

Der Vater aller Motivatoren

Führung Vor 70 Jahren hielt Winston Churchill die legendäre Europa-Rede in Zürich. Sein schonungsloser Führungsstil ist selten geworden – und dennoch ein Vorbild.

WERNER VOGT

Winston Churchill prägte die Geschichte des Zweiten Weltkriegs. Mit seinem eisernen Willen konnte er Grossbritannien im Krieg halten, bis die Amerikaner nach dem Angriff auf Pearl Harbor auf dem europäischen Schlachtfeld erschienen. Der Höhepunkt von Churchills Wirken waren die Jahre 1940 und 1941, als Nazideutschland in der Luftschlacht um England eine erste – und darum so wichtige – Niederlage einstecken musste.

Weshalb gelang Churchill eine solche Führungsleistung? Die Ereignisse in seinen ersten Wochen als Premierminister waren eine Katastrophe. Frankreich war in einem Monat militärisch erledigt. Hier hätten weniger starke Führungspersönlichkeiten in London auf die Idee kommen können, mit Hitler einen faulen Kompromiss einzugehen. Für Churchill war dies nie einen Gedanken wert.

Konsistenz und Repetition

1940 war Churchills stärkste Waffe das Wort. Seine Reden im Parlament und im Radio waren rhetorische Meisterleistungen. Churchill kommunizierte aber nicht nur im Unterhaus und im Studio der BBC. Sooft er konnte, besuchte er die britischen Truppen, redete ausgiebig mit einfachen Soldaten und Matrosen. Min-



Winston Churchill in Zürich: Das Wort als stärkste Waffe.

destens ebenso oft war er aber dort, wo es den Menschen am schlechtesten ging. Nach nächtlichen Angriffen der Deutschen Luftwaffe war er am nächsten Tag in den ausgebombten Strassen. Winston Churchill nutzte mehrere sich ergänzende Elemente der Führungskommunikation: Zuerst achtete er auf Einbindung: In seinen Reden appellierte er an die Bedeutung jedes Einzelnen im Kampf gegen den Feind und damit an die Fähigkeit, das eigene Schicksal mitzubestimmen. Weiter zeichnete sich seine Botschaft durch Konsistenz und Repetition aus: Wichtige Botschaften wiederholte er bei jeder Gelegenheit, so etwa seine Warnungen vor Nazideutschland vom Moment der Machtergreifung Hitlers an.

Churchill war kein Schönredner. Er versprach Blut, Schweiß und Tränen.

Viel Glaubwürdigkeit verdankt Churchill seiner Präsenz an der Front: Er war, so oft es nur ging, dort präsent, wo ein effizienter Einsatz überlebenswichtig war (etwa auf den Flugplätzen der Royal Air Force) oder dort, wo die Not am grössten war (in ausgebombten Strassen). Churchill fragte endlos. Er umgab sich mit Leuten, die klüger waren und mehr wussten, damit er stetig dazulernen konnte. Und er achtete auf ausreichend Publizität: Als Journalist und Buchautor wusste er, wie man eine Botschaft in die Medien bringt. Die Freundschaft mit dem Zeitungs-Tycoon Lord Beaverbrook war dabei hilfreich. Churchill war im Unterschied zu manchem zeitgenössischen Manager kein Schönredner. Vielmehr

war er von brutaler Offenheit und Ehrlichkeit. So etwa in seiner ersten Parlamentsrede als Premierminister: «Alles, was ich anzubieten habe, ist Blut, Mühsal, Tränen und Schweiß.» Churchill lebte seine Botschaft. Sie war so echt, wie er echt war.

Aufmüppiger Autodidakt

Was Churchill aber vor allem auszeichnete, war seine Entschlossenheit, den Krieg gegen Hitler weiterzuführen, wie hoch auch immer der Preis sein würde. Seine Ansage in der ersten Parlamentsrede als Premier und danach in der BBC war klar: Kein Politikerergeschwafel, sondern «Tränen und Schweiß». Das Wort «sweat» zischte er zwischen den Zähnen hervor. Ansonsten war sein Diktum aber ruhig und überlegt und immer wiederholte er die gleiche Botschaft: «We will fight on the beaches – we will never surrender.» Diese Botschaft, zusammenzustehen, um die Freiheit in Europa zu retten, war an das britische Volk gerichtet, an die Alliierten im Commonwealth, aber vor allem auch an den amerikanischen Präsidenten Franklin Delano Roosevelt. Dessen prodeutscher Botschafter in London, Joseph Kennedy (der Vater von John F. Kennedy) wurde nicht müde, die Briten in seinen Depeschen herunterzuschreiben. Hier galt es, Gegensteuer zu geben.

Winston Churchills Leistungen im Internet waren nicht genügend für ein Studium in Oxford. Sein aufmüppiger Charakter, sein Abenteuergeist und seine Ungeduld verhinderten eine klassische Militärkarriere vom Leutnant bis zum General. Und trotzdem wurde der Autodidakt mit seinem unbezwingbaren Willen 1940 zum Hoffnungsträger und Retter Europas. Das war Führung mit viel Kopf, Herz und Bauchgefühl – un-nachahmlich.

DIGITALES LEBEN

Ich frage (nicht) Dr. Google

TIM HÖFINGHOFF

Wenn ich krank bin, greife ich als Erstes zum Smartphone und google meine Symptome. Könnte ja was Ernstes sein. Das Krank-



heiten-Google ist aber überhaupt nicht gesund. Weder für mich noch für die Allgemeinheit. Denn ganz viele Menschen sind genauso irre wie ich – sodass das Google von medizinischen Symptomen schon rund 1 Prozent aller Suchanfragen bei Google ausmache, wie das Unternehmen kürzlich bekannt gab. Dieser Trend führt dazu, dass sich viele Menschen sofort auf den Weg zum Arzt oder gleich ins Spital machen. Obwohl viele davon alles andere als krank sind. Dies treibt die Gesundheitskosten in die Höhe. Und nach der Selbstdiagnose im Netz diskutieren viele Menschen gerne noch ewig mit ihrem Arzt, was sie bei ihrer Online-Recherche alles Furchtbare gelesen haben. Das ist total nervig für den Arzt und unnötiger Stress für den Möchtegern-Patienten. Also werde ich Google in Sachen Medizin nicht mehr zu Rate ziehen. Allerdings war ich kürzlich beim Arzt und hatte vorher doch noch (ein letztes Mal!) medizinisch gegoogelt. Der Arzt untersuchte mich, ging dann aber lange ins Internet und las mir genau das vor, was ich bei Google zuvor selbst gelesen hatte. Nun Sorge ich mich: Ist der Arzt vielleicht schlecht? Oder ist Googles Medizinwissen eventuell doch besser?

► **BLOG DIGITALES LEBEN**
handelszeitung.ch/digitalesleben

ANZEIGE

«TOP 2016»

Über 1000 Top-Firmen

Kennzahlen und Adressen

Praktische Excel-Dateien

Die aktuelle Version mit den über 800 umsatzstärksten Schweizer Firmen aus rund 80 Branchen sowie 250 Banken und Versicherungen, auf Wunsch mit Adresse und Ansprechperson. Im «TOP 2016» finden Sie neue Geschäftspartner und Kunden. Bestellen Sie Ihre TOP-Liste ab CHF 190.00 unter:

www.handelszeitung.ch/top

Handelszeitung

In Zusammenarbeit mit

Bisnode

Bisnode D&B Schweiz AG, Urdorf