

Kirstin Schönfeld (Berlin)

## Entdecke den Guru in Dir!

### **Bodenständigkeit – (k)eine gute Voraussetzung für die Guru-Karriere?**

---

Liebe Leserin, lieber Leser, mir ist es wahrlich nicht an der Wiege gesungen worden, einmal meine Brötchen als Guru oder besser als „Guru-Coach“ zu verdienen. Meine Eltern haben mich weder überbehütet, noch versucht per Leistungsdiktat aus mir ein Wunderkind und zukünftigen Opinionleader zu machen. Und sie haben mich schon gar nicht emotional vernachlässigt, so dass ich mir zum Zwecke der Gewinnung von Respekt, Liebe und Anerkennung den Status eines Peergroup-Anführers erkämpfen musste oder einem solchen gefolgt bin.

Das Gegenteil war der Fall: Ich bin mit liebevoller Konsequenz, großer Bodenhaftung pragmatisch-realistisch aber dennoch neigungsorientiert erzogen und gefördert worden. Das macht das berufliche Fortkommen in unserer nach narzisstischer Großartigkeit lechzenden Zeit nicht unbedingt leicht, schärft aber den Blick für die äußerst feinen und kaum wahrnehmbaren Fäden, mit denen wir von unsichtbar-mysteriösen Mächten durch unser Leben dirigiert werden. Na, sind Sie neugierig geworden und wollen mehr über diese geheimnisvollen Mächte wissen? Dann wenden Sie sich gemeinsam mit mir folgender Frage zu:

#### **Wer dominiert unsere Wissens- und Meinungsmärkte?**

Mittlerweile reicht eine reine Expertenpositionierung nicht mehr aus, um auf den inflationierenden Wissens- und Meinungsmärkten noch wahrgenommen zu werden. Man muss sich schon selbst zum Guru stilisieren oder von seinen Anhängern sich dazu erwecken lassen, um sein Know-how

nicht nur überzeugend, sondern auch ökonomisch erfolgreich an den Mann oder die Frau zu bringen. Der Wissens-Guru oder Meinungs-Papst von heute tritt allerdings nur noch selten als klassisch-ideologischer Hardliner auf, sondern kommt mittlerweile in ausgesprochen vielfältigen und kreativen Inszenierungsformen daher. Der Trend geht weg vom vorwiegend öffentlich-massenwirksam unterweisenden oder indoktrinierenden Lehrer und Meister hin zum individuellen, sanft-charismatisch und partnerschaftlich agierenden Berater/Trainer/Coach/Instructor, der auch gern weiblich sein darf. Was aber nicht heißt, dass der massentaugliche und ideologisch mit großer Trennschärfe polarisierende Guru völlig out ist, doch dazu später mehr.

Groben Schätzungen zufolge sind schon heute ca. 50% der Arbeitsplätze in Deutschland, Österreich und der Schweiz wissens- oder informationsbasiert, im Jahr 2020 wird das wahrscheinlich bereits auf 75% der Arbeitsplätze zutreffen. Dieses Phänomen ist natürlich nicht nur auf den deutschsprachigen Raum begrenzt. Eine immer größere Anzahl von Menschen mit kreativ-intellektuellem Potential konkurriert national und global um angemessene Wahrnehmung und ökonomische Anerkennung auf den globalen Wissens- und Meinungsmärkten.

Ein großes Problem hierbei ist die nationale und globale Regellosigkeit bei der ökonomischen Verwertung von kreativ-intellektuellem Eigentum. Es gibt weder national noch global funktionierende Regelstrukturen für den Umgang mit dem Copyright für Wissens- und Erkenntnis-Produkte. Es fehlt eine Art iTunes-System

für die Verwertung kreativ-intellektueller Erzeugnisse. Doch selbst im Musikbusiness garantiert die Listung bei iTunes oder anderen Verwertungsplattformen noch keinen wirtschaftlichen Erfolg. Was nutzt es, wenn ich dort mit meinem Titel gelistet bin, mich aber keiner kennt. Hier greifen gerade talentierte und ambitionierte Pop- und Rockmusiker, aber auch auf den ersten Blick konservativ anmutende klassische Orchester zunehmend auf Videoplattformen und soziale Netzwerke zurück oder kreieren eigene digitale Medien. Jetzt werden Sie sich natürlich fragen, was man als aufstrebender Wissens- und Meinungs-Guru von den ebenso kreativen wie ökonomisch erfolgreichen Trendsettern des internationalen Musikgeschäfts lernen kann. Ich verrate es Ihnen gern. Doch als aufstrebender Guru wissen Sie sicher: Erleuchtung ist nie umsonst, sie muss sich hart erarbeitet oder manchmal auch teuer erkaufte werden. In diesem Falle reicht es aber schon aus, wenn Sie das nächste Kapitel meines Beitrags lesen.

### **Was haben der kanadische Teenie-Star Justin Bieber und die altherwürdigen Berliner Philharmoniker gemeinsam?**

Justin Bieber nahm ab seinem 12. Lebensjahr erfolgreich an größeren und kleineren Talentwettbewerben teil. Seine Mutter nahm einen Großteil seiner Auftritte mit der Kamera auf und stellte sie auf YouTube ein, um Familienmitgliedern und Freunden, die bei seinen Auftritten nicht mit dabei sein konnten, zu ermöglichen, diese zu sehen. Es folgten weitere kleinere kommerzielle Auftritte, die fast alle auch auf YouTube gepostet wurden und die seine Fangemeinde über die Familie und den privaten Freundeskreis hinaus und dank der Weiterempfehlung über soziale und me-

diale Netzwerkplattformen, insbesondere YouTube, Facebook und Twitter, immer weiter wachsen ließ. So stieß 2008 der amerikanische Musikmanager Scooter Braun aus Atlanta per Zufall auf eines der YouTube-Videos von Bieber und nahm ihn unter Vertrag. Das Signifikante an Biebers Karriere ist die starke Verquickung von virtuellen und analogen Aktivitäten. Sein Erfolg ist letztendlich eine einzigartige Melange von Netzaktivitäten, immer in Verbindung mit analogen Aktionen, angefangen vom kleinen exklusiven Fankonzert bis hin zur großen Konzerttournee. Das Ganze wird permanent von einer äußerst geschickten Medien- und Kommunikationsstrategie begleitet:

Ein das US-amerikanische und kanadische Publikum begeisterndes Medien-Highlight war 2010 sein Zusammentreffen mit der kleinen Cody. Dieses damals drei Jahre alte Mädchen war durch ein bei YouTube von ihrer Mutter veröffentlichtes Video berühmt geworden, in dem sie Justin Bieber eine herzerreißende und tränenreiche Liebeserklärung machte. Der in den USA und Kanada sehr populäre Late-Night-Talker Jimmy Kimmel ließ es sich nach dem Bekanntwerden von Codys Video nicht nehmen, die beiden im Backstage-Bereich seiner Show zusammenzubringen. Das Zusammentreffen zwischen der völlig ahnungslosen Cody und ihrem mit bemerkenswert natürlicher Herzlichkeit agierenden Idol rührte nicht nur die Zuschauer der Jimmy-Kimmel-Show zu Tränen, sondern wurde wiederum zu einem YouTube-Hit und verstärkte somit die Außenwahrnehmung des Künstlers unter dem Motto: Justin Bieber – so süß, so lieb, so unglaublich herzlich und trotz seines Megaerfolgs der auf dem Teppich gebliebene nette Junge von nebenan.

Doch nun zu den altherwürdigen Berliner Philharmonikern, die dieser geschickten Melange aus digitalen und analogen Aktivitäten in nichts nachstehen, wenn auch in einer anderen, aber dennoch faszinierenden und ökonomisch äußerst erfolgreichen Art und Weise. Das Kerngeschäft der Berliner Philharmoniker sind auf den ersten Blick Konzerte und Konzerttourneen. Erst auf den zweiten Blick entdeckt man, dass die Berliner Philharmoniker ein ganzes Bündel von Aktivitäten entwickelt haben, um die Strahlkraft des Orchesters sozial, multimedial und digital wirkungsvoll zu verstärken. Da sind z.B. die kostenlosen Lunchkonzerte, die jeweils dienstags im Haus der Philharmonie um die Mittagszeit für einen regelmäßigen Besucheransturm sorgen. Und nicht zu vergessen das sozial sehr ambitionierte Education-Programm: Hier werden mit der Unterstützung des größten deutschen Bankinstituts kreative Projekte entwickelt, die es gerade Schülern so genannter Problemschulen ermöglichen, sich durch die interaktive Zusammenarbeit mit Musikern und Choreografen musikalische Cross-Over-Projekte zu erarbeiten und diese vor einem beeindruckten Publikum zur Aufführung zu bringen. Daneben werden noch weitere Veranstaltungen speziell für Familien, Lehrer, Senioren und selbst für Kleinkinder angeboten.

Wachsender Beliebtheit erfreut sich auch die weltweite Live-Übertragung ausgewählter Konzerte im Kino. Man könnte diese Live-Übertragungen als eine Art Misch- oder Übergangsmodus zwischen analog und digital betrachten. Das Orchester hat natürlich einen eigenen Videokanal auf YouTube, verfügt über einen Twitter-Account und ist auf Facebook vertreten. Doch das digitale Meisterstück des Klang-

körpers ist die „Digital Concert Hall“. Hier kann man die Übertragung von Konzerten über das Internet abrufen und sich von der Musik und den emotionalen Begeisterungstürmen des Live-Publikums vor Ort mitreißen lassen. Das ist möglich per Live-Streaming in Echtzeit oder einige Tage später in bearbeiteter Form. Man kann sich dabei kleinere Konzertausschnitte kostenlos anschauen. Wenn dadurch der musische Appetit entsprechend angeregt wurde und man mehr aus dem musikalischen Angebot des Orchesters genießen möchte, ist das kostenpflichtig. Man bezahlt unterschiedlich gestaffelte Gebühren, je nachdem, ob man nur ein Einzelkonzert hören und sehen möchte oder sich für eines der zeitlich unterschiedlich gestaffelten Abonnements entscheidet.

Der kanadische Teenie-Star wie auch die traditionsbewussten Berliner Philharmoniker setzen beide auf eine äußerst erfolgreiche analog-digitale Mischstrategie, die kostenlose wie kostenpflichtige Angebote (in dieser Form auch bei iTunes abrufbar) synergetisch und ökonomisch sehr erfolgreich miteinander verbinden. Doch das Wesentliche ihres Erfolges ist neben der Musik ein Phänomen, das ich bisher nur beiläufig angedeutet habe und womit es im folgenden Kapitel weitergeht:

### **Geld oder Liebe?**

Wir leben in einer Welt der ständigen Veränderung und zunehmenden Flexibilisierung. Selbst bisherige Horte vermeintlicher Stabilität wie die Kirchen bleiben vor Umstrukturierungen nicht gefeit. Viele empfinden ihr Leben als äußerst anstrengend und energieraubend. Es geht vor allem um Wachstum, Wettbewerb, Beschleunigung und monetären Profit. Auf der Strecke bleiben zunehmend Momente des Inne-

haltens, der Muße und die Pflege persönlicher Beziehungen. Wir erleben zur Zeit eine Krise der besonderen Art, eine Gratifikationskrise und das in doppelter Hinsicht. Einerseits werden die Leistungen vieler monetär nicht mehr ausreichend gewürdigt, und das betrifft zunehmend auch die gut Ausgebildeten, die sozial Aktiven sowie Kreativen unter uns. Andererseits mangelt es uns zunehmend an non-monetärer Anerkennung und Wertschätzung. Wobei das non-monetäre Anerkennungsdefizit von vielen Menschen als persönlich verletzend als das monetäre Gratifikationsdefizit empfunden wird.

Soziale Vereinzelung und Vereinsamung im Berufs- und Privatleben und das nicht nur bei Singles und beruflichen Einzelkämpfern führt zu einem immer weiter um sich greifenden Liebes- und Anerkennungs-Defizit. Selbst Paare und Familien sind derart damit beschäftigt, Beruf und die vielfältigen alltagslogistischen Pflichten unter einen Hut zu bringen, dass kaum noch Zeit für ein nettes Wort, eine liebevolle Geste, geschweige denn für intensive Nähe und Zärtlichkeit bleibt. Wir leben trotz wachsender persönlicher und beruflicher virtueller Vernetzung in einer Atmosphäre zunehmender emotionaler Vereinzelung und Vernachlässigung. Dieses Phänomen beschränkt sich längst nicht mehr auf so genannte bildungsferne Schichten, sondern wird zunehmend ein gesamtgesellschaftliches Problem. Hier springen sozialkaritative, kommerzielle und zuweilen auch äußerst seltsam anmutende Liebes- und Zuneigungs-Anbieter in die Bresche. Diese und alle, die neben ihrem eigentlichen Business in der Lage sind, ihrem Klientel ein Gefühl von Zuneigung, Anerkennung, emotionaler Nähe und Gemeinschaft zu vermitteln, werden den reinen Know-how-/

Wissens- und Informationsvermittlern zunehmend den Rang ablaufen. Hier schließt sich wieder der Kreis zu Justin Bieber und den Berliner Philharmonikern.

Beide, der Einzelstar wie auch das renommierte Orchester, vermitteln ihrem Publikum das Gefühl des herzlichen Zugewandtseins eingebettet in ein Gefühl von Zugehörigkeit zu einem großartigem Ganzen, was man sonst nur aus Gruppen mit konfessionellem Hintergrund und sektenähnlichen Gemeinschaften kennt. Der Markt der Emotionen ist längst nicht mehr den Singlebörsen und Psychotherapeuten vorbehalten, sondern bietet gerade Anbietern von Produkten mit kreativ-intellektuellem Hintergrund ungeahnte Möglichkeiten.

Hier nun eine erste kurze *Unterweisung* in die geheimen Strategien eines erfolgreichen Wissens- und Meinungs-Gurus:

### **Was man als ambitionierter Guru von Heiratsschwindlern lernen kann**

Die allgemeine Werte-Resignation angesichts von kleinen und großen Schwindeleien bis hin zu handfesten Korruptionsfällen bei Politikern, Wirtschaftslenkern einerseits, als auch die Virtualisierung von Beziehungen und Beziehungsnetzwerken andererseits führt zu einer wachsenden Sehnsucht nach wahrhaftigen und „echten“ Menschen. Wir haben die allerorts um sich greifende Egozentrik satt. Wir wollen zurück zu Gemein Sinn und Solidarität. Wir wollen statt des egoistischen ICH's endlich wieder ein solidarisches WIR. Die Eien suchen sich zwecks Realisierung eines solchen solidarischen Werte-Erlebnisses gesellschaftliche Gruppen und Gemeinschaften, angefangen von der Kirchengemeinde bis hin zur Bürgerinitiative.

Die Anderen beginnen damit ganz privat oftmals mit Hilfe ihres Computers und be-

geben sich auf Partnersuche. Und dann, wie aus dem nichts sind sie da, D E R Traummann und D I E Traumfrau!

Sie lauschen uns aufmerksam und mit großer emotionaler Anteilnahme in der Hotelbar und lassen es auch an bewundernden Blicken nicht fehlen. Oder aber sie öffnen sich als Popup auf unserem Computerbildschirm mit beeindruckendem Foto und Kurzprofil und einem uns emotional berührenden Kontaktanschreiben. Dumm nur, dass es sich manchmal bei diesen Traum Männern und Traumfrauen um Schimären, im schlimmsten Falle um Betrüger handelt, die unsere oftmals überzogenen Erwartungshaltungen in Sachen Lebenspartner nur allzu gern bedienen. Sie präsentieren sich mit Stil und Witz als erfolgreicher Unternehmer und sind auf der Suche nach einer ebenso erfolgreichen Managerin oder Geschäftsfrau. Andere faszinieren uns als slawische Schönheit. Sie sind nach eigenen Angaben sehr kinderlieb und anschmiegsam. Nach einer unheimlich enttäuschenden Beziehung zu einem unsensiblen und dem Wodka zugeneigten Landsmann sehnen sie sich nach einem kultivierten und sensiblen Mann, gern auch aus Deutschland. Und dann hören oder lesen wir die magischen Worte:

„Das Wichtigste in einer Partnerschaft ist für mich Vertrauen! Ich möchte mich in einer Beziehung fallen lassen und nach einer großen Enttäuschung endlich wieder an Ehrlichkeit und Liebe glauben können.“ Tja und schon tappen wir in die von uns selbst ausgelegte emotionale Erwartungsfalle und geben uns ihm oder ihr mit all unseren Ur-Sehnsüchten und manchmal auch mit all unseren Besitztümern hin. Wir suchen einen Seelenverwandten und das nicht nur in einer Partnerschaft. Wir suchen auch in unseren Freundschafts- und

Gemeinschaftsbeziehungen nach Personen, die unseren nach Liebe und Verbundenheit dürstenden Seelen Nahrung geben. Fühlen wir uns dann noch verunsichert durch das allgemeine gesellschaftsweite Vertrauens- und Werte-Defizit oder befinden uns gar in einer persönlichen Krisensituation, sind Liebesschwindlern und Pseudo-Erleuchteten, die sich überzeugend den Anschein von Wahrhaftigkeit und Wertesubstanz geben, Tür und Tor in unsere Köpfe, unsere Herzen und unsere Brieffaschen geöffnet.

Liebe Leserin, lieber Leser, jetzt möchte ich natürlich nicht, dass Sie als ehrlicher und ausgewiesener Experte es diesen Betrügern und Scharlatanen gleich tun. Sie sollten aber schon um die Macht der Emotionen und um einige der wirkungsträchtigsten Rollen-Kategorien charismatischer Führung wissen, um sich gegen ihre Experten-Konkurrenten erfolgreich durchzusetzen. Um Ihnen den Einstieg in die Rollen-Kategorien der neuen Guru-Klasse zu erleichtern, beschränke ich mich zunächst auf folgende vier Typen:

### **DIE LEBENSKLUGE MUTTER**

DIE LEBENSKLUGE MUTTER ist eine Frau, die mitten im Leben steht, humorvoll und verständnisvoll ist. Sie erkennt intuitiv unsere Stärken, hat aber auch ein feines Gespür dafür, wo sich unsere inneren Schweinehunde verstecken. Sie motiviert uns, unsere Stärken zu erkennen und diese gezielt einzusetzen. Sie schreckt aber auch nicht davor zurück, unsere inneren Schweinehunde zu benennen und hilft uns, liebevoll aufmunternd gepaart mit der nötigen mütterlichen Strenge, diesen den Garaus zu machen. Ein Prototyp für diese Rollen-Kategorie ist die Münchner Management-Trainerin Sabine Asgodom, die

bisher mehr als zwanzig sehr erfolgreiche Bücher vorrangig zu den Themen Lebenshilfe, Selbstmarketing und Work-Live-Balance geschrieben hat. Sie ist eine der am meisten gebuchten deutschen Vortragsrednerinnen. Sie ist erstaunlich uneitel und ihr Erfolg als Buchautorin, Vortragsrednerin und Trainerin beruht somit nicht zuletzt darauf, dass sie ihrem Publikum mit strategischer Offenheit Einblicke in die Höhen und Tiefen ihres eigenen Lebens ermöglicht. Dies stellt sie seit Herbst 2011 übrigens auch in ihrer eigenen Coaching-Show im Bayerischen Fernsehen unter Beweis, die gerade um eine weitere Staffel verlängert wurde.

### **DER GÜTIGE VATER**

DER GÜTIGE VATER ist ähnlich wie die lebenskluge Mutter ein Mensch, der um die Höhen und Tiefen des menschlichen Lebens weiß und gerade die Krisen als die Hauptimpulse für gesellschaftliches und persönliches Wachstum begreift und dies auch öffentlichkeitswirksam propagiert. Er nimmt einem Seelsorger gleich seine Schäflein mit herzlicher Hilfsbereitschaft an die Hand und zeigt ihnen mit Güte, zuweilen auch mit sanfter Autorität gepaart, Optionen aus der Krise. Den Prototypen des gütigen Vaters stellt keiner besser als der deutsche Benediktinerpater, Buchautor und Referent zu spirituellen Themen wie Kontemplation, Krisenmanagement und Lebensglück Anselm Grün dar. Er ist einer der meistgelesenen deutschsprachigen Sachbuchautoren und nach Orientierung und Sinn suchende Manager stürmen seine Kurse und Seminare. Und wer sich jetzt fragt, warum ausgerechnet ein Benediktinermönch von Topmanagern um spirituell-ökonomischen Rat gefragt wird, der sollte wissen, dass Anselm Grün

nicht nur nach den Grundsatzregel des Benediktinerordens *Ora et labora/Bete und arbeite* lebt, sondern auch als studierter Betriebswirt sehr erfolgreich die vielfältigen ökonomischen Geschäftsbereiche seiner Abtei im fränkischen Münster-schwarzbach führt.

### **DAS TAPFERE SCHNEIDERLEIN**

DAS TAPFERE SCHNEIDERLEIN ist der Lebenskünstler, Abenteurer und Gaukler unter den Gurus. Er ist offen für das Neue, Unbekannte und geht zuweilen hohe Risiken ein. Er startet seine Expertenkarriere nicht selten eher zufällig aus einer anfänglichen Themennische heraus. Er zeichnet sich durch ein hohes intuitiv-analytisches Vermögen der Decodierung von auf den ersten Blick nicht sichtbaren subtilen Macht- und Einfluss-Strukturen aus. Wenn das Glück auf seiner Seite ist, kann er zum von der Öffentlichkeit gefeierten Insider-Guru werden, der mutig die geheimen Strukturen und verborgenen Machspiele eines, manchmal sogar seines eigenen Systems offen legt. Ist das Glück ihm nicht hold, dann endet er nicht selten als mitleidig belächelter Außenseiter oder allseits geächteter Verräter und Nestbeschmutzer.

Als Prototyp zur Veranschaulichung dieser Rollen-Kategorie eignet sich hervorragend der Börsenmakler, Buchautor und Finanzexperte Dirk Müller. Im Jahr 2007 noch vor dem Höhepunkt der weltweiten Banken- und Immobilienkrise 2008 begann er an seinem Buch „Crashkurs: Wirtschaftskrise oder Jahrhundertchance?“ zu arbeiten. Dirk Müller oder *Mr. Dax*, wie er auch gern in der Öffentlichkeit genannt wird, ging als einer der ersten „Wut-Banker“ in die jüngere deutsche Finanzgeschichte ein. Das geschah zu einem Zeitpunkt, als seine ersten öffentlichen Statements zur Kri-

se gespickt mit kritischen Seitenhieben auf das eigene System noch das abrupte Ende seiner Karriere hätte bedeuten können.

**DER „MUTIGE“ DRACHENTÖTER**  
**DEN „MUTIGEN“ DRACHENTÖTER**  
könnte man auf den ersten Blick leicht mit dem tapferen Schneiderlein verwechseln. Er kommt als furchtloser Held daher, der bereit ist, sich todesmutig der *Bestie* in den Weg zu stellen. Oder anders ausgedrückt: Er wagt es in aller Öffentlichkeit Dinge auszusprechen, die viele so oder ähnlich denken, sich aber angesichts des selbst auferlegten politisch-korrekten Konsenses nicht auszusprechen wagen. Erst auf den zweiten Blick erkennt man, dass dieser Protagonist in keiner Weise in Sachen Risikobereitschaft mit dem tapferen Schneiderlein zu vergleichen ist. Im Gegenteil! Er ist erst dann bereit, sich der *Bestie* in den Weg zu stellen, wenn diese bereits kampfunfähig geschwächt oder er sich sicher ist, dass sich schon genügend Scharfschützen rund um den Drachenfelsen postiert haben und die Konfrontation mit der *Bestie* fast ohne Risiko für ihn sein wird. **DER „MUTIGE“ DRACHENTÖTER** gibt sich nicht selten als ideologischer Hardliner mit populär-moralischem Sendungsbewusstsein. Er vermag am ehesten den massentauglich polarisierenden Guru zu geben, sofern es ihm gelingt, sein Publikum emotional zu erreichen.

Wenn Sie, liebe Leserin und lieber Leser, jetzt von mir erwarten, einen öffentlich verifizierbaren Prototypen für diese Rollen-Kategorie genannt zu bekommen, dann muss ich Sie enttäuschen. Solch obskure Gesellen gibt es natürlich nicht im wahren Leben. Oder vielleicht doch?

**DIE LEBENSKLUGE MUTTER, DER GÜTIGE VATER und DAS TAPFERE**

**SCHNEIDERLEIN** arbeiten mit positiver emotionaler Verstärkung und der Motivation zur ressourcenorientierten Veränderung und Vorwärtsentwicklung. Sie geben ihren Klienten und Anhängern ein Gefühl von Geborgenheit und Hoffnung.

Ihr Antagonist, **DER „MUTIGE“ DRACHENTÖTER**, verbreitet Angst vor dem Unbekannten und der Veränderung und warnt nicht selten vor der Apokalypse. Er verbreitet in seiner Umgebung oftmals ein emotionales Unbehagen. Doch die Angst seiner Anhängerschaft vor der *Bestie* der Veränderung ist größer und die Hauptmotivation, ihm zu folgen.

Es gibt natürlich auch Vermischungen der oben genannten Rollen und noch eine Vielzahl weiterer Inszenierungsformen. Wenn Sie mehr darüber und auch die Freuden, Risiken und Nebenwirkungen des Guru-Daseins erfahren wollen, dann verrate ich Ihnen zu einem späteren Zeitpunkt vielleicht noch etwas mehr darüber.

Ich persönlich halte es mit den Gurus übrigens wie Kurt Tucholsky:

„Ich glaube jedem, der die Wahrheit sucht. Ich glaube keinem, der sie gefunden hat.“

**Zur Person:**

*Kirstin Schönfeld, Berlin: Marketing-Expertin, Vortragsrednerin und Autorin berät und informiert Manager, Politiker, Unternehmer, Wissenschaftler und kreative Freiberufler aus dem In- und Ausland sowie entsprechende Institutionen und Netzwerke zu Fragen der internen und öffentlich-strategischen Positionierung und der angewandten sozioökonomischen Phänomenologie.*

