

Olympiade in Beijing 2008, Leichtathletik-Weltmeisterschaft dieses Jahr in Deutschland, Fußball-Weltmeisterschaft 2010 – jedes Jahr ist das Thema Sport allgegenwärtig. Selbst wenn man es sonst mit Churchill und seinem „No Sports“ hält. Der Streit um den olympischen Fackellauf lehrte, dass Sport selten nur Sport ist. Er ist auch eine gewaltige Wirtschaftsmaschine, die mehr oder weniger freiwillig vor den Karren der Politik gespannt wird. Doch auch als Modell fürs Management gewinnt der Sport inzwischen an Bedeutung. Militär und Kirche, die klassischen Vorbilder für Management, haben trotz ihrer jahrhundertalten Führungskultur stark an Renommee verloren. Ihre hierarchischen Strukturen vertragen sich nur schwer mit der demokratischen und pluralistischen Kultur des 21. Jahrhunderts.

Ließen sich einst Unternehmenslenker etwa von Machiavellis "Der Fürst" inspirieren, findet man inzwischen auf Managementforen den Bundestrainer Jogi Löw oder den Schiedsrichter Dr. Merk. Sicherlich hat zu diesem Trend auch der ebenso sagenhafte wie beängstigende Erfolg des FC Bayern beigetragen, der als Fußballteam mindestens so erfolgreich ist, wie als Wirtschaftsunternehmen.

Der Sport als Ideengeber

Mario Portens Aufsatzsammlung „Spitzensport – Lernmodell für Sparkassen“ (DSV, Art.-Nr. 303 398 000) illustriert facettenreich die verschiedenen Felder, die durch Impulse aus dem Sport gewinnen können.

Handeln: Sport zu treiben bildet eine Grundlage für langfristige Gesundheit, die sowohl individuell als auch für den ganzen Betrieb immer wichtiger wird – gerade in einer alternden Gesellschaft.

Denken: Sport und besonders Spitzensport ist eben kein Spiel. Aus Wetteifern wird dort Wettkampf und Wettbewerb in seiner höchsten Form. Daher liegt es nah, die dort entwickelte Erfolgsdenke auch auf die Wirtschaft und ihren Verdrängungswettbewerb anzuwenden.

Lernen: Nirgendwo wird so konzentriert gelernt wie im Sport. Aus jedem Sieg und jeder Niederlage werden konsequent die Lehren gezogen und in neue Trainingseinheiten übersetzt.

Dabei wirken diese verschiedenen Ebenen immer auch in verschiedenen Richtungen – zum Individuum, ins Team/Unternehmen und zum Kunden.

Handeln: Fitness und Selbstmanagement

Natürlich ist Sport als Ausgleich zum Beruf wichtig und auch breit akzeptiert. So hat etwa das Laufen als Aktivesport einen ähnlichen Kultstatus erlangt, wie der Fußball als Zuschauersport. Die Vorteile der körperliche Fitness liegen auf der Hand: Energie, Durchhaltevermögen, Kreativität sind nur einige Effekte, welche die Aktivseite des Sports ausmachen.

Das Vermögen, in einem guten Zustand und in Form zu bleiben, wird im Arbeitsleben immer wichtiger. Ebenso die Fähigkeit, neben punktgenauer

Höchstleistung auch eine hohe Dauerleistung zu bringen – das erwarten und schätzen Führungskräfte und Kunden gleichermaßen. Über den unmittelbaren physischen Nutzen formt der Sport Werthaltungen wie Lust auf Leistung oder auch Teamgeist, die auch in der Wirtschaft unerlässlich sind.

Denken: „Sieger zweifeln nicht; Zweifler siegen nicht“ (Ch. Kinshofer)

Auch der Slogan „Dabei sein ist alles“ von Pierre de Coubertin, dem Neube-gründer der olympischen Spiele zeigt die enge Verwandtschaft zwischen Sport und Vertrieb bzw. Führung:

„Das Wichtigste an den Olympischen Spielen ist nicht der Sieg, sondern die Teilnahme, wie auch das Wichtigste im Leben nicht der Sieg, sondern das **Streben nach einem Ziel** ist. Das Wichtigste ist nicht, erobert zu haben, sondern **gut gekämpft** zu haben.“

Eben dieser Sportsgeist zeichnet auch gute Führungskräfte und Vertriebler aus: Sie wissen, dass nachhaltiger Erfolg nicht allein von den Siegen, sprich den Abschlüssen, abhängt, sondern auch davon, wie man mit den Misserfolgen umgeht. Und natürlich setzt das unscheinbare „dabei sein“ voraus, dass man zu den Besten der Welt gehört. Das geht nur, wenn man sich das langfristige Ziel setzt, „dabei zu sein“, und zugleich den nächsten Wettkampferfolg im Kopf vorweg nimmt, als gäbe es nur diesen einen.

Lernen: Messen, Ziele setzen und üben, üben, üben

In dem sportlichen Anspruch „schneller – höher – weiter“ spiegelt sich die wirtschaftliche Notwendigkeit wieder, beständig zu lernen und besser zu werden. Im Gegensatz dazu suggeriert schon der Begriff „Ausbildung“ eine Endgültigkeit, die es in der Praxis weder wirklich gibt, noch geben darf. Dennoch sind Führungskräfte und Trainer damit konfrontiert, dass selbst die guten und besten Praktiker sich teilweise gegen Feedback, Training oder eine detaillierte Messung der Zielerreichung sträuben. Dabei ist Messen (und sich mit anderen messen) die Basis des Übens und Trainings im (Leistungs-)Sport: Von Erfolgen zu reden, ist zum Beispiel in der Leichtathletik ohne Bezug auf Zeiten und Weiten oder im Fußball ohne Torstatistiken gar nicht vorstellbar.

Sportlern ist klar, dass es ohne Training keine erfolgreichen Wettkämpfe geben kann. Umgekehrt ist es naiv, die Weiterentwicklung in Führung und Vertrieb rein auf „Training durch Praxis“ zu reduzieren – denn „Misserfolge“ bei dieser Art von „Training“ sind immer auch „Misserfolge“ für den Kunden.

Eine praktische Anwendung

Sport heißt auch

- eigenen Neigungen und Stärken zu folgen,
- sich Ziele zu setzen,
- eigene Grenzen zu überwinden,
- sich mit Gleichgesinnten zu messen und dabei auch
- Anstrengungen nicht zu scheuen.

Leistungssportler trainieren täglich für ihre Wettkampferfolge. Führungskräfte und Vertriebler, die dagegen täglich die Leistung erbringen, sollten dementsprechend wenigstens einmal pro Woche bewusst „trainieren“, zum Beispiel so:

1. Finden Sie ein Feld, auf dem Sie sich bereits sicher fühlen und das Ihnen leicht fällt.
2. Finden Sie für sich ein „sportliches Ziel“ für dieses Feld.
3. Legen Sie los!
4. Geben Sie sich konsequent Rechenschaft über Ihre Erfolge und Misserfolge, ziehen Sie auch bewusst Vergleiche mit anderen Könnern.
5. Definieren Sie, was Sie beibehalten und was Sie veredeln wollen.
6. Finden Sie jemanden mit dem Sie (ausnahmsweise) proben können und machen Sie sich dann erneut ans punkten.
7. Und vor allem: Bleiben Sie dran!

Und übrigens: Sobald Sie auf diesem Feld auch Ihre „sportlichen“ Ziele erreichen, dann nehmen Sie sich einfach das nächste Entwicklungsfeld vor.

Probieren Sie es und lassen Sie sich überraschen!

Viel Spaß und Erfolg dabei!