



Sich selbst erkennen im Umgang mit Tieren ist das Coaching-Konzept eines Seminars im Jagdschloss Kranichstein bei Darmstadt. In der Reithalle übt eine Teilnehmerin den Kontakt mit einem Pferd.



Die Optimierer

Die Wirtschaftskrise nährt Coachs: Immer mehr Menschen streben mit professioneller Hilfe nach Selbstverbesserung. Doch Experten warnen vor falschen Heilsversprechen.

VON MERLIND THEILE

Daniela Ben Said nimmt einen grünen Edding und schmiert eine Zahl und ein Kürzel auf das Flipchart: 7 sec. Sieben Sekunden. So lange dauere es, sagt sie, bis man sich einen Eindruck von einem Menschen gemacht habe, den ersten, entscheidenden. Daniela Ben Said hat jetzt sieben Sekunden Zeit, um diese 19 Seminar-Teilnehmer zu gewinnen, die heute ins Kreishaus von Meppen gekommen sind, um neun Uhr morgens an einem trüben Donnerstag.

Ihr grauer Hosenanzug sitzt, die kurzen schwarzen Haare wirken sorgsam verstrubbelt, die Füße wurzeln fest im moosgrünen Teppich. Die Zeit läuft. Daniela Ben Said, 35, klein und kompakt, donnert klare Sätze raus und lächelt viel, an ihrem Eckzahn blitzt ein Strassstein. Vorstellung, zack, Frage ins Publikum, zack, richtige Antwort, wunderbar, Ben Said wirft ein Bonbon.

„Das läuft heute alles nach dem Prinzip Belohnung“, ruft sie, Dynamik, Augenkontakt, Lächeln, Strassstein. Wilfried und Uwe und all die anderen erdschweren Emsländer am Tischhufeisen blicken verzückt. Sieben Sekunden sind längst vorbei, keiner hat auf die Uhr geguckt, die Zeit zählt nicht mehr. Ben Said hat gewonnen.

Die Gruppe akzeptiert sie jetzt, sie wird auf die Frau da vorne hören, und das ist wichtig, denn Daniela Ben Said ist ein Coach. Sie wird den Emsländer Dienstleistern etwas beibringen über Kundenverblüffung und Kundenbindung, so lautet der Titel des Seminars, nach dem schlussendlich mehr Autos, Werbebroschüren, Edelstahlschornsteine verkauft werden sollen.

Es geht um Erfolg. Er ist das Ziel von Coachs, die ihre Kunden darin schulen, den Widrigkeiten der Arbeitswelt zu trotzen. Und weil sich die Arbeitswelt gerade ziemlich widrig zeigt, weil Firmen ihre Umsätze einbüßen und Mitarbeiter um ihre Jobs bangen, sind Coachs auch in Krisenzeiten gefragt, Unternehmen geben dafür viel Geld aus. Branchenverbände wie der Deutsche Bundesverband Coaching verzeichnen auch im Pleitejahr 2009 eine steigende Nachfrage, denn alle wollen wissen, wie das geht: mehr verkaufen trotz schrumpfender Budgets, sicherer führen im Angesicht des Konkurses, erfolgreich sein in Zeiten der Krise.



VERTRAUEN GEWINNEN

Pferde galoppieren zu klassischer Musik, der Mensch soll zu den Tieren eine Bindung aufbauen und sie führen.

Die Wirtschaftskrise verstärkt einen Trend, der schon vor ein paar Jahren begann, als psychologische Themen wie Selbstreflexion und Persönlichkeitsentwicklung immer hoffähiger wurden. Noch in den neunziger Jahren galt als Schwächling, wer nicht imstande war, die Schlachten im Büro völlig allein zu schlagen. Inzwischen wird Coaching in den meisten Unternehmen als Zeichen hoher Wertschätzung angesehen: Eine Firma, die einen Mitarbeiter coachen lässt, investiert schließlich in ihn. Mittlerweile hat vermutlich jede zweite Führungsperson ihren Coach, Großkonzerne lassen ganze Abteilungen regelmäßig durchcoachen.

Allein der Begriff baut Hemmschwellen ab, denn „Coach“ klingt nicht nach Akten oder Krankheit. „Coach“ klingt sexy. Das englische Wort für Sporttrainer ist Coach, also hat Coaching etwas mit gesellschaftlich anerkannter Höchstleistung zu tun. Ein Coach ist aber kein Trainer, weil er keine bestimmten Techniken einübt oder testet. Er ist kein Berater, weil er kein spezielles Fachwissen vermittelt. Und er ist kein Therapeut, der psychische Störungen behandelt. Coaching zielt auf Menschen, deren Selbststeuerungsmechanismen funktionieren, die nach systematischer Veränderung streben, nach Perfektion.

Es mag paradox klingen, wenn Coachs ihren Kunden nahelegen, dass diese Perfektion – wenn überhaupt – nur

mittels Schwächen zu erreichen ist, durch Anerkennung ihrer Defizite, durch das also, was einen Menschen ausmacht. Daniela Ben Said, die Bonbonwerferin aus dem Meppener Kreishaus, erklärt ihrem Publikum die Psychologie des Verkaufens. Sie sagt: „Grundsätzlich gilt: Maske runter, Mensch raus.“ Und weil Ben Said selbst Verkäuferin ist, weil sie will, dass die Leute ihr die Botschaften abnehmen, kommt jetzt die Coachmaske runter. Und der Mensch Ben Said raus.

Sie rückt einen Stuhl vor das Flipchart, setzt sich hin, senkt die Stimme, erzählt von sich. Tochter einer deutschen Krankenschwester und eines tunesischen Stahlarbeiters, aufgewachsen in Osnabrück, immer schlecht in der Schule, schüchtern, kein Lehrer traute ihr was zu. Es folgt das Märchen von der Wandlung der Daniela Ben Said vom abgehängten Migrantenkinder zur ehrgeizigen Abiturientin, Psychologiestudentin, Firmengründerin mit 24, von ersten Erfolgen, Krisen, Rückschlägen, vom Aufstehen und Weitermachen. Es ist eine Geschichte vom Getriebensein, mit Ar-

„Coach“ klingt sexy, nicht nach Akten oder Krankheit.



INSTINKTE AKTIVIEREN

Die Kommunikation mit Pferden laufe über Gefühle, sagt Coach Armin Probst (hier mit seiner Geschäftspartnerin Marion Witte).

beitstagen, die morgens um halb sechs beginnen und erst spätabends enden, an sieben Tagen pro Woche. Ein Leben auf der Überholspur, die sie tatsächlich oft benutzt. Auf ihrem Konto in Flensburg stehen 14 Punkte.

Daniela Ben Said lacht. Seht her, will sie sagen, ich habe auch meine Schwächen, ich kann nicht rechnen und nur schlecht mit Kritik umgehen, ich würde gern ein bisschen abnehmen und schaffe es nicht, aber ich bin okay so, wie ich bin, und darum bin ich so erfolgreich. Auf der Coaching Convention 2008 in Köln bekam sie den Newcomer Award, eine Fernsehshow mit ihr ist in Planung. Ihr Tagessatz für Termine wie den in Meppen liegt bei 2400 Euro, damit gehört sie zur Spitze der Branche.

Staunen im Kreishaus von Meppen. Können Wilfried und Uwe je so erfolgreich sein? Daniela Ben Said fragt: „Wie viele Werbeagenturen gibt es? Wie viele Maschinenbauer?“ Sie antwortet selbst: „Enorm viele.“ Sie sagt: „Die Ware ist ersetzbar.“ Ihr Ratschlag: „Be differenzier dich.“ Sei anders oder stirb.

Anders sein heißt: lieben, was ich tue. Den Kunden mit Aufmerksamkeit überraschen. Bindungen aufbauen, Beziehungen pflegen. Daniela Ben Suids Botschaften ließen sich gut auf Zierkissen sticken:

„Sie werden Erfolg haben, wenn Sie lernen, mit sich selbst gut umzugehen.“

„Wir können andere nur begeistern, wenn wir es selbst sind.“

„Die goldene Regel der Psychologie lautet: Was wir geben, kommt zurück.“

Es hört sich so einfach an. Ein paar Kommunikationsregeln, die richtige Körpersprache, sich selbst wertschätzen, das Gegenüber beobachten und spiegeln. Daniela Ben Said kann ihr Wissen über den richtigen Umgang mit Kunden mühelos an einem Tag vermitteln. Aber sie hat keinen Einfluss darauf, was Wilfried und Uwe im Alltag daraus machen.

„Ein Mensch ist nur begrenzt in der Lage, sich zu verändern“, sagt Michael Utsch. Er arbeitet in Berlin bei der Evangelischen Zentralstelle für Weltanschauungsfragen (EZW). Utsch kümmert sich eigentlich um Sekten und ihre Opfer, aber seit einigen Jahren beobachtet er auch den Coaching-Markt. Er sieht ihn kritisch.

Der Begriff „Coach“ ist nicht geschützt, und weil es auf dem Markt unter diesem Etikett so viel zu holen gibt, schmücken sich immer mehr Lebens- und Berufsberater damit. Es gibt Glücksschachs, Hypnose-, Astro- und Tantra-coachs, Bachblüten- und Kinesologie-Coaching für den „feinstofflichen Menschen“, es gibt „Shamanic Selling“ fürs Verkaufen mit dem Unterbewusstsein und Coachs, die Karrierewege an der Schädelform ablesen wollen.

Etwa 35 000 „Coachs“ sind mittlerweile in Deutschland tätig. Etwa 5000 gelten als seriös; die fragwürdigen Angebote sind in der Überzahl.

„Das Problem sind die fehlenden Qualitätsstandards“, sagt Utsch. Während in Ländern wie Frankreich oder Großbritannien ein oder zwei Dachverbände das Coaching-Angebot regeln, konkurrieren in Deutschland mehr als 20 Organisationen mit verschiedenen Ausbildungen und Zertifikaten um Mitglieder.

Ein „Scharlatanerieproblem“ sieht der Bielefelder Soziologe Stefan Kühl. In einer Studie aus dem Jahr 2006 forderte er unter anderem die Einbindung der verschiedenen Organisationen in einen Berufsverband, ähnlich den Kammern für Ärzte oder Anwälte. Doch weil die Lebensläufe angehender Coachs in Deutschland vielfältig bis schillernd sind, fällt es den Verbänden schwer, auch nur Minimalanforderungen für das Berufsbild zu formulieren. Oft bleibt es eine Sache des Zufalls, den passenden Coach zu finden – oder eine Sache der richtigen Empfehlung.

Gerd Sommer* bekam einen Hinweis aus der Personalabteilung. Ob er sich nicht mal coachen lassen wolle, jetzt, da er in den Vorstand des mittelständischen Unternehmens aufsteigen sollte, nach über zehn Jahren harter Arbeit für die Firma. Sommer, 44, drei Kinder, zwei Scheidungen, oft auf Reisen, immer im Dienst, offen für Neues, sagte ja.

Die Personalabteilung empfahl Ralf Gasche, einen gediegenen Mann von 50 Jahren, der früher fürs Bundeskriminalamt arbeitete und für den Job alles gab, bis zum Zusammenbruch, acht Jahre ist das her. Gasche saß im Loch, reflektierte, bildete sich fort, wurde Coach.

Ungefähr hundert Klienten hatte er seitdem, Führungskräfte allesamt. Gasche empfängt sie auf einem Anwesen im rheinischen Hennef. Fachwerk, Pferde, Wald, ein Golfplatz, die Luft riecht nach Erde. Gerd Sommer kam erstmals im September und fährt heute das sechste Mal hierher, immer ein paar Stunden mit dem Auto. Sommer liebt diese Fahrten, er sagt, er brauche das zum Runterkommen.

Gasches Besprechungszimmer strahlt Behaglichkeit aus, leise tickt eine Standuhr. Klient Sommer sitzt im Ledersessel. Sein Coach malt eine waagerechte Linie auf die Tafel an der Wand, am linken

* Name von der Redaktion geändert.

NICHTS FÜR JAMMERLAPPEN

Provokant, warmherzig, humorvoll: Bestsellerautorin und Trainerin Sabine Asgodom ist eine der erfolgreichsten Coachfrauen Deutschlands.

Sabine Asgodom ist ein Schwergewicht in der Branche – nicht zuletzt, weil sie gern isst. Aber es gibt doch wohl Wichtiges im Leben, als um Kilos zu kreisen, oder? Sie lacht, serviert Tee und wedelt gutgelaunt mit ihren blauglitzernden Fingernägeln. Sie ist energiegeladener und konzentriert an diesem sonnigen Tag in München im feinen Stadtteil Bogenhausen, wo sich ihre Firma und – praktischerweise – ihre Wohnung befinden. Asgodoms Lebensphilosophie klingt schön: offen sein für die Überraschungen des Lebens; zuversichtlich sein; sich wertschätzen; sich etwas zutrauen; neue Pläne schmieden. Viele Menschen haben das verlernt, und Asgodom möchte helfen, diese verschütteten Potentiale wiederzufinden. Am schlimmsten, sagt sie, ist doch diese Stimme im Kopf, die unentwegt wettert: „Das geht nicht. Das kannst du nicht. Das wird sowieso nichts.“

Wer sich zum Einzelcoaching anmeldet, hat vielleicht diese Stimme im Kopf, ist aber hochmotiviert. Wartet geduldig auf einen Termin, macht sich auf den Weg nach München. Nimmt Platz an dem langen Holztisch in ihrem Arbeitszimmer und zahlt klaglos 2000 Euro für einen halben, 4000 Euro für einen ganzen Tag. Der Aufwand, sagt Asgodom, sei bereits Teil des Veränderungsprozesses. „Wer mehr vom Leben bekommen will, bekommt auch mehr“, lautet ihr Credo. „Erreichbar ist aber nur, was man wirklich will.“

Das ist es wohl, was so viele Menschen anzieht, diese Mischung aus Verheißung, Entschlossenheit und Tatkraft. Und die Fähigkeit, das alles überzeugend und glaubwürdig zu verkörpern. Asgodom, 55, Autorin von bislang 21 Fachbüchern, gehört zu den erfolgreichsten Trainern Deutschlands, tritt seit Jahren als Rednerin bei Kongressen und Messen auf, gibt Seminare für Geschäftsführer und Manager. 1999 gründete sie das Unternehmen „Asgodom live. Training. Coaching. Potenzialentwicklung“, in dem auch ihre Tochter mitarbeitet. Die „Financial Times Deutschland“ zählt Asgodom zu den „101 wichtigsten Frauen der deutschen Wirtschaft“. An Sackgassen glaubt sie

nicht, weder beruflich noch privat, es gebe immer Alternativen. Sie frage genau nach bei ihren Klienten, erzählt sie, und man gewinnt schnell den Eindruck, dass sie engagiert ist und voller Anteilnahme, für Jammerlappen allerdings nichts übrighat. „Ich bin für absolute Offenheit, alles andere ist Quatsch.“ Häufig hilft ihr ihre Intuition. Da war diese chic



Asgodom

gekleidete Erfolgsfrau, die zu ihr kam, vordergründig ging es um weitere Karriereschritte. Asgodom hörte zu, ließ sich einiges erzählen und ergänzte die von der Frau aufgeschriebenen Ziele spontan um den Satz: „Meine Ehe retten“. Die Frau brach in Tränen aus und gestand, das sei tatsächlich ihr innigster Wunsch. Es gehe, sagt Asgodom, eben immer um das ganze Leben, auch wenn ihre Klienten das nicht so formulieren würden. „Eigentlich sind alle auf der Suche nach mehr Lebenszufriedenheit und Glück.“ Viele breiten ihr Seelenleben vor ihr aus – und liefern zugleich eine Innenansicht deutscher Firmen. Da geht es um hohe Renditen und Profit, um Ansehen und Macht, um Mobbing, Zwänge, Unterdrückung, mangelnde Ehrlichkeit, das

Leiden am eigenen Untertanengeist, das Leiden an einem Leben, das nur noch aus Arbeitshetze besteht.

„Die Frau, die ihr Gehalt mal eben verdoppelt hat ...“ heißt ein Buch mit Coachinggeschichten, das Asgodom letztes Jahr herausgegeben hat. Seither, sagt sie, kämen mehr „hochkarätige Kunden“, vor allem mehr Männer, „vielleicht merken die, dass ich viel Verständnis für sie habe“. Denn Männer, so sieht es Asgodom, sind als Unternehmensknechte die neuen Sklaven der Moderne, abhängig von Quartalsbilanzen und Börsenkursen. „Man schenkt ihnen einen Blackberry und verdonnert sie dazu, immer erreichbar zu sein.“ Familienfeindlich, ja menschenfeindlich findet Asgodom das.

Wenn sie etwas befremdet, sagt sie unverblümt ihre Meinung. So steckten viele Deutsche in einer Art Versorgermentalität, und junge Leute kultivierten gern eine gewisse Weltferne. Die kämen zu ihr und klagten: „Ich habe Kulturmanagement studiert. Wieso will mich jetzt keiner?“ „Kulturmanagement“, sagt Asgodom dann und schaut, so streng sie kann, „ist sicher eine schöne Sache, nur braucht das niemand. Was können Sie denn sonst noch so?“

Sie kommt aus der frauenbewegten, linken Ecke, sieht sich eher als Pragmatikerin denn als Weltverbesserin, als Geburtshelferin eines neuen Berufs- und Selbstverständnisses, als Impulsgeberin mit handfesten Anweisungen. Kleine Veränderungen, große Wirkung: Da gehen Manager plötzlich einmal in der Woche um 17 Uhr nach Hause, um mit ihren Kindern zu spielen, zu joggen oder an einem Kochkurs teilzunehmen. Manchmal bringen kleine Veränderungen bereits viel, manchmal entwickelt Asgodom mit ihren Klienten komplett neue Lebenspläne: eine Firma gründen, den dazu passenden Internet-Auftritt basteln, sich um eine neue Stelle bewerben und dabei im Hinterkopf behalten, man könne auch ein „Starbucks“-Café in Osnabrück aufmachen. Was sie gern mache, sagt die Beraterin und schaut listig, ist: „Hier ein bisschen schubsen, da ein bisschen provozieren, mal humorvoll,

mal energisch.“ Asgodoms Energie ist ansteckend, sie redet kraftvoll und schnell und hört mit wacher, vitaler Intelligenz zu. Klar, dass sie sich selbst coachen lässt, sich Anregungen holt bei anderen und schon deshalb gerade ein Netzwerk von guten Coachfrauen aufbaut.

Unbedingt glaubt sie daran, dass Menschen sich entwickeln und verändern können. „Ich seh das doch an mir.“ Eine verdruckte Maus sei sie gewesen, aufgewachsen mit drei Brüdern, einer unterdrückten Mutter und einem jähzornigen Vater, der als Schuldirektor der fragwürdigen Theorie anhing, Kinder müsse man brechen und neu zusammensetzen.

Es dauerte seine Zeit, bis sie sich von ihrer Kindheit erholte und von ihrem Elternhaus emanzipierte. Sie absolviert die Journalistenschule in München, arbeitet bei verschiedenen Zeitungen, heiratet, bekommt zwei Kinder, wird dann Chefin des „Karriere“-Ressorts beim Frauenmagazin „Cosmopolitan“, hält parallel zur Redaktionsarbeit Vorträge. Sie trennt sich von ihrem Mann, in Freundschaft, wie sie betont, wird schließlich Unternehmerin und Buchautorin. Das Schreiben ist für sie Selbstausdruck und Befreiung, das Coachen will sie nicht therapeutisch verstanden wissen, sondern als „konkrete Anleitung zum Tun, denn genau das tut Menschen gut“.

Asgodoms Prognose ist, dass die aktuelle Wirtschaftskrise die Gesellschaft verändern wird. „Auch gute Leute werden ihre Jobs verlieren, weil das Unternehmen sich deren Arbeitskraft nicht mehr leisten kann. Der Makel der Arbeitslosigkeit, diese persönliche Scham darüber, das wird zunehmend verschwinden.“

Weniger zu arbeiten, das hat sie sich selbst für dieses Jahr verordnet. Um sich ihren Herzenswunsch zu erfüllen und endlich diesen Roman zu schreiben, der ihr im Kopf herumspukt. Und um sich ihrem neuen Ehemann zu widmen.

„Ein toller Mann ist das“, sagt sie begeistert. Es war vor zwei Jahren, sie hatte gerade einen Preis bekommen, da schrieb er ihr eine Mail, weil er eines ihrer Bücher gelesen hatte. Sie schrieb höflich zurück, worauf er sie zu einer Tasse Kaffee einlud.

„Der will bestimmt ein kostenloses Coaching“, dachte Asgodom. Aber – getreu ihrem Motto, offen zu sein für die Überraschungen des Lebens – sie ging hin. „Tja, danach war’s um uns geschehen.“ Sagt sie und strahlt wie ein Schulmädchen. ANGELA GATTERBURG

Ende steht die Zahl Null, rechts 100. Die persönliche Wohlfühlskala. „85“, sagt Sommer, „ich bin gut drauf.“ Sein Auftritt auf der Großveranstaltung sei gut gelaufen, „das Feedback war durchweg positiv“.

„Durchweg?“, fragt Gasche. „Das kann ja auch einschränkend sein.“

Sommer überlegt. Nein, sagt er, die Richtung stimme, es gehe dem Unternehmen so weit gut, trotz der Krise, die Belegschaft sei zufrieden.

Gasche, jetzt im Sessel gegenüber, ein Klemmbrett auf dem Schoß, hakt nach: „Erlauben Sie mir die Frage: Woher ha-

„Die Leute sehnen sich nach Führung“, sagt Sommer. „Und wie geben Sie die?“, fragt Gasche. Sommer sagt: „Indem ich die Dinge klar beim Namen nenne.“

Das Gespräch dauert nun eine Stunde, Sommer hat sich warm geredet, die Macherfassade weicht langsam auf. Sommer spricht jetzt weniger von den Chancen der Krise und mehr von den Gefahren. Er spricht von der schwierigen Suche nach Strategien und der Bürde, entlassen zu müssen. Verantwortung macht sich breit im Raum, spürbar wie eine Druckwelle.



LOSLASSEN KÖNNEN

Das Coaching mit Greifvögeln (hier ein Adler) beruht auf dem Vertrauen, dass sie zurückkommen.

ben Sie Ihre Informationen? Gibt es Drähte nach unten, zum Volk?“

Zu oft schweben die Herrscher über dem Volk in ihren Königreichen, das ist das Problem von Hierarchien. In den Chefetagen sitzen ehrgeizige, abgestumpfte Workaholics, denen keiner mehr die Wahrheit sagt, weil keiner sich traut oder weil jeder sein eigenes Spiel spielt, in der Wirtschaft, in der Politik, überall dort, wo es um Macht und Einfluss geht.

Für viele Führungskräfte ist ein Coach der einzige Regulator, ein Sparringspartner, der auf Augenhöhe hinterfragt, kritisiert und stützt. Vor den Mitarbeitern kann Gerd Sommer nicht zugeben, dass er Angst hat vor der Wirtschaftskrise, denn wer Angst zeigt, hat in diesem Spiel schon verloren.

„Wenn ich Leuten kündige, fühle ich mich beschissen“, sagt Sommer. „Damit muss ich irgendwie klarkommen.“

Gasche möchte ihn stützen, er sagt, dass so etwas eben zum Führen dazugehöre, und dann sagt er den metallisch klingenden Satz: „Das ist Systempflege.“

Man kann die ganze Berufswelt als System betrachten, das ganze Leben sogar, es hilft beim Umgang mit Gefühlen, denn als System betrachtet wird alles so schön rational, logisch, planbar. Die Schwemme an Lebensberatungsbüchern und TV-Shows, die ganze Selbstoptimierungsmaschinerie fußt auf einem Menschenbild, das der Soziologe Ulrich Bröckling das „unternehmerische Selbst“ nennt. „Auffällig ist ein durch und durch technisches Verständnis des Menschen zu sich selbst“, sagt er.



Politiker Fischer mit 112 ...



... und mit 75 Kilo



Moderatorin Winfrey vor ...



... und nach einer Diät

DIE DICKEN SIND DIE DUMMEN

Millionen Menschen hungern sich dünn – und nehmen wieder zu.
Warum kasteien sich die Leute ein Leben lang?

Die Verführung kam in Gestalt eines Spaghetti-Bolognese-Topfes. Er stand auf dem Herd, und das Moppel-Ich, auf der Pirsch nach Essbarem, hatte Mitleid: „Sollen diese Nudeln und das leckere Hackfleisch im Müll landen?“ Schneller, als der auf Diät gepolte Verstand einsetzte, landete die Pasta im Bauch. Reingeschaufelt, direkt aus dem Topf. Resultat: „Am nächsten Morgen ein Pfund mehr. Fünf Minuten Spaßchen bitter bezahlt.“

Szenen wie diese machten Susanne Fröhlich 2004 zur Abnehm-Mutter der Nation. Ihr Diät-Bericht „Moppel-Ich“ verkaufte sich über eine Million Mal und machte seine mal amüsant, mal penetrant über den Kampf gegen die Kilos plaudernde Autorin zum Talkshow-Dauergast. Der Begriff „Moppel-Ich“ wurde zum geflügelten Wort. Fröhlich hatte einen Nerv getroffen: So wie die blondgelockte Moderatorin plagen sich Millionen Menschen damit herum, ihr tatsächliches oder vermeintliches Übergewicht loszuwerden – und scheitern regelmäßig.

Warum aber ringen keineswegs nur krankhaft adipöse Menschen, also massiv Übergewichtige mit einem Body-Mass-Index von mehr als 30, mit ihren Kilos? Warum hadern immer mehr Normalgewichtige und sogar extrem schlanke Frauen und Männer mit ihrem Gewicht?

Die Motive für den äußerlichen Kult ruhmern meistens in der Tiefe einer Per-

sönlichkeit. „Fast immer“, sagt Carl Leibl, Chefarzt an der unter anderem auf Essstörungen spezialisierten Klinik Roseneck am Chiemsee, „liegt übertriebenem Schlankeitsstreben ein labiles Selbstwertgefühl zugrunde.“ Wenn daraus eine sogenannte Körper-Schema-Störung folgt, schauen Betroffene bei sich selbst zuerst auf die Problemzonen, bei anderen hingegen auf Partien, die sie beneiden. „Bei Gesunden“, so Leibl, „sollte das genau umgekehrt sein.“

In einer Gesellschaft der Selbstverbesserer, die um Arbeitsplätze und Sexualpartner ebenso konkurrieren wie darum, überhaupt wahrgenommen zu werden, geht das Augenmaß dafür verloren, was dem eigenen Wohlgefühl und was einem kollektiven Optimierungswahn dient. Einer Studie des Robert-Koch-Instituts zufolge findet sich jedes zweite normalgewichtige Mädchen zwischen 11 und 17 Jahren zu dick. 47 Prozent aller Frauen erlegen sich Essverbote für „alles Fette“ oder Süßigkeiten auf. Das schlechte Gewissen sitzt permanent mit am Tisch. Pubertierende Kinder sind dem Diät-diktat zu einem Zeitpunkt ausgesetzt, an dem „die Persönlichkeit“, so Chefarzt Leibl, „falschen Einflüsterungen noch nichts entgegenzusetzen hat“. Selten sind Magerkuren dauerhaft von Erfolg gekrönt: Etwa drei von vier Schlankeitsuchenden landen in der Jo-Jo-Fal-

le und wiegen nach einer Diät mehr als vorher.

In ihrem Buch „Schlank! Ein Körperkult der Moderne“ schildert Sabine Merta, wie im 19. Jahrhundert die Lebensreformbewegung gegen den „fetten“ Leib zu Felde zieht. Zuvor war Dickleibigkeit ein Statussymbol, Zeichen für Wohlstand und Macht. Nun dient Schlanksein als soziales Distinktionsmittel, steht für Attraktivität und Askese. Körperfett wird „zum Unterschicht- und Ungebildetenstigma abgestempelt“. Wer sich beim Essen nicht zügeln kann, dem traut man auch sonst nicht viel zu. Dem damaligen Außenminister Joschka Fischer wurde vor der Bundestagswahl 2005 nahegelegt abzuspecken. „Bild“ höhnte: „Joschka zu fett für Wahlkampf.“ Erneut startete der Politiker, der sich schon einmal gut 37 Kilo runtergehungert und seine Erfahrungen in dem Bestseller „Mein langer Lauf zu mir selbst“ verarbeitet hatte, ein radikales Diät- und Fitnessprogramm. Doch der Selbstfindungstrip scheiterte: Genüsslich verfolgte die Öffentlichkeit die Verwandlungen „Jo-Jo-Joschkas“ vom prallen Ballon-Mann zum schrumpeligen Jogging-Maniac.

Oder Oprah Winfrey. Seit Jahren lässt die US-Talk-Queen ihr Publikum an ihren Moppel-Rückfällen teilhaben, berichtet über Erfahrungen mit Trennkost-, Algen- oder Tofudiaten. Um Kilos geht es dabei nur vordergründig. Tatsächlich lassen sich am

Gewichts-Jo-Jo der Afroamerikanerin Identitätskonflikte ablesen: Schlank zählt sie eher zur weißen, wohlhabenden und agilen Klasse, als Moppel zeigt sie sich solidarisch mit der noch immer ärmeren, notorisch übergewichtigen schwarzen Bevölkerung. Als sie in ihrer Zeitschrift „O, The Oprah Magazine“ verkündete, den Kampf gegen das Hüftgold verloren zu haben, klang das nach Kapitulation: „Wie eine fette Kuh“ fühle sie sich bisweilen. Dass die in ihrer Jugend sexuell missbrauchte Winfrey ein Milliarden-Imperium aufgebaut hat, vom Wirtschaftsmagazin „Forbes“ 2008 zur einflussreichsten Prominenten der Welt gekürt wurde und für unzählige US-Amerikaner ein Vorbild ist, verblasst neben dem Makel, dass sie es einfach nicht schafft, sich dünn zu hungern.

Die schlanke Linie als Gradmesser für persönliches Glück und gesellschaftliche Akzeptanz? Das ist Irrsinn – da sind sich Experten einig.

Auch Moppel-Mutter Fröhlich hat den Diätwahn inzwischen gefressen. Fünf Jahre nach ihrem Bestseller resümiert sie: „Ich könnte den Nobelpreis bekommen oder Kanzlerin werden, das einzige, was interessiert, ist, ob ich zehn Kilo zugenommen habe. Aber ich bin nun mal nicht Claudia Schiffer und auch nicht bereit, mich an diesem Ideal abzarbeiten.“

Esstörungs-Experte Leibl weiß aus der Therapiepraxis, wie schwer es ist, sich von kollektiven Zwängen wie dem Gebot zum Dünnsein freizumachen und eigene Maßstäbe zu entwickeln – nicht nur auf der Waage eine echte Herausforderung. Der Mediziner hofft, dass gesellschaftspolitische Initiativen, wie die 2008 vom Bundesministerium für Gesundheit gestartete Kampagne „Leben hat Gewicht“ nach und nach dazu ermutigen, „mit der eigenen Figur Frieden zu schließen“.

Unterstützung kommt ausgerechnet aus der Werbung: Seit einigen Jahren setzt die Marke „Dove“ in ihren „Real Beauty“-Kampagnen nicht mehr auf digital manipulierte Models, sondern auf Frauen mit Rundungen – mit großem Erfolg. Laut einer US-Studie fühlen sich Frauen von Anzeigen mit rundlicheren Models „viel stärker persönlich angesprochen“.

Mit dem Alter, so scheint es, steigen die Chancen, sich so anzunehmen, wie man ist, Figurprobleme inklusive. Joschka Fischer scheint mit der Politik auch den Kampf gegen die Kilos aufgegeben zu haben und lässt wissen: „Auch Fülligkeit hat ihren Charme.“

JENNY HOCH

Dem postmodernen Menschen stehen alle Möglichkeiten offen, und damit steigt der Druck, denn wer das Mögliche nicht wenigstens versucht, hat schon versagt. Und so geht es schließlich immer um Leistung, auch im Coaching. „Die Logik“, sagt Bröckling, „ist stets dieselbe: Wenn ich nur die richtigen Methoden konsequent anwende, kann ich meine Marktchancen verbessern.“

Die Technikgläubigkeit hat längst auch die Psychologie erfasst. Doch Michael Utsch von der EZW, selbst Diplom-Psychologe, sieht die Grenzen seines Fachs. „Es gibt inzwischen eine Heilerwartung an die Psychologie, die sie oft nicht erfüllen kann“, sagt er. „Die Seele funktioniert nicht wie eine Maschine.“

Die Frage ist, was die Wirtschaftskrise langfristig mit den Menschen machen wird. Weniger Arbeitsplätze und weniger Geld – heißt das: immer noch mehr Leistungsdruck, Technikwahn, Selbstoptimierung?

„Ich glaube nicht“, sagt Utsch. „Die Finanzkrise zeigt ja, dass bestimmte Rezepte ausgedient haben, dass es nicht immer schneller, höher, weiter geht. Die Menschen werden sich die Sinnfrage stellen und sich in eine neue Richtung bewegen: weg vom Markt, hin zu ihrem spirituellen Selbst, zu ihrem eigentlichen Wesenskern.“

Genau dahin will Armin Probst seine Kunden führen. Früher war Probst Bundeswehroffizier, dann machte er Karriere bei Pepsi und Oerlikon, doch die Doppelbödigkeit der Geschäftswelt stieß ihn immer mehr ab, er stieg aus und wurde Pferdecoach. „Die Pferde achten nicht auf Aussehen, Titel oder Politik, die reagieren nur auf der Gefühlsebene“, sagt Probst. Die Kommunikation mit Pferden laufe direkt über einen älteren Teil unseres Gehirns, das limbische System, und spreche dort direkt die Instinkte an.

Sich selbst erkennen im Umgang mit den Tieren, das ist der Ansatz von Probst und seiner Geschäftspartnerin Marion Witte. An einem Samstag haben sie zu einer Präsentation ins Jagdschloss Kranichstein bei Darmstadt eingeladen, Thema: Coaching mit Pferden und Falken.

Es beginnt in der Reithalle, wo ein paar Dutzend Teilnehmer vier Pferde beobachten, die zur Musik von Borodin durch den Raum galoppieren. Dann: Publikumskontakt. Der Mensch soll zum

Tier eine Bindung aufbauen, Vertrauen gewinnen, führen. Es ist der Versuch, einmal nicht in Strategien und den Kategorien des Marktes zu denken, sondern am besten gar nicht zu denken, nur zu fühlen und authentisch zu handeln.

Ein paar Frauen und Männer trauen sich, manchen folgen die Tiere, anderen nicht. Verblüffung, Erkenntnis: Wer unsicher ist und nicht klar in seinen Zielen, dem wird nicht gefolgt, so banal das klingt, in der Reithalle wie im Job, und nicht nur da. Eine Frau, die sich vergangenes Jahr von Probst und den Pferden coachen ließ, sagt, sie habe diese Erfahrung als Wendepunkt ihres Lebens empfunden.

Am Nachmittag warten vier Falken, ein Uhu und ein Adler auf dem Vorplatz des Jagdschlösses. Marion Witte, selbst

Einmal nicht in Strategien und den Kategorien des Marktes denken.

Falknerin, erklärt den Unterschied zu den Pferden. Hier Fluchttiere, da Raubtiere, hier Herdentrieb, da Einzelgängertum. „Einen Falken müssen Sie anders führen als ein Pferd“, sagt Witte zu den Gästen. „Sie müssen ihn loslassen und darauf vertrauen, dass er zurückkommt.“

Die Teilnehmer dürfen das jetzt ausprobieren, im Abstand von hundert Metern bilden sich zwei Gruppen, zwischen denen die Falken hin und her fliegen. Landen auf dem Arm, Hähnchenfleisch als Belohnung, loslassen, Abflug. 50 Erwachsene werden zu Kindern, begeistertes Strahlen in den Gesichtern.

Dann endlich darf „Alaska“ fliegen, ein junges Weißkopfeadlerweibchen, Gewicht fünf Kilo, Flügelspannweite über zwei Meter. Ein paar Mal schwebt Alaska hin und her, doch bald ist sie des Fliegens müde, es ist beschwerlich ohne Wind und Thermik, schreiend wackelt sie zu Fuß den Weg zum Schlossplatz hoch. Vielleicht, denkt man, ist Alaska bloß unmotiviert oder nicht im Reinen mit sich.

Vielleicht braucht sie ein Coaching.