

Zurück zu alten Werten

Der Auftritt macht's. Was wie ein Muster aus längst vergangenen Zeiten klingt, ist weiterhin hochaktuell: **Respekt, Pünktlichkeit und gute Manieren.** Sie werden sogar immer wichtiger. Der saloppe Smartie hat ausgedient, Nachlässigkeiten und Plattheiten sind nur peinlich.

Text _ Otto Mohr



Der Gentleman rückt
der Dame den Stuhl
zurecht: Benimm ist
wieder in

In der Herrenrunde schien sich plötzlich eine große Erleichterung auszubreiten. Endlich glaubte man den künftigen Vertriebsleiter gefunden zu haben. Der Kandidat hatte eine astreine Performance aufs Parkett gelegt, umfangreiches Fachwissen bewiesen und jede Menge Sympathie verströmt. Damit schienen mit einem Schlag alle Mühen vergessen, die ein gutes Dutzend Vorstellungsgespräche so mit sich bringen. Dann großes Erstaunen. Der Bewerber war noch nicht fünf Minuten aus dem Zimmer, als der große Chef seinen verduztten Assistenten verkündete: »Nein, der nicht.« Ohne eine Reaktion der Adlaten abzuwarten, schob der Boss die Erklärung nach - und zwar mit einer unerwarteten Frage: »Habt ihr seine Schnürsenkel gesehen?« Ort des Geschehens: Der Hamburger Verlag Grüner + Jahr. Der große Chef: Vorstandsmitglied Rolf Poppe. Zeitpunkt: Mitte der Siebziger. Nun war der gelernte Journalist Poppe, der Erfinder des G+J-Corporate Design, ein ausgesprochener Ästhet und demzufolge kein Einzelfall unter den deutschen Verlagsgranden der Sechziger und Siebziger. Diese fühlten sich insgeheim ohnehin als Avantgarde der Gesellschaft und damit natürlich auch als Trendsetter in Sachen guten Geschmacks. Da haben ausgefranste Schnürsenkel, ungepflegte Fingernägel oder gewagtes Krawattendessin null Chance.

Der allgemeine Niedergang der guten Sitten, der bereits Jahre zuvor unter der Fahne der »Demokratisierung« eingesetzt hatte, um dann in der Wurschtigkeit der Kohl-Ära seine Vollendung zu erfahren, konnten sie nicht verhindern. Erst jetzt, im Zeitalter der Werte-Diskussionen,

scheinen Ästhetik und zivilisierte Umgangsformen eine Renaissance zu erleben. »Das Pendel schlägt zurück«, konstatiert Nandine Meyden. Die Berliner Kommunikationstrainerin, »mit Schwerpunkt Etikette, Benimm und Höflichkeit« (Meyden), sieht die deutsche Gesellschaft »nach dem Befreiungsschlag der Sechziger Jahre« wieder auf dem Boden der Realität angekommen: »Respekt, Rücksichtnahme, Höflichkeit und gepflegtes Aussehen liegen ganz stark im Trend.«

Dabei sind es nicht nur die üblichen Ausschläge, die jede gesellschaftliche Veränderung begleiten, die nun wieder sozusagen »turnusmäßig« in die andere Richtung gehen - im öffentlichen Leben allgemein und nicht nur in der Wirtschaft. Gerade hier ist der Trend unübersehbar, dass ein neues Zeitalter begonnen hat.

Viele haben gemerkt, dass sie mit der gleichgültigen bis rüpelhaften Masche nicht mehr weiterkommen und dass sie sich etwas einfallen lassen müssen, wenn sie im Geschäft bleiben wollen. Dabei geht der Trend weit über die äußerlichen Formen und Grundregeln des Benimm hinaus. »Die Rückbesinnung auf die traditionellen Werte gibt den Mitarbeitern in Zeiten des rasanten Wandels Orientierung. Sie ist auch eine verlässliche Konstante in unsicheren Zeiten«, sagt Manuela Kesselmann. Für die Bremer Change-Managerin bilden die »weichen Faktoren des Business« immer mehr jene Erfolgskriterien, auf die es in Zukunft ankommt.

Und so heißen die Disziplinen inzwischen Outfit, Performance und Correctness. Über 400 Seminare, Kurse und Workshops bieten allein in diesem Jahr private Managementschulen den Besserungswilligen und Orientierungsuchenden an. Gleichzeitig biegen sich die Regale in den Buchhandlungen unter der Last von rund vier Dutzend mehr oder weniger Ernst zu nehmenden Titeln zum Thema »Stil und Benimm«.

Star dieses Angebots ist das 392-Seiten-Opus »Manieren« von Asfa-Wossen Asserate. Schon vor zwei Jahren zierte es wochenlang die Bestsellerliste des Nachrichtenmagazins »Spiegel«. Asserate, ein Großneffe des 1974 gestürzten äthiopischen Kaisers Haile Selassie I., kennt seine Pappenheimer schon seit dem Studium in Tübingen (1968). Damals sei alles ziemlich chaotisch gewesen, und alles, was sich an guten Werten der Deutschen in die Bundesrepublik hinübergerettet hat, habe man plötzlich in Frage gestellt: »Fleiß, Pünktlichkeit und Pflicht wurden belächelt«, sagt der Frankfurter Unternehmensberater und fugt hinzu: »Das hat sich geändert.«

Der Wandel hat Deutschlands Wirtschaft fest im Griff. Meinungsumfragen belegen seit Jahren regelmäßig, dass der Großteil der Bevölkerung die einst belächelten Tugenden für wichtig hält. Die Ergebnisse der Shell-Jugendstudie belegen, dass die jungen Deutschen »Fleiß und Ehrgeiz« (75 Prozent), sowie »Streben nach Sicherheit« (79 Prozent) als unverzichtbare Voraussetzung favorisieren, um es später im Leben leichter zu haben, sprich: um besser Karriere machen zu können.

Wertediskussion entbrannt

Deutschlands Manager sehen das naturgemäß ähnlich. Auch wenn kommunikative Fehlritte wie das Victory-Zeichen des

Deutsch-Bankers Josef Ackermann die Schlagzeilen beherrschen - die überwiegende Mehrzahl der Chefs schätzt eher die unspektakulären Auftritte. Heute mehr denn je. Und zwar nicht nur, weil öffentlicher Druck auf den Unternehmen lastet - Entlassungen müssen kommuniziert und Verlagerungen gerechtfertigt werden - auch das allgemeine innenpolitische Klima (Stichwort »Heuschrecken«) war schon einmal besser. Bernhard Haas, Gründer und Inhaber des Hanauer Consultors HOT Haas Organisation und Teamentwicklung: »Die Wertediskussion ist voll entbrannt. Was gestern richtig war, ist heute nicht mehr richtig. Und außerdem verläuft inzwischen alles in einer unglaublichen Geschwindigkeit.«

Die Konsequenzen spüren jene, die ihr tägliches Geschäft im Vis-à-vis abwickeln müssen. Haas: »Wenn der Verkäufer nicht auf Stil und Etikette achtet, ist alles zu spät.« Der ehemalige Vertriebsleiter des Münchner Server-Herstellers Sun Microsystems bringt es auf die einfache Formel: »Der Erfolg im Beruf hängt heute mehr denn je vom Erscheinungsbild ab.«

Den Gesprächspartner verstehen

Für den Berliner Society-Figaro Udo Waltz ist es »ganz und gar unbegreiflich, wie es gerade Männer immer wieder fertig bringen, so wenig Geld in ein paar ordentliche Schuhe zu investieren.« Maßgefertigte seien viel besser und »lebten« länger als jene von der Stange. Waltz: »Schiefgelaufene Absätze und ramponiertes Leder machen keinen guten Eindruck.« Der Auftritt macht's - und dazu zählt ein gehöriger Schuss Psychologie. Nandine Meyden schreibt ihrer Kundschaft ins Stammbuch, dass es heutzutage auf ganz andere Dinge als auf relative Banalitäten ankommt. Es gehe nicht darum, ob jemand das Messer richtig halten kann, sondern ob er in der Lage ist, sich in seinen Geschäftspartner hineinzusetzen: »Ich muss wissen: Welche Dinge könnten andere Leute stören, und das fängt schon bei der Kleidung an.« Und so bemerkten viele nicht, dass sie »durch ein bestimmtes Outfit andere verletzen könnten«. Wie ein roter Faden zieht sich die Argumentationskette durch das Thema - von der Kleidung bis zum Mitbringsel. Schließlich hat sich inzwischen herumgesprochen, dass der Beschenkte seine Geschenke selbst bezahlt, und da kann der Autoatlas noch so neu und das Taschenmesser noch so pfiffig sein. Eine ähnliche Reaktion riskiert der besonders gestylte Partner: »Wenn einer in entsetzlich teuren Sachen daherkommt, fragt sich doch jeder: 'Der muss aber ein tolles Prämiensystem in seiner Firma haben',« sagt der Züricher Unternehmensberater Peter H. Buechli. Er empfiehlt stattdessen »echte Aufmerksamkeiten«.

Meyden stößt ins gleiche Hörn: »Eines der kostbarsten Güter heutzutage sind Individualität, Andacht, Zeit und Zuhören.« Der Gesprächspartner müsse spüren, dass man sich auf das Gespräch vorbereitet hat und dass keine Platitüden abgespult werden. Meyden: »Da gehören ganz banale Dinge dazu - zum Beispiel, dass ich weiß, wie sich der Name des anderen schreibt.«

Die Berater und Trainer attestieren ihrer Kundschaft unisono »hohe Lernfähigkeit bei großem Bedarf«. Dampfplauderer hätten ausgedient, Nachlässige ebenfalls. Man plädiert für eine »solide, dezente Eleganz« und setzt auf Charme und

Charisma. Als einzige Ausnahme lassen die Anstandswarte jene Berufsund Lebenskünstler durchgehen, die sich optische Schnoddrigkeiten, wie zum Beispiel ein vergammeltes Auto, leisten können. Die führten dann eine ungewöhnliche Leistungs- und Ausstrahlungsbilanz mit sich, mit der sich dieses Manko jederzeit wettmachen lasse. Nandine Meyden: »Das sind aber nur ganz wenige.«

acquisa, Ausgabe 07/2005