

„Der Tiger sollte größer sein als der Schweinehund“

Bodymedia-Interview mit
Motivationstrainer Dirk Schmidt

In einer der vergangenen Ausgaben der Bodymedia stellten wir unter dem Titel „Der Klinsmann-Effekt“ einen Vortrag von Dirk Schmidt zum Thema Motivation vor. Warum sein Terminkalender immer voller wird, hat er Bodymedia erläutert.

Bodymedia: Teambildung beginnt im Kopf sagen Sie. Wie wichtig ist ein Team im Fitnessclub?

Dirk Schmidt: Das ist sehr wichtig. Das Team im Club fängt immer beim Inhaber bzw. seiner Einstellung an und seiner Motivation. Nehmen wir zum Beispiel Jürgen Klinsmann. Er hat es auch geschafft, für die WM 2006 ein Team zu kreieren. Er hatte eine starke Vision – nämlich Weltmeister zu werden – und hat damit das Feuer in seinem Team entfacht. Sein engerer Kreis hieß damals Bierhoff, Löw und Köpcke. Die haben es wiederum verstanden, diese Initialzündung weiterzugeben. Und ebenso ist es ausschlaggebend für den Erfolg eines Clubs, wie gut der Chef seine Mitarbeiter für seinen Traum – was auch immer das sein mag – zu begeistern und zu motivieren.

Bodymedia: Sie sprechen erneut Klinsmann an. Der Saisonstart mit dem FC Bayern war seit 20 Jahren nicht mehr

so schlecht. Haben seine Strategien anfänglich versagt bzw. hat er da nicht das richtige Umfeld?

Dirk Schmidt: Ich glaube, wenn man in ein bestehendes System neu eingreift, ein System, das bisher ja immer gut funktioniert hat und die Messlatte sehr hoch liegt, ist es nicht einfach, egal für wen. Und Klinsmann hat auch dort wieder mal einiges komplett umgestellt. Er hat als Philosophie ausgegeben: Unser Ziel ist es, jeden Tag ein bisschen besser zu werden. Das ist ja schon einmal ein anderer Ansatz. Zumal es auch bei den Bayern feste Strukturen und Gewohnheiten gibt, ja Barrieren, die man erst einmal durchbrechen muss. Trotzdem glaube ich, dass er langfristig Erfolge haben wird. Wenn er die Zeit dafür bekommt.

Bodymedia: In den Fitnessclubs kommt es in der mittleren oder unteren Personalebene, also bei den Kursleitern, Bereichsleitern und Trainern auf der Trainingsfläche immer wieder zu Frustrationen, weil die Ideen aus deren Sicht nicht oder nur unzureichend umgesetzt werden, obwohl sie ja das Gefühl haben, durch die Arbeit an der Basis, also am Kunden, näher dran zu sein und deshalb die richtigen Impulse geben zu können. Wie sollen sich diese Mitarbeiter motivieren?

Dirk Schmidt: Das ist keine einfache Situation sowohl für die Führungsspitze als auch für die Mitarbeiter, denn eigentlich sollen ja alle in die gleiche Richtung ziehen. Druck erzeugt immer Gegenruck.



Bodymedia: Und wie geht man dann mit so einer Situation um?

Dirk Schmidt: In der Regel können Mitarbeiter, auch in der mittleren oder unteren Kompetenzschiene bis zu ca. 80 % ihrer Arbeit selbst beeinflussen. Das macht Ihnen Spaß. Die restlichen Prozente können natürlich auf Dauer demotivierend wirken, so dass sich am Ende jeder selber fragen muss, ob er die richtige Position für sich gewählt hat.

Bodymedia: Sie haben schon mit einigen Spitzenathleten wie z.B. dem Schwimmer Christian Keller oder dem Boxer Sven Ottke zusammen gearbeitet. Ist Ihr Buch „Paul, der Motivator“ auch für den „Otto-Normal-Verbraucher“ geeignet?

Dirk Schmidt: Das Buch richtet sich an alle, denn es geht darum, seine optimale Leistung und Motivation im Alltag immer wieder aufs Neue abzurufen. Ich biete Strategien an, die lösungsorientiert sind. Und diese kann man auch sehr gut in seinem Privatleben anwenden.

Bodymedia: Wer ist eigentlich dieser Paul und was lernt man, wenn man das Buch liest?

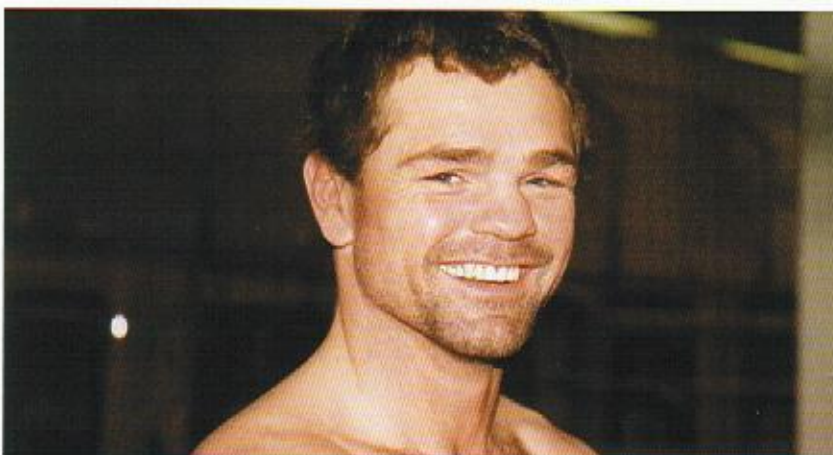
Dirk Schmidt: Wir alle haben einen inneren Schweinehund, auf der anderen Seite aber auch den Tiger, der alles überwindet. Den gilt es, herauszukitzeln. Der Tiger sollte größer sein als der Schweinehund jemals sein kann. Und in meinem Buch ist Paul der Tiger.

Bodymedia: Es gibt zahllose Bücher, die sich mit dem Thema Motivation beschäftigen. Warum sollte man gerade Ihres zur Hand nehmen?

Dirk Schmidt: Ich biete dem Leser einfache und klare und in der Praxis anwendbare Strategien, die dabei helfen, Probleme zu lösen. Das Buch ist auch nicht als Lesebuch zu verstehen, sondern es ist ein Arbeitsbuch.

Bodymedia: Im Vergleich zu vielen Ihrer Referentenkollegen, die mit dem Thema Motivation zu tun haben, geben Sie sich eher zurückhaltend auf der Bühne. Wie erreichen Sie trotzdem Zugang zu den Zuhörern?

Dirk Schmidt: Ich denke, ich bin authentisch und ehrlich, auf der Bühne wie auch im Leben. Die Dinge, die ich den Menschen mitgebe, die habe ich alle selber erlebt. Und das Leben be-



Boxidol Sven Ottke kommt im neuen Buch von Dirk Schmidt zu Wort.

steht nicht nur aus Höhen, sondern auch aus vielen Tiefen und Problemen. Meine Philosophie ist die Kunst, aus etwas Negativen auch etwas Positives zu ziehen.

Bodymedia: Ist es auch für Fitnessclubs möglich, Sie zu buchen? Und was würden Sie denen dann vermitteln?

Dirk Schmidt: Klar kann man mich und mein Team auch buchen. Im Mittelpunkt würde dabei sicherlich stehen, wie man ein Team zu Höchstleistungen bringen kann.

Bodymedia: Wer gehört denn so zu Ihrer Klientel?

Dirk Schmidt: Wenn Sie auf Referenzen ansprechen, so zählen zum Beispiel die Allianz, Mercedes, BMW, Fiat, Microsoft, RTL, WDR, Bayer, Deutsche Bank, Dresdner Bank, eon, Kabel1, Hypo Vereinsbank und viele mehr dazu.

Bodymedia: Das ist ja eine ganz illustre Auswahl renommierter Marken und Unternehmen? Da stelle ich mir doch die Frage, sind die Menschen dort alle so unmotiviert?

Dirk Schmidt: Es gibt dazu eine Studie, die aussagt, dass in deutschen Unternehmen, und dazu zähle ich auch die Fitnessbranche, wobei ich die sogar noch mit einem höheren Wert betiteln würde, nur 20 % der Mitarbeiter voll motiviert zur Arbeit gehen. Ausgeschlossen die Leistungssportler.

Bodymedia: Es gibt zwei Zeiten im Jahr, da sind die Menschen besonders für Fitness zu motivieren. Kurz nach Weihnachten beziehungsweise Neujahr und vor den Sommerferien. Würden Sie sich zutrauen, den Clubs Werkzeuge an die Hand zu geben, damit sie das ganze

Jahr über Mitglieder zum Training motivieren können?

Dirk Schmidt: Wenn das so ist, dann muss man sich ja mal fragen, warum die angewendeten Konzepte nicht besser greifen. Und vielleicht kann man hier auch aus anderen Branchen und Bereichen Know-how transferieren.

Bodymedia: In Deutschland erreicht die Fitnessbranche nur eine einstellige Reaktionsquote unter der Bevölkerung. Ihre Angebote zu nutzen. In anderen Ländern ist man erfolgreicher. Was glauben Sie, woran das liegt?

Dirk Schmidt: Da steckt dann ja ein hohes Potential drin besser zu werden. Die Ursachen kann ich nicht sagen, aber man weiß ja, dass die Deutschen auf einem sehr hohen Niveau unbequem und träge sind. Das ist also eine spannende Herausforderung für die Branche (lacht).

Bodymedia: Paul, der Motivator war ein großer Erfolg. Was sind Ihre nächsten Projekte?

Dirk Schmidt: Es gibt viele Menschen, die motiviert werden müssen, es gibt aber auch viele Menschen, die motiviert werden wollen. Im Januar erscheint mein neues Buch unter dem Titel „Die Kraft der Motivation – Was wir von erfolgreichen Sportlern lernen können“. Die Inhalte sind die Essenz aus meiner Arbeit mit Spitzensportlern. Doch sowohl Manager, Fitnessclubinhaber und deren Mitarbeiter, als auch Hausfrauen finden hier Inhalte, wie sie sich besser motivieren können.

Bodymedia: Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg mit dem neuen Buch.

Interview: Torsten Rau

