

Motiviert wie die Spitzensportler

Diszipliniertes Training: Ziele treiben an.

Foto: fotolia.de - devizm



Eine gute Phase im Betrieb spornt an. Wie aber motivieren sich Unternehmer, wenn es nicht so gut läuft? Sportler machen es vor.

Birgit Wessel wessel@handwerk.com

Wenn Malermeister Frank Moese auf seine neu gebaute Halle schaut, erfüllt ihn das mit Zufriedenheit. Entsprechend kommt er jeden Morgen mit Elan in sein Unternehmen in Oldenburg. „Das, was ich erreicht habe, motiviert mich“, sagt er. Die eigene Leistung spendet Motivation?

Dirk Schmidt bestätigt, dass Erfolg ein Antriebsfaktor ist. Der Düsseldorfer Unternehmensberater rät sogar: „Ziehen Sie aus der Erinnerung an ihre Leistungen positive Energie.“ Zurückhaltung dagegen empfiehlt er beim Umgang mit aktuellen Erfolgen. Nachdem er mehrere Jahre als Coach mit Spitzensportlern gearbeitet hat, ist Schmidt überzeugt: Von ihrer Disziplin können Unternehmer lernen. „Wenn der Golfprofi Tiger Woods trotz eines Sieges mit seinem Abschlag unzufrieden ist, trainiert er am nächsten Tag nur diesen Abschlag.“ Unternehmern rät Schmidt: „Arbeiten Sie weiter an Ihren Plänen.“

In schlechten Phasen funktioniert Motivation im Grunde ganz genauso. Unternehmer sollten in ihren Bestrebungen nicht nachlassen. Die Analogie zum

Sport: „Wettkampfteilnehmer stehen nach Niederlagen meist auf, richten den Blick nach vorn, trainieren weiter und setzen sich neue Ziele.“

„Ziel“ ist nach Schmidt das Schlüsselwort für Motivation. So hätten Leistungssportler stets die nächsten Herausforderung im Blick. Von Reinhold Messner beispielsweise weiß Schmidt, wie er sich auf einen Achttausender vorbereitet hat. Täglich habe der Bergsteiger sich den Glücksmoment auf dem Gipfel konkret vorgestellt: erschöpft, am Rande seiner Ressourcen, glücklich. Diesen Augenblick wollte Messner erleben und deshalb habe er durchgehalten. Schmidts Rat für Unternehmer: „Konzentrieren Sie sich täglich zehn Minuten intensiv auf das, was sie erreichen wollen.“

Allerdings sollten die Ziele stets erreichbar sein. Ein erfolgreicher Sportler sage sich: „Ich muss nur ein kleines bisschen mehr können als andere.“ Roger Bannister zum Beispiel lief als Erster eine Meile in weniger als vier Minuten. Dafür wurde er gefeiert. Dabei war er nur zwei Sekunden schneller als der bisherige Rekordhalter. Wenn Unternehmer genau so stets nur etwas besser sein wollten als ihre realistischen Vorbilder, dann können sie nach Schmidt ihre Ziele auch erreichen.

Weiter delegierten Sportler Dinge, die sie von ihrem eigentlichen Training abhalten. Als Beispiel nennt der Experte Boris Becker. Viel haben die Eltern des begabten Tennisspielers für ihn erledigt.

So konnte er sich ganz auf Wimbledon konzentrieren. Analog sollten Unternehmer das, was ihrem Talent entspricht und sie ihrem Ziel näher bringt, selbst erledigen, anderes aber abgeben. Denn für die Arbeit, die sie gern tun, sind sie am stärksten motiviert.

Nicht zuletzt überträgt sich diese Motivation auf die Mitarbeiter: „Bei uns ist das ganze Team stolz auf unsere Erfolge“, bestätigt Malermeister Moese. Woran er das merkt? „Jeder denkt mit und setzt sich für den Betrieb ein.“



Frank Moese Foto: Privat

www.dirkschmidt.com; www.maler-service.de

Kompakt:

Vorbilder: Leistungssportler gehen mit Siegen und Misserfolgen diszipliniert um. Von ihnen können Unternehmer lernen.

Vorhaben: Mit realistischen Zielen motivieren Sie sich selbst.

Vorstellung: Malen Sie sich auf dem Weg die Zielsituation immer wieder möglichst konkret aus.

Praxis Selbstmotivation

Fünf Tipps, wie Sie sich selbst motivieren:

- 1. Wohin des Weges?** Realistische und herausfordernde Ziele motivieren Sie. Formulieren Sie Ihre Ziele konkret, versehen Sie sie mit einem Termin, und halten Sie sie schriftlich fest. Das macht sie verbindlich. Teilziele helfen auf dem Weg zu größeren Zielen.
- 2. Welche Sprache wählen?** Formulieren Sie die Ziele in der Gegenwartsform, im Aktiv und in der Ich-Form. Dadurch füllen Sie sie mit Leben.

- 3. Was hilft?** Eine schriftliche To-do-Liste erleichtert es, durchzuhalten und zu überprüfen, welche Teilziele Sie bereits erreicht haben.
- 4. Wie kontrollieren?** Beteiligen Sie einen externen Berater, einen Freund oder Mitarbeiter an Ihren Plänen. Die Person überwacht mit, ob die Pläne realisiert werden.
- 5. Und wenn es nicht klappt?** Prüfen Sie, woran es liegt, wenn Sie ein Ziel verfehlen und ändern Sie Ihre Strategie. Formulieren Sie gegebenenfalls ein neues Ziel. (bw)

Impressum

Norddeutsches Handwerk.

Organ der Handwerkskammern; 114. Jahrgang

Herausgeber
Handwerkskammern Braunschweig-Lüneburg-Stade, Hannover, Hildesheim-Süd-niedersachsen, Magdeburg, Oldenburg, Osnabrück-Emsland, Ostfriesland.

Verlag und Redaktion
Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Postanschrift: 30130 Hannover
Adresse: Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
Tel. 0511 8550-0, Fax 0511 8550-2403
nh.redaktion@schluetersche.de
www.handwerk.com

Chefredaktion: Irmke Frömling (verantwortl.)

Redaktion:
Torsten Hamacher (Chef vom Dienst),
Martina Jahn; Birgit Wessel

Leser-Service
Irmgard Ludwig-Johnsen, Tel. 0511 8550-2458
E-Mail Ludwig-Johnsen@schluetersche.de

Regionalredaktionen
Braunschweig-Lüneburg-Stade:
Sandra Jutsch, Martina Köhler
Hannover: Dipl.-Kfm. Jans-Paul Ernsting
Hildesheim: Assessor Jutta Schwarzer
Magdeburg: Marianne Lehn
Oldenburg: Manfred Kater
Osnabrück: Dr. Heinz-Gert Schlenkermann
Ostfriesland: Theodor Kruse

Verlagsleitung: Klaus Krause

Verlagsbereich
Wirtschafts- und Regionalmedien
Anzeigenleitung: Andreas Dirschauer

Anzeigenverkauf
Ilona Adomat, Tel. 0511 8550-2449
Fax 0511 8550-2402
E-Mail wirtschaft@schluetersche.de

Ausgabe Oldenburg, Osnabrück-Emsland und Ostfriesland

Ralf Niemeyer
c/o Kommunikation & Wirtschaft GmbH
Postfach 20 02 55, 26040 Oldenburg
Tel. 0441 9353-140, Fax 0441 9353-300,
Mobil 0160 6207620, E-Mail niemeyer@kuw.de
Ausgabe Magdeburg, Lüneburg-Stade
eska MediaService Wilfried Skowronek
Havelstraße 18, 39126 Magdeburg
Tel. 0391 2529562, Fax 0391 2529563
E-Mail eska.md@t-online.de



Druckunterlagen:
anzeigendaten-ndh@schluetersche.de
Tel. 0511 8550-2522, Fax 0511 8550-2401

Producer:
Melanie Beckmann, Anna Reis

Vertrieb/Abonnement-Service:
Tel. 0511 8550-2422, Fax 0511 8550-2405

Erscheinungsweise:
Die Zeitung erscheint monatlich zweimal. Bezugspreis 45,50 € im Jahr einschließlich Postgebühren und Mehrwertsteuer. Der Einzelpreis beträgt 1,50 € zuzügl. einer Distributionspauschale von 2,- €. Der vergünstigte Bezug zum Abonnementpreis verpflichtet zur Abnahme eines gesamten Jahrgangs. Danach gilt eine Kündigungsfrist von 10 Wochen zum Halbjahresende (30.6. bzw. 31.12.). Bei vorzeitiger Beendigung eines Abonnementsauftrages wird der Einzelpreis nachbelastet. Preisänderungen berechtigen nicht zur vorzeitigen Kündigung. Für die in der Handwerksrolle eingetragenen Handwerker ist der Bezugspreis durch den Mitgliedsbeitrag abgegolten.

Nachdruck nur mit Quellenangabe und vorheriger Einwilligung des Verlages gestattet, kurze auszugsweise Nachdrucke nur mit voller Quellenangabe. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, geben nicht in jedem Falle die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen wird keine Haftung übernommen.

Druck: Küster-Pressdruck, Industriestraße 20, 33689 Bielefeld

ISSN 0029-1617

Die Titel des Verlagsbereichs Wirtschafts- und Regionalmedien im Überblick
■ genau
■ nobilis
■ Norddeutsches Handwerk

Der aktuellen Ausgabe liegt eine Beilage der Fa. STRAUSS, Biebergemünd, bei. Wir bitten um Beachtung.

PFIFIKUS-Kinderschutz. Wo die gesetzliche Krankenversicherung aufhört, fangen wir an.

Eine Krankenzusatzversicherung sichert Ihrem Kind die beste medizinische Versorgung. Für jetzt und für die Zukunft.
Infos unter 0180/3330330* oder www.signal-iduna.de

* 9 Cent/Min. aus dem Netz der deutschen Telekom. Mobilfunkpreise können abweichen.

SIGNAL IDUNA
Vereicherungen und Finanzen

Gut zu wissen, dass es SIGNAL IDUNA gibt.