

EINMAL GLÜCK UND ERFOLG, BITTE!

Michael Girking

**Über das Glück
und seine Vermarktung
in der Persönlichkeitsbildung**

**Eine Untersuchung zur Kultur
der Selbstopтимierung**

Michael Girking

**Einmal Glück
und Erfolg, bitte!**

Michael Girkinge

Einmal Glück und Erfolg, bitte!

**Über das Glück und seine Vermarktung
in der Persönlichkeitsbildung.
Eine Untersuchung zur Kultur
der Selbstop**

Tectum Verlag

Michael Girkinge

Einmal Glück und Erfolg, bitte!
Über das Glück und seine Vermarktung in der Persönlichkeitsbildung.
Eine Untersuchung zur Kultur der Selbstoptimierung

Zugl. Diss. Universität Salzburg 2012

Umschlagabbildung: photocase.com © marqs (bearbeitet)

© Tectum Verlag Marburg, 2012

ISBN 978-3-8288-5797-1

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter der
ISBN 978-3-8288-3032-5 im Tectum Verlag erschienen.)

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de
www.facebook.com/tectum.verlag

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
1. Einleitung	13
1.1. Lass dich inspirieren! – Persönlichkeit(sbildung) ist Trumpf	13
1.2. Fragestellungen, Aufbau, Thesen, methodisches Vorgehen	15
1.3. Relevanz des Themas	18
1.4. Der Persönlichkeitsbildungsmarkt: Definitionen, Zahlen, Trends	19

Teil I.

Oszillationen existenzieller Gegenwelten. Über Tragik und Glück

1. Zerbrechliche Welt, tragische Welt	26
2. Flanieren auf alten und neuen Schauplätzen des Glücks	40
2.1. Glück: Ein heikles Terrain - ?	40
2.2. Ein erster Blick: Glückswelten – ein Spaziergang	44
2.2.1. Glück im Jenseits, und ein bisschen hier	44
2.2.2. Fantastisches Glück	45
2.2.3. Utopisches Glück	47
2.2.4. Politisches Glück	50
2.2.5. Einfaches Glück	54
2.2.6. Das Glück des Tüchtigen	56
2.2.7. Glück in der Liebe	58
2.2.8. Glück im Lustgarten	63
2.2.9. Glück in der Warenwelt	68
2.2.10. Leidenschaftliches (Un)Glück	71
2.2.11. Stoisches Glück	74
2.3. Ein zweiter Blick: Glücksvermessungen – eine Diskussion	77
2.3.1. Umkreisungen: Einige Definitionen	78
2.3.2. Individuelle Perspektiven: Spielräume, Strategien, Hindernisse, Grenzen	83

2.3.3. Gesellschaftliche Perspektiven: Erkenntnisse der ökonomischen Glücksforschung und ihre politische Relevanz	97
3. Zusammenschau	114

Teil II.

Einmal Glück und Erfolg, bitte! Zur Angebotsseite des Persönlichkeitsbildungsmarktes

1. Sie wünschen, wir spielen: mit Vollgas ins Glück!	128
2. Ein gutes Angebot designen – Instrumente des Glücks-Marketing-Mix	137
2.1. Gold ist, was glänzt – jede Menge Verpackungsmaterial	137
2.2. „Sie werden Kontinente entdecken...“ – umfassende Sorglos-Pakete	143
2.3. Geheimnisse, Schlüssel, Formeln und Gesetze – Blendungen	148
2.4. „Natürlich ist der Machbarkeitswahn eine Gefahr...“ – Absicherungen	155
2.5. „So genießen Sie jeden Tag“ – aktives Glücksmanagement und Glücksregelregime	159
3. Märchenhaftes Glück, traumhafter Erfolg – und ein bisschen Magie: das Positive Denken	166
4. Man nehme... – Erfolgsformeln für alle (Lebenslagen)	174
5. Zusammenschau	186

Teil III.

Der Persönlichkeitsbildungsmarkt und seine Freunde: Zur Nachfrageseite eines boomenden Metiers

1. Der Persönlichkeitsbildungsmarkt als multifunktionaler Dienstleistungssektor: 8 Dimensionen, 2 Thesen	196
2. Panoramablick: günstige gesellschaftliche Rahmenbedingungen für die Expansion des Persönlichkeitsbildungsmarktes	203
2.1. Ethische Autonomie in der neuen Unübersichtlichkeit: Licht und Schatten des Individualismus	203

2.2. Der therapeutische Diskurs zieht seine Kreise: neue Lebens- und Sinnfragen als Konjunkturmotor des Persönlichkeitsbildungsmarktes	209
2.3. Der therapeutische Diskurs am Arbeitsplatz: Gegensätze versöhnen – produktives Glück als All-in-One-Lösung	216
2.4. Ein Coach für alle Fälle: von Übungseinheiten in lebenspraktischer Fitness bis zum Begleitservice für angeschlagene Seelen	222
3. Stellungswechsel: Leitbilder hinter dem Persönlichkeitsbildungsmarkt – vier Versuche über zeitgemäßes Selbst-Management	228
3.1. Narziss als Leitbild der flüchtigen Moderne: (tragischer) Held und Lebenskünstler	228
3.1.1. Paradoxien der Freiheit in der „Möglichkeitswelt“	228
3.1.2. „Mach dein Ding!“ (I) – expressiver Individualismus als Gradmesser für Glück und Erfolg	231
3.1.3. „Mach dein Ding!“ (II) – Individualisierung der Arbeit: ein ambivalentes „Unternehmen“	235
3.2. Balanceakte in der Beschleunigungsgesellschaft: Zeit- und Selbstmanagement als Glücks- und Erfolgstechnik	242
3.2.1. Zeitgewinn und Gegenwartsschrumpfung – oder: vom ständigen Gefühl, noch etwas erledigen zu müssen	242
3.2.2. Performance-Management: Wie man zwischen Verpassensangst und Anpassungszwang erfolgreich manövriert – von Entrümpelungsangeboten bis zur zeitlichen Planwirtschaft	250
3.3. Verborgene Potentiale heben: der neue Geist des Kapitalismus und seine Version des zeitgemäßen Erfolgstypus	259
3.3.1. Zwischen Selfness und Selbstverwertung: das „Reframing“ der kapitalistischen Spiel- und Verhaltensregeln	259
3.3.2. Autonome Querdenker nach vorne: der Künstler als Unternehmer, der Unternehmer als Künstler	266
3.4. Lebensunternehmer werden: Leitbilder und Anleitungen zur Überschreitung der „Komfortzone“	271
3.4.1. Ein Blick in die Glaskugeln der Trend- und Zukunftsforschung: die Lebens- und Arbeitswelt von morgen	271

3.4.2. Kraftfelder der Selbstaktivierung: Arbeitskraftunternehmer, Lebensunternehmer, unternehmerisches Selbst	274
3.4.3. Noch einmal konkret: individuelle und unternehmerische Aktivierungsprogramme – Erfolg durch Selbstmarketing, Image- und Selbstentwicklungsarbeit, Motivations-Body-Building, Erfolgsfaktor Glück	277
4. Zusammenschau und Schlussfolgerungen	286
4.1. Am schmalen Grat: das Streben nach Glück, die Tyrannei des Glücks	286
4.2. Die Freiheit, ein Ich zu sein – der Zwang, ein Ich zu sein: Individualisierung zwischen Selbstbestimmung, Unbehagen und Entfremdung	290
4.3. Die Funktionen des Persönlichkeitsbildungsmarktes und der Ideologiecharakter der Machbarkeitsrhetorik	294
4.4. Zwei Selbstmanagement-Diskurse: die Arbeit am Selbst zwischen Selbstdisziplinierung und Selbstverwirklichung	299
4.4.1. Der Glücks- und Erfolgsgedankens in der Arbeitswelt: Abkehr vom ökonomischen Rationalismus?	301
4.4.2. Die Persönlichkeit als Rückzugsgebiet in politisch unsicheren Zeiten	304
Danksagung	309
Literatur- und Quellenverzeichnis	311

Vorwort

Eine erste Disposition zur vorliegenden Dissertation habe ich im Frühjahr 2009 verfasst. Tatsächlich aber hat mich der Persönlichkeitsbildungsmarkt schon lange vorher interessiert und in gewisser Weise fasziniert, wenn auch nur sporadisch und am Rande. Angefangen hat es mit einem kurzen Beitrag für die Studierendenzeitschrift *uni:press* im Jahr 2005. Ich war fasziniert von den zahlreichen glücks- und erfolgsoptimierenden Strategien und Techniken, die mir an allen Ecken unserer Medienöffentlichkeit begegneten, nicht minder aber vom Habitus der Anbieter, von ihren Gesten und Slogans, ihrem *Dresscode* und wie *fit* und *dynamisch* das Glück und der Erfolg *in persona* aussahen. Ich sah Menschen, die allem Anschein nach wussten, wie man das Leben *richtig* anpackt und lebt. Der Persönlichkeitsbildungsmarkt produziert die zeitgemäße Lebenslehre: Höchstleistung und Tiefsinnigkeit, Effizienz und Erfüllung, Kraft und Gelassenheit – alles findet hier nebeneinander Platz. Innerhalb der linken Weltanschauung gab es im 19. und 20. Jahrhundert unterschiedliche Visionen, durch eine Umwälzung der gesellschaftlichen Verhältnisse einen *Neuen Menschen* zu formen. Diese politischen Utopien gingen auf dem Weg ins 21. Jahrhundert verloren. Oder doch nicht? Man gewinnt bei der Sichtung von Glücks- und Erfolgsangeboten in der Persönlichkeitsbildung den Eindruck, dass sich der Schauplatz nur verlagert hat und das Versprechen, mit dem richtigen *Training* einen neuen Menschen erschaffen zu können, äußerst lebendig ist.

Seit damals erstaunt mich, dass der Persönlichkeitsbildungsmarkt so viel Aufmerksamkeit und Zuspruch erfährt und dass so viele Menschen für das Versprechen zu zahlen bereit sind, in kürzester Zeit eine *bessere Persönlichkeit* aus sich machen zu können. Doch aus dem Eindruck allein, dass der Persönlichkeitsbildungsmarkt im Sinne eines allgemein grassierenden *Impression Managements* zum anziehenden Leuchtturm einer in jeder Menge Plattitüden und Kalenderweisheiten verpackten *Inszenierungs- und Machbarkeitskultur* geworden ist, lässt sich noch kein wissenschaftlicher Zugang zu diesem Phänomen erschließen. So einfach ist die Sache wohl auch nicht. Offenkundig spricht der Persönlichkeitsbildungsmarkt viele Fragen an, die vor allem die Mittelschicht in unserer Gesellschaft beschäftigt. Offenkundig erzählt er viel über die aktuellen gesellschaftlichen Verhältnisse. Ich begann mich intensiver mit dem Thema auseinanderzusetzen. Ich habe mich gefragt: Woher kommt die starke Nachfrage nach Persönlichkeitsbildung? Woher das rege Interesse an den Themen Glück und Erfolg? Was genau bereitet mir Unbehagen an einer spezifischen Form der Glücks- und Erfolgssuche, die den Ratgebermarkt auszeichnet? Und welche Aufgaben, Wünsche und Fragen sind es, die heute für unsere Gesellschaft so bedeutend geworden sind?

Natürlich wirbt der Persönlichkeitsbildungsmarkt zum einen damit, unsere berufliche Qualifikation zu verbessern. Aber das alleine ist es nicht. Er dringt vor bis in unseren persönlichen Lebensalltag, in dem wir – wie es der Philosoph Peter Bieri formuliert – unser Erleben zum *Thema* machen und uns um uns selbst *kümmern*. Das kennzeichnet uns als Menschen. Wir können uns fragen, was es eigentlich *ist*, was wir denken, fühlen und wollen. Und wir können uns fragen, ob wir eigentlich zufrieden sind mit unserer gewohnten Sicht auf die Dinge. Daraus, so Bieri, entsteht unser *Selbstbild*, unsere (auch sozial geformte) Vorstellung davon, wie wir sein möchten. Die Auseinandersetzung mit Glück und Erfolg ist also in die zentrale Frage eingebettet, wie wir heute leben *müssen* und wie wir heute leben *wollen*. Und letztlich schließt sich daran die Frage nach den Grenzen der Selbstoptimierung: Inwieweit liegt es in meiner Hand, meine Persönlichkeit zu entwickeln – glücklicher und erfolgreicher zu werden? Oder sind es nicht gerade Menschen oder Institutionen, die mehr aus uns herausholen, als es uns als Einzelne möglich wäre? Was an meiner Persönlichkeit ist „mir eigentlich“ und was kann „trainiert“ werden?

Wie die Schönheitschirurgie suggeriert der Machbarkeitsdiskurs: Du musst dich nicht mit *dieser* Person und mit *diesen* Möglichkeiten abfinden. Seine Verheißungen funktionieren wie ein mächtiges Lösungsmittel, sie machen aus unserer Persönlichkeit formbares Plastilin und mobilisieren unsere (Glücks-)Erwartungen. Ganz gewiss aber können sie genauso wenig all unsere Konflikte und Unzulänglichkeiten – unsere vielen, ambivalenten Stimmen und Gesichter – auflösen wie die Unvollkommenheit der menschlichen Lebenswelt als Ganzes. Sich mit sich selbst und seinen Grenzen zu versöhnen, in sich „heimisch“ zu werden, scheint darum eine nicht minder herausfordernde Form der Persönlichkeitsentwicklung, in der vielleicht mehr Lebenskunst steckt als das x-te Seminar zu besuchen, in dem man immer neue Selbsterleuchtungs- und Selbstoptimierungsübungen vorgesetzt bekommt. Das ist es auch, was der Philosoph Christopher Hamilton ausdrückt, wenn er über das mittlere Lebensalter schreibt:

„To some extent at least we all see in middle age the ways in which we are all inadequate, ridiculous or hopeless, but we have also come to learn that, really, nothing here will change. If we are lucky, we are able through this insight to forgive ourselves better, and accept better what we are because there is no possibility of change. What is needed is to try to structure the external details of life so that they nurture and bring out what is good and positive in us.“

Man mag diese Sichtweise als zu pessimistisch betrachten, auf jeden Fall passt sie nicht recht zu einer Zeit, in der Wirtschaftswachstum, das unendliche Streben nach mehr in einer endlichen Welt, zum festen Glaubensbekenntnis gehört und seine Entsprechung auch in einem, wie es der Sozialpsychologe Harald Welzer nennt, nach innen verlegten Maximalismus findet.

Aus diesen Fragen und Gedanken hat sich mein ganz persönlicher Zugang zum Thema und zur inhaltlichen Gliederung ergeben. Die Untersuchung will dem nachgehen, was uns heute in unserer Gesellschaft antreibt, kritisch, aber auch nachdenklich und distanziert. Wenn man sie gelesen hat, wird man wohl kaum glücklicher sein, aber vielleicht mehr über das Glück wissen, und darüber, was uns heute oft unglücklich macht. Und sie kann, wie ich hoffe, zeigen, warum wir uns heute wie verhalten und unter welchen individuellen und (markt-)gesellschaftlichen Zwängen dieses Verhalten steht. Der kritische Blick auf aktuelle Entwicklungen versucht dabei, ein „Früher-war-alles-besser“-Deutungsmuster zu vermeiden. Aus dem Paradies sind wir schon lange vertrieben, wie das Alte Testament lehrt. Die Kritik daran, dass der Persönlichkeitsbildungsmarkt immer mehr Berater bzw. „Wissende“ hervorbringt, die scheinbar Antworten auf (fast) alles haben, darf daher nicht in die Falle tappen und sich selbst als Ratgeber einer „richtigen“ Gesellschaft oder eines „richtigen“ Lebens darstellen. Wohl aber kann man Überlegungen anstellen, welche *Bedingungen* und *Erfahrungen* heute zu einem gelingendem bzw. „geglücktem“ Leben beitragen oder durch welche das Streben danach Schaden nehmen kann.

Salzburg im Februar 2012

1. Einleitung

1.1. Lass dich inspirieren! – Persönlichkeit(sbildung) ist Trumpf

Am 26. Februar 2011 hat „Motivationspapst“ Jürgen Höller zum *Power Day* in die volle Welser Stadthalle geladen. Das Publikum hat sich von seinen Sitzen erhoben und klatscht, auf der Bühne tanzen Höller und sein Team ausgelassen zum Song *I've got the Power*. Die Stimmung ist gut – endlich: Der durchschnittliche Amerikaner, klärt Höller auf, hört bis zu seinem 18. Lebensjahr 150.000 negative Suggestionen, die sein Unterbewusstsein programmieren. Und dann weitere 22 negative Suggestionen jeden Tag. Wie schaut es da erst bei uns aus! – ruft er ins Publikum. Seine Lebensgeschichte beweist es: Jeder kann aus seinem Leben ein Kunstwerk machen. Schon mit sieben Jahren wollte er Millionär werden und erntete dafür Gelächter. Er hat sich geschworen, dass er es allen zeigen wird. Mit 19 machte er sich selbstständig und gründete in den folgenden Jahren viele erfolgreiche Unternehmen, im Jahr 2000 füllte er als Trainer die Dortmunder Westfalenhalle mit 14.000 Teilnehmern. Da war er ganz oben angekommen, bevor er in die größte Krise seines Lebens stürzte. Doch nun will er wieder zurück nach oben. Und wer ganz nach oben will, sagt er an anderer Stelle, der braucht die Kraft der Persönlichkeit, der braucht Motivation, Begeisterung, Träume, Ziele. Die Erfolgsformel lautet: 15% Fachwissen, 85% Persönlichkeit.¹

Persönlichkeitstrainings liegen voll im Trend. Sieht man sich die Weiterbildungsprogramme des Wirtschaftsförderungsinstituts (WIFI) von den 1960er Jahren bis heute durch, fällt ins Auge, dass die Persönlichkeit zunehmend in den Fokus der Weiterbildungsbemühungen gerückt ist, signifikant überhaupt erst seit den 1990er Jahren. Wellenreiter eines boomenden Marktes waren in den 1990er Jahren Motivationstrainer unterschiedlichen Couleurs, deren „Heilslehren“, so Walter Simon, Leiter der Business Training University in Bad Neuheim, „als Sofortlöser für die Alltagsprobleme der methodisch Obdachlosen und Leichtgläubigen“ dienten.² Der Stern von Jürgen Höller & Co mag heute verblasst sein, doch man soll sich nicht täuschen: Hinter den Spektakeln der Motivationsgurus, nach Simon „ein Gemisch aus Esoterik, positivem Denken, vermeintlicher Erfolgslehre und Motivationsclownerie mit viel Gebrülle, Gehopse und sich selbst applaudierendem Geklatsche“, hat sich ein florierender Trainer-, Berater- und Coaching-Markt gebildet, auf dem explizit oder implizit glücks- und erfolgsversprechende Selbstoptimierungstechniken vermittelt werden. Wer wir sein möchten, wie wir sein möchten und was wir erreichen wollen, ist weniger denn je festgeschrieben und begrenzt, sondern hängt – so der verlockende Sirenen gesang – allein von der

¹ Power-Day mit Jürgen Höller, Stadthalle Wels, 26.2.2011, Beobachtungsprotokoll.

² „Das Ende der Gurus“, *manager magazin*, 21.3.2003, <http://www.manager-magazin.de/koepfe/artikel/0,2828,241381,00.html>, Zugriff: 22.10.2011.

richtigen Einstellung ab. Der Persönlichkeitsbildungsmarkt ruft dazu auf, an sich zu arbeiten und seine Eigenschaften und Fähigkeiten kontinuierlich zu formen; und er stellt geschultes Betreuungspersonal zur Verfügung, das imstande ist, seine Kunden „fit“ für das Glück und den Erfolg zu machen.

Unsere Persönlichkeit, so das Credo und Versprechen der einschlägigen Szene, ist kein Korsett, das wir mit uns herumtragen, sondern offen für allerhand transformative Eingriffe und gezielte Interventionen, mit deren Hilfe sie rasch und grundlegend *moduliert* werden kann. Wer die richtigen „Wege“, „Formeln“, „Schlüssel“ und „Geheimnisse“ kennenlernt, der könne „ungeahnte Möglichkeiten“³ entdecken und nicht weniger als „schier Ungeahntes“⁴ erreichen. Auf dem Persönlichkeitsbildungsmarkt herrscht, um sich von der Konkurrenz abzuheben, vielerorts regelrechte Goldgräberstimmung. Das geheimnisumwobene Eldorado, deren visuelle Evidenz die erfolgreichen, glücklichen und hoch motivierten Anbieter darstellen, liegt nicht mehr, wie in der Zeit der europäischen Entdeckungsreisen, in fernen Ländern, sondern in uns selbst. Jeder kann zum Abenteurer und Konquistadoren werden und ungeahnte Schätze in sich entdecken, die ihm zu einem glücklichen und erfolgreichen Leben verhelfen.

Die Botschaften schließen stets am Gedanken an: Mein Glück, mein Erfolg ist *steigerbar*, wenn ich nur hart genug an meiner Persönlichkeit arbeite. „Glück und Lebensfreude sind trainierbar und eine solide Grundlage für nachhaltigen Erfolg – beruflich und privat“, fasst es die Beraterin Monika Herbstrith zusammen.⁵ Das Glück lässt sich mit persönlichem Einsatz und dem richtigen Training aneignen: „Wer fleißig trainiert, wird ein glücklicher Mensch.“⁶ Mehr noch: „Sie haben ein Recht auf Glück. Es liegt an Ihnen und der Schulung von Gefühl, Herz und Verstand es zu erreichen!“⁷ Doch nicht nur für das Individuum ist es lohnend, sich um sein Glück zu kümmern und entsprechendes Ratgeber-Wissen zu erwerben. Glück ist auch von Unternehmen als strategische Erfolgsressource entdeckt worden. Glück „rechnet“ sich. Zwei Punkte hält das Magazin *manager Seminare* für ausgemachte Sache: „Erstens: Glück ist lernbar. Und zweitens: Glück steigert die Produktivität.“⁸ Herauszufinden, wie man motivierte Mitarbeiter kreiert und konserviert, gehört zu den zentralen Aufgaben des betrieblichen Emotionsmanagements, mit dessen Hilfe Zufriedenheit, Kreativität, Eigeninitia-

³ Nikolaus Enkelmann: Der erfolgreiche Weg: Sie können noch mehr Erfolg haben, <http://www.enkelmann.de/index.php?p=content&id=25&name=der-erfolgreiche-weg&area=1>, Zugriff: 24.9.2010.

⁴ Antony Fedrigotti: Alpha Imagination, <http://www.fedrigotti.de/Seminare/Alpha-Imaginati-on.html>, Zugriff: 16.9.2010.

⁵ „Die hohe Schule des Managements“, *Training*, Nr. 7/2011, S. 12–20, S. 20.

⁶ Felicitas Heyne: Glückfitness. Das individuelle Training für mehr Lebensfreude, Zürich 2010.

⁷ WIFI (Hg.): Gesundheit – Wellness – Schönheit. Für eine chancenreiche Zukunft, Salzburg 2008, S. 35.

⁸ „Lebenszufriedenheit lernen. Trainingsthema Glück“, *manager Seminare*, 139/2009, S. 32–40, S. 33.