

armin
chodzinski



sonne,
musik
und
schwierige
verhältnisse

Backup_03 / 2008 - 2011
Bilder, Shows und Inszenierungen

Galerie Julia Garnatz
Hamburg/Köln 2011



Der **Flaneur** ist der mythische Held der
postfordistischen Ökonomie!
Immer auf die Pflege seiner
Produktionsmittel bedacht: dem **ICH!**

...eher von den Kategorien
des Raums als von denen
der Zeit beherrscht werden!



Dandy-flaneur = Künstler-flaneur:
von der Ordnungsmethode
zur Produktionsform.

Produktivität
ich nicht m
sie ma

Langeweile!

How to succeed in Business with... Lecture! 2009



Im Rahmen der Veranstaltung "Die Performance der Lecture im Netz" am 9. und 10. Oktober 2009 auf Kampnagel in Hamburg entstand dieser Vortrag, der im Original und in voller Länge im Netz zu sehen ist: <http://www.vimeo.com/7270314>. In unterschiedlichen Varianten und an unterschiedlichen Orten wurden der Vortrag wieder aufgeführt. Das ist ein Widerspruch, aber nicht der einzige, denn die Magie des Momentes hat mindestens zwei Richtungen. Im Folgenden findet sich ein Textausschnitt, der Beginn des Vortrages.

[Aus den Lautsprechern erklingt, unterlegt von einer Showmusik, eine Stimme.]

„Meine Damen und Herren, ich freue mich sehr Ihnen heute Abend einen Sprecher präsentieren zu dürfen, der wie kaum ein anderer in den letzten Jahren auf unterschiedlichste Weise die Dimensionen des Scheiterns innerhalb eines Vortrages ausgelotet hat. Und das – sie werden schon ahnen von wem ich spreche – vor allem deshalb, weil er immer von einer persönlichen Betroffenheit aus sprach, die zwischen Larmoyanz und Demagogie kaum einen Unterschied machen wollte und konnte. Aber das soll sich alles geändert haben – wir werden sehen! Ich sage Ihnen nur zwei Stichworte: Verkrampfung und Ökonomie! Begrüßen Sie mit mir den selbsternannten King of Rahmenprogramm and Podiumsdiskussion, Dr. Armin Chodzinski!“

[Der Vortragende kommt mit Koffer-Plattenspieler in den Raum und begrüßt einzelne Besucher per Handschlag. In der Mitte des Raumes wird der Plattenspieler aufgebaut.]

Sehr verehrte Damen und Herren, vielleicht verfehle ich ein wenig das Thema, wenn ich heute weniger – wie angekündigt die Grenzen des Mediums der Online-Lecture auslote, als vielmehr über die Medialisierung der Businesslecture als dezentrales Vortrags- und Vermittlungsformat spreche.

Aber, wenn man über Business Lectures spricht, dann lohnt es einen kurzen Moment inne zu halten und in die Anfänge zu schauen. Auch nicht als erste, aber immerhin relativ früh, nämlich 1965 gründet sich die Psychological Associates Incorporate in St. Louis, Missouri, USA. In der Frage, wie man Verkaufsschulungen dezentral durchführen kann, also ohne einen festen Ort und eine feste Zeit, nutzte dieses Unternehmen ein Medium, das scheinbar universal einsetzbar schien: Die sog. Sound Recordings. Rollenspiele und Fallstudien, die spielerisch verschiedene Handlungsmuster im Hardselling, also im Verkauf von Waren und Dienstleistungen vorführen.

Was wir heute noch unter dem despektierlichen Begriff der Drückerkolonne kennen bekommt eine wissensbasierte Struktur, die Strategien vorschlägt immer wieder kehrende Probleme im Verkaufsgespräch zu umschiffen, auszutanzen, umzudeuten: Die Einführung von asiati-

schen Kampfsportarten in die Ökonomie. Der Schlag des Gegenüber wird nicht abgefangen, sondern angenommen und die Energie umgeleitet, verdoppelt und retourniert. Einwandsbehandlung heißt der deutsche Fachterminus. Ein kurzes Beispiel:

[Der Vortragende legt die Single des Unternehmens aus dem Jahr 1967 auf.]

Zur gleichen Zeit, also 1967, kommt ein Film in die amerikanischen Kinos. Ein Musical, das in den folgenden Jahrzehnten am Broadway für einigen Erfolg sorgt. Ebenfalls eine dezentrale Form der betriebswirtschaftlichen Wissensvermittlung. Dieser Film ist deshalb interessant für die Frage nach Form und Historie der Business Lecture, weil er vorgibt die Erprobung eines Mansukriptes zu sein:

[Der Film-Trailer ‚How to succeed in Business without really trying‘ wird eingespielt.]

In der Geschichte des Tagelöhners Jimi S. geht es um den planmäßigen Versuch eine Karriere in einem Konzern zu machen, ohne dabei auf die üblichen Wege von Ausbildung und Kompetenz zu vertrauen, sondern vielmehr durch die praktische Abarbeitung eines Erfolgs-Leitfadens. „Der einzige Filme, der Ihnen eine bessere Position garantiert!“ Die Ironie des Filmes schmälert den Vermittlungsauftrag in keiner Weise. Bei aller Überzeichnung und Kommentierung der Business-Leitfäden die Ende der 60iger Jahre auf den amerikanischen Markt schwämmen, vermittelt der Film mehrerlei Dinge:

Den amerikanische Traum von der Durchlässigkeit der gesellschaftlichen Schranken.

Die Schwerfälligkeit konzernischer Strukturen, die auf Repräsentation und Hierarchien, anstelle von individualisierter Leistungsbereitschaft basieren.

Ein Selbstbewusstsein, das auf dem Selbst, dem Ich, als Produktionsmittel einer florierenden Ökonomie basiert.

1999 bin ich Assistent der Geschäftsleitung der EURO-SPAR und als solcher aufgefordert ein Seminar des Managementtrainers Klaus Kobjoll zu besuchen, um eine Einschätzung abzuliefern, ob die Kobjoll Schulungen: ‚Mitarbeiter als Mitunternehmer‘ und ‚Ware Herzlichkeit‘ ein geeignetes Format sind, um den Vertriebsmitarbeitern Kundenorientierung und Führungsqualität zu vermitteln. Am Ende der zwei Tage in dem Hotel Schindlerhof in der



Nähe von Nürnberg mit dem Kobjoll 1990 zum Unternehmer des Jahres gewählt wurde erhalten alle Teilnehmerinnen eine Cassette:

[Die Cassette wird im bereitliegenden Rekorder abgespielt.]

In dem Seminar erzählt und zeigt Kobjoll unter anderem, dass der Seminarraum bereits mit Starkstrom, Rigginganlage, LKW Zufahrt und fahrbare Rückwand ausgestattet sei, weil das Internet und auch das lokale Fernsehen der eigentliche Verbreitungsmarkt für Führungskräfte-seminare wäre und er sich heute schon auf morgen vorbereitet: „Wenn Du in Zweifeln denkst, wenn du denkst wie ein zahnender Hauskater, dann wirst Du nicht nur nie etwas erreichen, sondern musst dich auch nicht wundern, wenn deine Frau den Postboten bumst.“ So drückt er das selbst aus. Das zahlenden Publikum, ca. 40 Personen – Kursgebühr vierstellig, besteht aus Männern, die im Vertrieb arbeiten und so denkt sich Kobjoll, dass ein etwas jovialer Ton durchaus von Vorteil ist: „Ich denke wie ein Tiger, ein König, ein Gewinner!“ fügt Kobjoll nach einer kurzen Minute, die auf Lacher hofft, hinzu!

Auf diesem Seminar im Schindlerhof sind auch Vertriebsleiter der EDEKA, die in der Pause davon erzählen, dass sie gute Erfahrungen mit Musik gemacht haben, dass ihr EDEKA-Lied wirklich motivierend ist und es versteht die Mitarbeiter zu motivieren. Zum Kobjoll-Seminar werden sie – zumindest ihre leitenden Angestellten – auch schicken. In der Kaffeepause singen Sie ein paar Strophen und knapp 8 Jahre später kaufen Sie das Unternehmen für das ich damals arbeitete und das keine weiteren Kobjoll-Seminare in Anspruch nahm...

[Der Vortragende singt das Lied]

„Einkaufen mit Seele, mit Herz und Tradition. Wir arbeiten mit Leidenschaft an noch mehr Perfektion. Edeka und Partner – wir haben einen Bund. Alles was wir bieten ist köstlich und gesund. Wir lieben Lebensmittel, nur die besten sind dabei. Wir lieben größte Vielfalt, statt Discountereinerlei. Wir sind der Marktplatz großer Marken. Wir haben das größte Sortiment. Bei uns wächst Lebensfreude, Käuferlebnis ist der Trend. Wir lieben das Leben und haben die Mittel. Edeka – Wir lieben Lebensmittel“

[Ein Online-30sec-Managementtraining wird nach der Darbietung eingespielt]

Sie, die Sie hier sitzen werden allesamt in den Chor derer einstimmen können, die von dem grundlegenden gesellschaftlichen Transformationsprozess wissen in dem die Gesellschaft steckt. Der Übergang von der kapitalistischen

Industriegesellschaft, die je nach politischer Couleur unterschiedliche Namen trägt, hin zur postkapitalistischen Wissensgesellschaft für die das mit den unterschiedlichen Namen noch viel mehr gilt.

All das ist für sie zwischen schmerzlicher Realität und euphorischer Neuorientierung, zwischen Krise und Chance, zwischen Inclusion und Exklusion beheimatet. Und Ihnen allen wird es klar sein, dass es sich um das Ich handelt, dass hier seine Pubertät auslebt und zum beherrschenden Produktionsfaktor wird.

Der Blick auf wirtschaftlich agierende Organisationen wählte in unterschiedlichen Zeitschnitten unterschiedlich priorisierte Perspektiven:

Da ist als Grunddisziplin der Blick auf die Sachebene zu nennen, auf Fakten, Zahlen Prozesse auf sofort sichtbare Faktoren. Die erfolgreiche Steuerung einer solchen Unternehmung basierte auf einer faktischen Kompetenz. Diese auf Optimierung ausgerichtete Perspektive hat seine Grenzen und so wurde in einem nächsten Schritt der Fokus auf die Prozessebene gesetzt.

Weiche Faktoren, Kultur, Verhalten und Klima wurden als Stellschrauben der Optimierung begriffen. Die Ansprüche an Führungskräfte und Mitarbeiter veränderten sich. In einer dritten Stufe und dies ist sicher jene in der wir uns zur Zeit befinden spielt die Form eine übergeordnete Rolle, die Form als eine entscheidende Determinante für Prozesse und Fakten.

Oder wie der Organisationstheoretiker Henry Mintzberg es so einleuchtend formulierte und dabei alle Perspektiven verdichtete: „Ein Unternehmen, das energisch und mit persönlichem Stil erfolgreich geführt wird ist schön anzusehen!“

Die unternehmerische Präsentation ist nicht mehr nur eine Vermittlung von Fachwissen, sondern ein steter Versuch dem Homo Economicus, dem wirtschaftlichen Subjekt seine Pflichten zu verdeutlichen: Du bist das unternehmerische Selbst! Dein Handeln ist Wertschöpfend! Wo Du bist und Wer du bist, bist Du aufgrund Deiner selbst, denn du hast es in der Hand! Und das gilt eben nicht nur für die Menschen innerhalb der Organisationen, sondern für alle Menschen – so zumindest die euphemistische Systemlogik – auch für Sie!

So argumentiert die Präsentation mit dem Ich und wird zu einem Fallbeispiel dessen Körperlichkeit von entscheidender Bedeutung ist. Die Körperlichkeit entkoppelt sich von der Vermittlung und wird zum Inhalt. Woher komme ich? Wie bin ich dorthin gekommen, wo ich jetzt bin? Was ist mein Kontext? Was sind meine Rahmenbedingungen? Die Biografie wird zur Mitteilung und die sozialen Sedi-



mentierung des Körpers bedürfen der Choreographie: Eine Choreographie des Authentischen.

[Ein Film wird eingespielt, der den querschnittsge- lähmten Management Trainer Boris Gundl bei seiner Arbeit zeigt]

Boris Gundl hinterlässt Tränen der Rührung, auch oder gerade weil auf Vorträgen seine Lähmung nur implizit thematisiert wird. Dieses Implizite ist allerdings sehr präzise und vielleicht sogar obszön, obszön deshalb, weil die Strategie bei aller Sympathie, die Gundl zu erzeugen in der Lage ist, sichtbar bleibt ohne offensiv Methode zu sein: Das Dreisäulenmodell, das Boris Gundl propagiert, basiert auf drei Schlagwörtern: ‚Leading Simple‘, ‚1:1 Coaching‘ und ‚Steh auf!‘.

‚Steh auf!‘ ist auch der Titel seines neuen Buches dessen Cover Gundl mit erhobenem Daumen im Rollstuhl sitzend zeigt. Er arbeitet mit seiner Biografie auf eine Weise, die darauf basiert die fachliche Kompetenz formal zu unterstützen – seine Biografie wird zur Methode, die die Medialisierung durch Dritte braucht.

Weitergehend ist da ein amerikanisches Lecture Beispiel, das vielleicht gerade deshalb weniger obszön ist, weil die Mitteilung der körperlichen Biografie Inhalt und Methode zugleich ist.

[Der Vortragende legt sich auf den Tisch. Es wird ein Video gezeigt in dem man einen körperlich stark beeinträchtigten Mann – letztlich ein Torso ohne Beine und Arme – Vorträge halten sieht.]

Die aktuelle DVD von Nick Vujicic heisst ‚No legs, no arms, no worries‘. Vujicic, der bereits mit 21 seinen Abschluss in Finanz Controlling machte, hat in den letzten fünf Jahren zu ca. 2 Millionen Menschen in 12 Ländern gesprochen. Ein wichtiger Teil davon sind seine Motivationsseminare in Unternehmen bei denen er praktische Handlungsanweisungen in Krisensituationen bildhaft zu vermitteln versteht.

Die Biografie als Inhalt und Methode muss sich aber nicht zwangsläufig vordergründig körperlich zeigen, sondern kann sich auch – dem Medium der Web-Präsentation folgend – entkörperlichen und über Artefakte funktionieren.

[Ein weiteres Vortrags-Video wird gezeigt in dem der gutaussehende Redner in der Online Version vollständig hinter der Präsentation verschwindet, die kleinteilig Dokumente, Ausweise, Club-Karten, etc. zeigt]

Der Präsentationsstil, den Dick Hardt hier übernimmt ist erfunden worden von Lawrence Lessig. Seine Powerpoint bzw. KeyNote basierten Präsentationen schaffen einen in-

doktrinären Raum in dem sie das Zeigen und das Sagen eng miteinander verknüpfen. Die technische Banalität der Präsentation, die sowohl Online als auch Offline funktioniert macht den Redner zum Sprecher. Das Perfekte dieser Präsentation löst sich dann ein, wenn der Sprechende ein synkopisches Talent besitzt und so aus der Präsentation weniger ein Vortrag, als vielmehr ein Stück Musik wird.

Dick Hardt, den Sie hier gerade anfänglich sahen entwickelt aus einem persönlich anmutenden Vortrag eine Produktpräsentation. Hardt bietet sich als authentische Person an, die über die eigene Eingebundenheit ein Feld der Kompetenz erzeugt. Und so wird bei aller Inszenierung das Gefühl der Echtheit der biografischen Nähe und Normalität zum zentralen Inhalt.

Das Interessanteste an diesem Ausschnitt in dem sich Dick Hardt in ein Verhältnis zu potentiellen Kunden setzt, ist der Anfang.

Der Moderator. Es ist die Ansage, die Demut vor dem Vortragenden, die Demut vor der Präsentation. Das Tänzeln, der unsichere Griff an das stark gemusterte Hemd. Das Mikro, das schützend vor den Solarplexus gehalten wird. Und dann die Musik.

Die Ansage, die das was kommt groß zu machen versucht. Und dann Dick Hardt, der, mit großer körperlicher Souveränität, bescheidenes sagt, um dann hinter den Bildern zu verschwinden.

Das Verschwinden hinter den Bildern setzt in dieser besonderen Form des Vortrages eine besondere Referenz zu dem Medium, namentlich zu einer Community, die sich im Internet verortet und seine Medialisierung bereits mitdenkt. Die Erzeugung von Kompetenz innerhalb der Präsentation ergibt sich bereits aus der Form. Dick Hardt ist so zu einem der beliebtesten Sprecher auf Trendtagen geworden, verbindet er doch sein Slacker- / Surfer-Identität mit der strengen Choreographie der klassischen Argumentationslogik und disziplinierten Rhetorik. [...]

[Am Ende stellt der Vortragende seine Sehnsüchte dar. Mit einem Vollplayback des Oasis Songs ‚Wonderwall‘ beschwört er einen kollektiven Moment]



A wie Arbeit





B wie Befriedigung

