und Entrepreneure ihrer selbst verkaufen Rezepte und Tipps, um mit der richtigen Einstellung auf die Gewinnerseite des Lebens zu wechseln. In Online-Seminaren und hallenfüllenden Live-Events wird mit viel Pathos zelebriert, was wie der schlechte Abklatsch bürgerlicher Hoffnungen anmutet – Individualitätskult und sozialer Aufstieg. Die Versprechungen von »finanzieller Freiheit« und geheimem Wissen um die Gesetze und Techniken des Erfolgs verkaufen sich zu teils horrenden Preisen. Dass die Realität der Dauerkrise der »Abstiegsgesellschaft« (Oliver Nachtwey) all dem eklatant zuwiderläuft, macht diese Verfallsformen liberaler Werte nur umso attraktiver.

> Das »Mindset« spielt eine so zentrale Rolle, weil es eines der wenigen Dinge ist, auf die die Individuen direkten Einfluss haben.

Variationen des Coachings, die Persönlichkeits- mit beruflicher Entwicklung kombinieren, entstammen ursprünglich der Unternehmensberatung, den Managementtechniken oder auch Weiterbildungsangeboten für Führungskräfte. Teile des Motivations- und Businesscoachings haben sich aber zu einem eigenen Geschäftskosmos verselbständigt, den die Mehrheit der professionellen Coachingbranche eher kritisch sieht. Die allermeisten Angebote seien unseriös, urteilte etwa der Professor für Wirtschaftspsychologie Uwe Kanning in einem Interview mit der Wirtschaftswoche.

Die Coachings bewegen sich zwischen Anleitungen zu wirtschaftlichem Erfolg, meist für Selbständige und Freiberufler, und psychologischer Beratung, bis hin zu Anleihen aus dem

geradezu Spirituellen. Das Sendungsbewusstsein, das einige Coaches dabei an den Tag legen und das weit über pragmatische Ratschläge für ein erfolgreiches Berufsleben hinausgeht, erinnert an die Verherrlichung von angeblichen Entrepreneur-Genies wie Elon Musk und Jeff - Bezos, die Unternehmertum mit ans Messianische grenzender Rhetorik verbinden.

Man könnte sagen, dass sich das Coachingsystem demokratisiert hat. Denn das Zielpublikum sind längst nicht mehr nur Führungskräfte, die Beratung in Anspruch nehmen, um ihre berufliche Leistung zu steigern, sondern auch Privatpersonen, Soloselbständige, Freiberufler, Angestellte und Arbeitslose – eigentlich alle, die sich aus der Demütigung herauskämpfen wollen, in einer kapitalistischen Gesellschaft zugleich autonomes Individuum sein zu sollen und lohn- oder gar transferabhängig zu sein.

Das Kundenpotential auch bei jungen Menschen ist so groß, dass sich Motivationscoaching mittlerweile zu einem eigenen Marktsegment der Kulturindustrie entwickelt hat. So hatte etwa der Deutschrapper Kollegah ein zweites Geschäftsmodell als »Lifecoach« mit seiner später allerdings abgesagten »Alphaoffensive« geplant, bei der er vor allem junge Männer für bis zu 2 500 Euro pro Ticket den Weg zum »Mindset« eines sogenannten Alpha-Manns zu zeigen versprach.

Kollaborieren wollte er dabei mit Dirk Kreuter, der sich als »Europas erfolgreichster Verkaufstrainer« vermarktet. Kreuter ist einer von zahlreichen hauptberuflichen Coaches, die versuchen, sich selbst zur Marke zu machen. Unter ihnen sind Persönlichkeiten wie »Deutschlands bekanntester Motivationstrainer« Jürgen Höller oder Bodo Schäfer, der das »erfolgreichste Finanzbuch der Welt« geschrieben haben will. Der Superlativ darf in den Selbstdarstellungen nicht fehlen, denn verkauft werden soll die Teilhabe an grenzenlosem Erfolg, und das durch einen Insider, der es selbst zu etwas gebracht hat. Die Coaches, die oft mit dem eigenen Erfolg, den großen Autos, den Armbanduhren protzen, stellen sich in eine Reihe mit Multimilliardären und Superstars. Sie treten auf wie Gurus, bleiben dabei aber nahbar und den »einfachen Menschen« zugewandt. Sie mimen erfolgreiche Unternehmer der Spitzenklasse, die ihr Massenpublikum per du ansprechen und angeblich deren Sorgen und Ängste kennen, inklusive den Weg, sich von diesen zu befreien.

Durch Podcasts und soziale Medien ist es mittlerweile Konsumgewohnheit, am Leben von Prominenten und ihrer Karriere teilzuhaben, als gehörte man zu ihrem Freundes- und Bekanntenkreis. Aber eigentlich handelt es sich hierbei um einen alten Trick politischer Agitation. Die widersprüchliche Verkumpelung mit dem Bandenführer gegen das soziale Elend beschrieb schon Leo Löwenthal in seinen »Studien zur faschistischen Agitation« aus den vierziger Jahren als das Phänomen des »Großen ›kleinen Mannes‹«: der Auserwählte aus dem einfachen Volke, der sich als Führer anbietet. Die Menge kann zu ihm als einem der ihren aufblicken und vom eigenen Aufstieg zur Autorität träumen.

So bekannt wie die Technik sind auch die Inhalte. Die Motive, die von den Motivationscoaches abgerufen werden, sind von bemerkenswerter Berechenbarkeit und gehören zum Trivialsten im Traditionsbestand liberaler beziehungsweise libertärer Ideologie: der Aufstieg »vom Tellerwäscher zum Millionär«, die Maxime, Krisen als Chancen zu begreifen, das Bekenntnis zu harter Arbeit und Anpassungsfähigkeit, und allem voran der quasireligiöse Glaube, dass es nur auf die richtige Einstellung ankomme, da das Bewusstsein das Sein bestimmen könne.

Das »Mindset«, also die Mentalität und Einstellung des Individuums, spielt eine so zentrale Rolle, weil es eines der wenigen Dinge ist, auf die die Individuen direkten Einfluss haben, während die Verhältnisse, in denen sie leben, hingenommen werden müssen. Zugleich wird alle Verantwortung für das eigene Elend damit dem Individuum überantwortet. Permanent werden die Leute aufgerufen, positiv und ehrgeizig zu sein und Hindernisse als Herausforderungen zu begreifen.

Viele der Coaches erzählen von ihren eigenen Krisen – von Gefängnisaufenthalten nach Insolvenzverschleppung etwa –, die sie nun als große Bereicherung betrachten könnten, weil sie sie erst zu ihrem jetzigen Erfolg gebracht hätten. So wie es kein schlechtes Wetter, sondern nur schlechte Kleidung gebe, so gebe es auch keine objektive schlimme Situation der Menschen, sondern nur deren guten oder schlechten Umgang mit ihr. Das rechtfertigt wiederum härtesten Wettbewerb und Auslese: Gewinner werden die, die am festesten an ihren eigenen Erfolg glauben und am verbissensten an ihm arbeiten.

Die eigentliche Quelle der Attraktivität des Coachings liegt nicht nur in der vermeintlichen Klarheit und Einfachheit der Botschaften. Sie liegt vor allem im Widerspruch zwischen Selbsthass und Selbstherrlichkeit, zwischen den gleichermaßen regressiven Impulsen von Allmachtsphantasie und totaler Unterwerfung unter die Verhältnisse.

Denn so sehr sich die Angesprochenen danach sehnen, wie es der Coach Höller bewirbt, »endlich genau das Leben zu führen, das du dir schon immer gewünscht hast«, also nach einer Art Selbstermächtigung und Freiheit, ist das tatsächliche Angebot des Coachings Unterwerfung: Zum Erfolg führen Gesetze und Regeln, die man lernen sowie strikt und unhinterfragt befolgen muss. »Gesetze des Lebens« oder gleich »Gesetze der Gewinner« nennen es einige der Coaches, und wer sie verinnerlicht, hat Erfolg. Das immerzu beschworene »Mindset« ist eine Disziplinierung des Geistes, die mehr der körperlichen Zurichtung im Fitnesscenter gleicht als jenem offenen Denken, das die Coaches als »out of the box« anpreisen. Und schließlich steht die Anrufung, dass jeder es schaffen könne, im deutlichen Kontrast zur elitären Verheißung, nach ganz oben zu kommen. Die endlosen Pyramidensysteme der Geschäftsmodelle und die absolute Affirmation des survival of the fittest sollen helfen, sich in einer Welt durchzusetzen, in der nur einige es schaffen und die anderen zurückbleiben.

Das Spiel mit dieser Ambivalenz ist keine bloße Inkonsistenz der Coachingangebote. Die gängigen Kritiken, dass die hohlen Phrasen und leicht durchschaubaren Betrügereien bloß »unseriöse Versprechen« seien, wie es der Wirtschaftsprofessor Kanning bemängelte, gehen am Kern des Coachings vorbei. Die Verheißung der Coaches ist nicht, die gebrochenen Versprechen der liberalen bürgerlichen Gesellschaft endlich doch einzulösen. Vielmehr rührt die Anziehung daher, die liberale Freiheit mit jenen Phrasen und Ideologemen zu überwinden, die man bisher nur als Lügen erfahren hat. Es ist wie eine Art subtiler Rache dafür, dass die liberalen Versprechen stets gebrochen werden, die hier mobilisiert wird.

© Jungle World Verlags GmbH