

Der Spiegel 12/2005

Zum Ausgleich ins Theater

Sind passionierte Marathonläufer auch im Beruf zielstrebig und erfolgreicher als andere Menschen? Personalchefs zeigen sich skeptisch.

MARATHONLAUF

Zum Ausgleich ins Theater

Sind passionierte Marathonläufer auch im Beruf zielstrebig und erfolgreicher als andere Menschen? Personalchefs zeigen sich skeptisch.

Die Gemeinde vergrößert sich mit jedem Jahr. Politiker zählen dazu, Professoren, und in Wirtschaftskreisen gehört es zum guten Ton: das Laufen im Allgemeinen und die Königsstrecke Marathon im Besonderen.

Bundesbankpräsident Axel Weber etwa hat die 42.195 Kilometer auf Kölner Straßen gemeistert, Siemens-Vorstandsboss Klaus Kleinfeld lief den New-York-Marathon schon dreimal, und Metro-Chef Hans-Joachim Körber animierte gar 70 Mitarbeiter seines Hauses, dreimal wöchentlich unter professioneller Anleitung zu trainieren und ihn beim Berlin-Marathon 2003 zu begleiten. Obwohl Körbers Knie ab Kilometer 25 schmerzte, schaffte er es in vier Stunden und 52 Minuten ins Ziel. So sind sie eben, die willensstarken Marathonmenschen, zielstrebig, ausdauernd und hart gegen sich selbst. In der Vorbereitungsphase auf einen Wettkampf trainieren sie 60 bis 80 Kilometer die Woche.

Doch was unter Kollegen noch Eindruck machen mag, wird von Vorgesetzten mitunter skeptisch beobachtet. Frank Simoneit, 43, Marathonläufer und Buchautor, hat die Personalchefs kleiner und großer

Unternehmen befragt, dazu Headhunter und Arbeitsvermittler. Das Image der laufenden Dauerleister, so stellte der freie Journalist zur eigenen Überraschung fest, sei gar nicht so gut wie gemeinhin propagiert: „Laufleidenschaft kann ein Malus sein.“

Bei Recherchen für sein kommende Woche erscheinendes Buch „Marathon – die Herausforderung“ ermittelte Simoneit, dass es ehrgeizige Zeitgenossen gibt, die in ihren Bewerbungsunterlagen voller Stolz auf ihre Bestzeit über die gut 42 Kilometer hinweisen – und sich damit bei der Arbeitsplatzsuche womöglich einen K.o.-Schlag versetzt haben*.

Kein Zweifel, grundsätzlich werden mit „Marathonis“ attraktive Charaktereigenschaften verbunden. „Die brauchen Durchhaltevermögen, müssen sich realistische Etappenziele stecken, strategisch denken und den Wettbewerb einschätzen“, urteilt Hans-Carsten Hansen, Personalchef beim Chemieriesen BASF. Die Kräfte richtig einteilen und „Biss auf Durststrecken beweisen“, das seien Eigenschaften, „die auch unseren Mitarbeitern im Arbeitsleben helfen“, meint Hansen. Aber daraus einen Wettbewerbsvorteil gegenüber gleichwertig qualifizierten Nicht-Läufern abzuleiten, hält der BASF-Mann für unangemessen.

Im Gegenteil: Die Frankfurter Personalberaterin Gabriele Kaminski, die Manager und Führungskräfte vermittelt, warnt davor, dass einer, der seine Laufleidenschaft in den Vordergrund rückt, „als einsamer Wolf“ angesehen werden könnte. Für ein positives Gesamtbild dienlich wäre es, quasi zur Kompensation, bei der Bewerbung ein weiteres privates Interesse, wie etwa

Theaterbesuche, zu nennen oder zusätzlich „vielleicht einen Mannschaftssport“.

Denn sportliche Aktivität im Team wird hoch geschätzt in der Personalbranche. „Mannschaftssportler wissen“, sagt Wilhelm Friedrich Boyens, Executive Chairman der Personalberatung Egon Zehnder, „dass man für die gemeinsamen Ziele und den Erfolg nicht nur Kampf und Durchsetzungsvermögen braucht, sondern auch die Bereitschaft zum Kompromiss.“

Dass Marathonläufern zuweilen ein allzu ausgeprägtes Ego nachgesagt wird, führt bei manchem Stellensuchenden schon zur Vorsicht. Der Kölner Personalberater Ulrich Schuhmann hat zuletzt in den Bewerbungsmappen mehrerer Kandidaten den Hinweis aufs Marathonlaufen gelesen. Einer schrieb seine eher mittelmäßige Bestzeit hinein – um anzudeuten, dass er keinen hohen Trainingsaufwand betreibt.

„Wenn einer unter drei Stunden läuft“, sagt Schuhmann, „bedeutet das für mich: Er ist oft allein unterwegs, verfolgt ganz stur sein Ziel, das ist ein Eigenbrötler, bei dem ist Laufen der Lebensinhalt.“ Wenn einer jedoch um die vier Stunden für einen Marathon benötigt, dechiffriert Schuhmann die Zeit so: „Der führt ein normales Leben, der achtet auf seine Gesundheit, das ist okay.“

Seinen Kunden teilt Schuhmann, der sich selbst auf dem Rad fit hält, diese Art der Grobbewertung jedoch erst mal nicht mit. So konnte es vorkommen, dass eine von ihm beratene Firma aus einer Liste mit sechs Kandidaten genau jene Bewerberin zum persönlichen Gespräch einlud, die den New-York-Marathon schon gelaufen war. Zur Einstellung kam es jedoch nicht. Schuhmann: „Die sah so hager aus, richtig ungesund.“

ALFRED WEINZIERL

* Pietsch Verlag, Stuttgart; 160 Seiten; 24,90 Euro.